

Restauration, snacking, bar : Food Service Vision décrypte les habitudes de consommation des Millennials

Ils ont entre 18 et 35 ans et ont bouleversé l'offre en hors domicile avec de nouvelles façons de consommer. Ces « Millennials » sont au centre de l'étude du cabinet Food Service Vision qui décrypte leur comportement en restauration, bar et snacking.

C'est la première fois qu'une étude passe à la loupe les modes de consommation des Millennials en hors-domicile. Menée par le cabinet Food Service Vision, elle porte sur un échantillon de 1000 personnes et s'intéresse à trois univers distincts : les restaurants, les bars et le snacking.

Où préfèrent-ils manger ? Qu'attendent-ils de ce moment ? Quels lieux fréquentent-ils ? Les résultats dépeignent une génération ultra-connectée qui privilégie le plaisir et les moments conviviaux tout en étant attentive à la provenance des produits.

Amateurs de snacking

Les 18-35 ans affectionnent particulièrement les repas sur le pouce, le midi comme le soir. Ils sont 29 % à manger ainsi et dépensent 43 euros par mois pour ce type de repas. Ils choisissent des restaurants rapides en consultant internet pour 72% d'entre eux. Commentaires, avis... **l'e-réputation est alors primordiale** pour faire son choix. Et 57% des jeunes interrogés sont sensibles à ce qui se dit en ligne.

Restauration, plaisir et foodporn

La restauration assise n'est pas pour autant délaissée par la génération Y puisqu'elle talonne le snacking avec autant de parts d'occasion de consommation (29%). Elle absorbe aussi le plus gros de leur budget mensuel : **les Millennials dépensent 72 euros par mois dans les restaurants**. À ces occasions, ils veulent avant tout se faire plaisir, pour 57 % d'entre eux, et sont moins attentifs au caractère équilibré des plats qu'ils commandent. Seulement 23 % trouvent important de manger sainement au restaurant.

S'ils sont satisfaits, les 18-35 ans n'hésitent pas à le faire savoir sur les réseaux sociaux. **La tendance foodporn ressort clairement de l'étude** puisque 58 % des interrogés ont déjà posté une photo de leurs plats sur internet.

Locavores

Les Millennials sont très attentifs à la provenance des aliments qu'ils consomment en dehors de leur domicile. 16 % des sondés préfèrent consommer des plats cuisinés à partir d'aliments biologiques. **Et 53% préfèrent que les produits soient locaux**. Tendance présente également dans les bars où **37 % commandent des bières locales**.

Sorties en Afterwork

C'est entre 18 et 20 heures que la génération Y aime sortir, après le travail, entre amis ou entre collègues. C'est le moment préféré de consommation hors-domicile pour 40% des Millennials. Les bars représentent d'ailleurs 26 % des occasions de consommation et les Millennials dépensent 35 euros par mois dans ces lieux. En faisant leur choix, ils font exception à la culture française et délaissent le vin pour ... la bière ! **Ils consomment surtout des bières nationales (46%) et locales (37%) mais apprécient aussi les cocktails : les Mojitos arrivent en deuxième place avec 44% des réponses.**

4 Typologies à découvrir

Dans cette étude les Millennials sont segmentés en 4 typologies différentes ce qui permet de mieux les comprendre et de mieux les cibler.

Source pour toute citation de données

Paroles de Millennials 2017

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Magali Caufman, Directrice Associée

Tel : +33 (0)6 12 36 76 26 / +33 (0)4 37 45 02 65

m.caufman@foodservicevision.fr

Pour en savoir plus visitez notre site internet : www.foodservicevision.fr

À propos de l'étude Paroles de Millennials 2017

Une étude publiée en mars 2017

Cible : 1 000 interviews représentatives des 18-35 ans en France

Echantillonnage : Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge...)

Lecture des résultats par circuits : Restauration assise, restauration rapide et bar

Mode de recueil : Etude on-line de 25 minutes

À propos de Food Service Vision

Food Service Vision est leader du conseil et des études en hors-domicile.

Food Service Vision accompagne la réussite et la performance des acteurs du marché, industriels, distributeurs et chaînes, en France et à l'international. L'équipe Food Service Vision, passionnée et connectée en permanence au marché, s'appuie sur 3 métiers : conseil, étude adhoc et business intelligence/datas.