

Que retenir de cette enquête ?

→ Les repas de fête : la convivialité en famille

Spontanément, les Français associent les repas de fêtes à certains mets particuliers, qu'ils ne consomment qu'à cette période ou presque foie gras, huîtres, champagne, fruits de mer, etc. Mais au-delà des plats eux-mêmes, les repas de fête sont synonymes de famille et de convivialité, c'est pour les Français l'occasion de se retrouver et d'être ensemble, en faisant plaisir aux enfants et aux plus grands en s'offrant des cadeaux. Passer un moment avec ses proches (86%) est ainsi plus important durant les repas de fêtes de fin d'année que les repas eux-mêmes (14%).

→ Plaisir de manger... et de faire des excès

Manger représente cependant un des plus grands plaisirs des fêtes (91%, juste après le fait d'échanger avec ses proches). Les Français, notamment les plus jeunes indiquent faire des excès pendant cette période (75%), des excès qu'ils ne considèrent pas si graves que cela, tant qu'ils sont compensés le reste de l'année, ce qui ne les empêche pas de culpabiliser (45%). La moitié des Français confient alors faire généralement une période de diète après les fêtes.

→ Pour les fêtes, un budget conséquent

En moyenne, les Français estiment qu'ils vont consacrer un budget de 279€ pour les repas des fêtes, une dépense un peu plus importante étant prévue pour Noël (156€) que pour la Nouvelle année (123€). Par rapport aux autres périodes de l'année, les Français confirment dépenser plus, tout en veillant à ne pas dépasser certaines limites (58%). Ils ne sont que 16% à indiquer dépenser sans compter, les autres indiquent plutôt ne rien changer à leurs dépenses durant cette période (26%).

→ Pendant les fêtes, la responsabilité entre parenthèses ?

La période des fêtes apparaît comme un moment où la responsabilité est légèrement mise entre parenthèses, les Français privilégiant un bon rapport qualité prix au caractère responsable des produits (67%), 49% reconnaissant qu'il est difficile durant cette période de faire attention aux produits que l'on consomme. Pour la plupart, cela ne gêne pas pour autant l'esprit des fêtes, 62% estimant que les nouveaux enjeux environnementaux et sociaux ne rendent ni plus ni moins facile d'organiser les repas de fêtes.

→ Des produits alimentaires sous le sapin

Près de 6 Français sur 10 (59%) déclarent qu'ils ont l'intention d'offrir des cadeaux autour de l'alimentation pour les fêtes, qu'il s'agisse de denrées alimentaires (paniers garnis, chocolats, etc ; 55%) ou de sorties au restaurant (30%). Ce sont des cadeaux avec lesquels les Français sont certains de faire plaisir (49%) mais également des cadeaux qu'ils considèrent comme plus utiles (30%) voire plus responsables (21%) que d'autres.

Dans le détail...

Les repas de fête : un moment de convivialité en famille

- Foie gras, fruits de mer, bûche, champagne... Les repas des fêtes sont associés par les Français à certains mets iconiques et la plupart coûteux, qui révèlent le caractère exceptionnel de ces repas. Mais le plus marquant pour les Français durant ces repas, c'est avant tout le plaisir de se retrouver en famille, de partager un moment de convivialité et de retrouvailles, ainsi que de s'offrir des cadeaux qui font le bonheur des enfants et des plus grands. **Passer un moment avec ses proches (86%) est ainsi plus important durant les repas de fêtes de fin d'année que les repas eux-mêmes (14%).** Quand les plus âgés et les parents mettent particulièrement en exergue l'importance de ce moment en famille, les plus jeunes, eux, accentuent légèrement l'importance qu'à pour eux le fait de bien manger (22%). Le signe d'un rapport légèrement plus distant à la famille ou d'un rapport plus émotionnel à la nourriture ?
- Mais attention : si la joie d'être ensemble et d'échanger avec ses proches dépasse toutes les autres (92%) **manger reste néanmoins l'un des plus grands plaisirs des fêtes (91%) avant même de recevoir des cadeaux (87%).** Bien qu'il s'agisse de tâches qui sont davantage associées à du plaisir qu'à des contraintes, l'organisation des repas, du choix des menus (36% une contrainte) à la préparation des repas (34%) et à l'organisation des réceptions (43%) représentent des aspects un peu moins réjouissants. **Ce qui est également le cas de la recherche des cadeaux pour ses proches, que 40% assimilent plutôt à une corvée qu'à un plaisir,** les hommes particulièrement. On note que dans cette période, les personnes qui vivent avec des enfants, et a fortiori si elles vivent en couple avec des enfants, se montrent plus enthousiastes que la moyenne face à ces différents enjeux des repas de fêtes.
- Manger représentant l'un des plus grands plaisirs des fêtes, **les Français, notamment les plus jeunes indiquent faire des excès pendant cette période (75%, et 82% chez les moins de 35 ans).** Des excès qu'ils ne considèrent pas si graves que cela, tant qu'ils sont compensés le reste de l'année (79%), **ce qui ne les empêche pas de culpabiliser lorsqu'ils en font (45% et 56% chez les plus jeunes).** La moitié des Français confient alors faire généralement une période de diète après les fêtes, même si pour la plupart (47%), les résolutions alimentaires qu'ils prennent après les fêtes ne tiennent pas très longtemps.

