

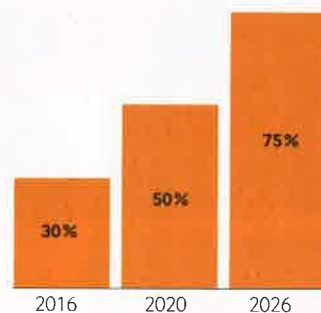
# Les millennials, une génération hétérogène et hyper connectée

Gourmands, gourmets, ultraconnectés, ils ont une façon de consommer bien à eux. Qui influence toute la restauration.

Qui sont-ils ? C'est la génération Y, ils ont entre 16 à 36 ans. Il n'existe pas un comportement type pour cette génération, loin d'être homogène. L'étude FSV révèle qu'ils grignotent tout au long de la journée, soit, en moyenne, 4,4 moments de snacking hors repas. 75 % à la pause du goûter. 56 % prennent leur petit déjeuner dans un café, une boulangerie, et ce, au moins trois fois par mois. Manger sainement ? Seuls 23 % d'entre eux le souhaitent lorsqu'ils vont au restaurant, tandis que 57 % préfèrent se faire plaisir. Les produits les plus consommés ? La pizza et le burger, avec respectivement 69 et 66 % de consommateurs au restaurant.

Ils sont passionnés par la cuisine : 48 % d'entre eux aiment préparer des petits plats. Et sont connectés en permanence (mobile, web...), du choix du restaurant au retour au domicile, 58 % pratiquent le « food porn », 88 % visitent le site de l'établissement avant de s'y rendre. S'ils aiment cuisiner, cela ne les empêche pas d'être 55 % à apprécier de se faire livrer les repas à domicile. Et

**ILS REPRÉSENTERONT  
75% DES ACTIFS DANS DIX ANS**  
La part des millennials dans la population active de 2016 à 2026.



Source: Food Service Vision

consacrent environ 20 € par commande en moyenne. Même si leur pouvoir d'achat n'est pas très élevé, ils sont prêts à payer plus si un service est rendu.

Désertent-ils les chaînes ? Absolument pas. Elles doivent néanmoins s'adapter à leurs besoins et à leur façon de consommer. 48 % déclarent y avoir passé leurs meilleurs moments. Une population à suivre de près, car les millennials représenteront 75 % de la population active d'ici à dix ans ! •

« Le petit déjeuner constitue une véritable occasion de consommation bien ancrée dans les usages de ces millennials. »

**Claire Diemer**, consultante senior  
Food Service Vision



© MUREL DOVIC

## LES MOTS CLÉS POUR DEMAIN

- **La consommation** Besoin de bien manger, de bien-être et de gagner du temps
- **L'offre** Végane, flexitarisme, santé, et, simultanément, le sucré
- **Le concept** Le fast, voire fine casual ; les spécialistes plutôt que les généralistes
- **Le segment** L'interpénétration plus grande des segments de la restauration