L'organisation des jours de fête

- L'organisation des réceptions est perçue comme le passage le plus contraignant des fêtes. Comment les Français passeront-ils donc les fêtes cette année ? **Noël apparaît comme une fête éminemment familiale, 76% des Français confirmant passer cette fête en famille**, quand le Nouvel an l'est un peu moins : 34% seront en famille ; 35% seront avec des amis ou d'autres personnes de leur entourage.
- La cuisine restant un plaisir à cette période, **nombreux sont ceux qui choisiront de cuisiner durant les fêtes : 49% pour Noël, 34% pour la Nouvelle année**. Nombreux sont encore ceux qui ne sont pas encore décidés sur la façon dont ils allaient organiser leurs repas durant ces fêtes ou ne sont pas sûrs de les fêter (19% pour Noël ; 34% pour la nouvelle année).

Fêtes et budget, négocier les excès, sans pour autant aller vers un ralentissement

- **En moyenne, les Français estiment qu'ils vont consacrer un budget de 279€ pour les repas des fêtes, une dépense un peu plus importante étant prévue pour Noël (156€) que pour la Nouvelle année (123€)**, un budget qui varie largement selon les ressources du foyer. Par rapport aux autres périodes de l'année, les Français confirment dépenser plus pour leurs repas, tout en veillant à ne pas dépasser certaines limites (58%). Ils ne sont que 16% à indiquer dépenser sans compter (notamment les hommes ou les personnes issues des catégories aisées), les autres indiquent plutôt ne rien changer à leurs dépenses durant cette période (26%, et davantage chez les Français les plus âgées, seules ou modestes).
- Pour chercher au maximum à réduire leurs dépenses, les Français adoptent de nombreuses stratégies, en premier lieu, **celle consistant à cuisiner la plupart des plats eux-mêmes (42%), à partir de recettes qui ne coûtent pas cher à réaliser (23%) et de produits achetés en avance pour bénéficier des meilleurs prix (34%)**. Des méthodes employées notamment par les femmes. Les Français adoptent également une vision collective des dépenses, en cherchant soit à faire apporter à leurs convives un ou plusieurs plats (15%), soit en les faisant participer aux frais (12%). Les plus jeunes se montrent particulièrement friands de ces techniques de collectivisation des frais, quand les plus âgés les délaissent davantage. Les moins de 35 ans sont également plus nombreux à chercher à se faire inviter (13% contre 7% de l'ensemble) afin d'éviter de dépenser trop à cette période.
- Pour autant, réussissent-ils réellement à ne pas trop dépenser durant cette période ? 24% seulement (notamment en Ile-de-France ; 30%) ont le sentiment de moins dépenser qu'il y a 5 ans. Volonté de

À propos Les Zooms de L'Observatoire Cetelem

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investir un grand thème en trois temps, sollicitant l'avis des Français au travers de trois vagues de sondage.

Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études existant de L'Observatoire Cetelem.

@obs_cetelem

Contacts presse :

Valérie Jourdain: valerie.baroux-jourdain@bnpparibas-pf.com | +33 6 43 95 60 23

À propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe – 5 Avenue du Château - 94300 Vincennes – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr