



Communiqué de presse

**Résultats de la 1<sup>ère</sup> édition de « L'Observatoire Lifestyle Trends American Express »  
consacrée aux nouvelles attentes des Français en matière de restauration et de gastronomie**

## **Au restaurant, les Français souhaitent vivre une expérience inédite, émotionnelle et mémorable**

- Aller au restaurant occupe une place importante dans les habitudes des Français : près de 4 Français sur 10 (39%) déclarent y être allés au moins une fois par mois au cours de l'année écoulée (hors repas professionnels).
- Au restaurant, près de 7 Français sur 10 (69%) attendent de vivre une expérience inédite. C'est le critère qui leur donne le plus envie d'aller dans un restaurant.
- Les Français âgés de moins de 35 ans sont des passionnés de « Food ». Ils se rendent davantage au restaurant et y consacrent un budget supérieur par rapport à la moyenne des Français.
- Les Français considèrent la gastronomie comme un art (pour 84% d'entre eux) et certains Chefs comme des artistes (pour 86% d'entre eux).
- Le restaurant est aussi un lieu de partage ! Près d'un Français sur 4 (24%) prend régulièrement des photos de ses plats au restaurant et près de la moitié des Français (44%) déclarent les partager, au moins de temps en temps, sur les réseaux sociaux.

**Rueil-Malmaison, le 6 juin 2024** – American Express dévoile aujourd'hui les résultats de la 1<sup>ère</sup> édition de « L'Observatoire Lifestyle Trends American Express », réalisé en partenariat avec l'institut d'études Ipsos et consacré aux nouvelles attentes des Français en matière de restauration et de gastronomie. Depuis de nombreuses années, American Express propose à ses clients de nombreuses expériences et bénéfices liés à la gastronomie et est, à ce titre, un observateur des tendances émergentes et futures. Le 11 juin prochain, American Express organisera la 2<sup>ème</sup> édition de « Chefs d'Œuvre », une expérience inédite mêlant l'art et la gastronomie, avec la participation de six Chefs d'exception (Laurent Dagenais, Hélène Darroze, Paul Delrez, Mallory Gabsi, Nina Métayer et Whoogy's) qui reproduiront des œuvres du sculpteur Constantin Brancusi, dont la rétrospective a actuellement lieu au Centre Georges Pompidou à Paris, jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2024.

*« Les Français sont des passionnés de gastronomie et aiment découvrir de nouvelles saveurs et cultures. Lorsqu'ils vont au restaurant, la grande majorité des Français veulent vivre une expérience inédite, émotionnelle et conviviale. Les Français sont très nombreux à considérer la gastronomie comme un art et certains Chefs comme des artistes. Il existe des synergies fortes entre l'art et la gastronomie », explique Xavier Beaugy, Vice-Président Acquisition chez American Express. Il ajoute : « Chez American Express, nous avons à cœur d'observer les tendances émergentes et futures dans l'univers de la gastronomie afin de proposer des expériences innovantes et créatives à nos clients, à l'instar de notre événement Chefs d'Œuvre, qui va à la fois mettre en valeur le talent des Chefs et la beauté des œuvres de Brancusi. »*

### **Aller au restaurant occupe une place importante dans les habitudes des Français**

C'est indéniable : les Français apprécient aller au restaurant ! En effet, 93% d'entre eux déclarent s'y être rendus au cours de l'année écoulée, et 39% des Français déclarent s'y être rendus au moins une

fois par mois au cours de la même période. Les Français âgés de moins de 35 ans (58%), ceux issus des catégories socio-professionnelles supérieures (CSP+ ; 54%) et les Franciliens (49%) sont particulièrement nombreux à déclarer y aller au moins une fois par mois.

Pour choisir un restaurant, la carte et le type de cuisine proposé (55%) et le prix (48%) sont les deux principaux critères des Français interrogés. Les avis du restaurant sur Internet sont le 3<sup>ème</sup> critère le plus important chez les 18-24 ans et les 35-44 ans.

### **Au restaurant, les Français veulent découvrir et vivre des expériences inédites**

Pour les Français, le restaurant est synonyme de découverte et de convivialité. Lorsqu'ils vont au restaurant, leur principale attente (pour plus de la moitié des Français interrogés – 51%) est de passer un moment agréable avec leur proche (famille, amis, ...). Ensuite, près de la moitié des Français interrogés (47%) souhaitent pouvoir manger des plats qu'ils ne peuvent pas faire chez eux et 39% des Français souhaitent découvrir des produits et des saveurs qu'ils ne mangent pas habituellement.

Lorsqu'on interroge les Français sur ce qui leur donnerait envie d'aller au restaurant, près de 7 Français sur 10 (69%) déclarent la possibilité de vivre une expérience inédite. Près de 7 Français sur 10 estiment que le fait de bénéficier d'un service de grande qualité (69%), avec très peu d'attente (66%) et déguster des mets exceptionnels (56%) sont des critères indispensables à une expérience réussie.

Les Français attendent également d'une expérience gastronomique qu'elle leur procure de l'émotion. Pour 90% des Français, manger un plat peut procurer de fortes émotions et pour 84% des Français, certains plats peuvent laisser un souvenir mémorable tout au long de la vie.

### **Les moins de 35 ans : des passionnés de Food qui dépensent plus que la moyenne des Français!**

Plus d'un tiers des moins de 35 ans (36%) déclarent se rendre plus souvent au restaurant qu'il y a 5 ans. Alors que près d'un Français sur deux (48%) a recours à un service de restauration (restaurant, commande à emporter ou livraison) au moins une fois par mois, ce chiffre atteint 72% chez les moins de 35 ans.

Concernant leur budget, les moins de 35 ans qui se rendent au restaurant dépensent plus que la moyenne des Français. En effet, les Français dépensent en moyenne 120 euros chaque mois quand les moins de 35 ans dépensent 127 euros en moyenne, devant les 35-59 ans (120 euros en moyenne) et les plus de 60 ans (115 euros en moyenne).

### **Le Chef, un véritable artiste pour 86% des Français**

Le Chef occupe une place de plus en plus importante dans le cœur des Français. Près de 9 Français sur 10 (86%) déclarent que certains Chefs peuvent être considérés comme des artistes et 84% des Français considèrent la gastronomie comme un art au même titre que la peinture ou la musique. Les Français assimilent la gastronomie à l'excellence puisque 85% d'entre eux déclarent qu'aller dans un restaurant étoilé ou gastronomique, c'est accéder au luxe.

Il n'est donc pas surprenant de voir que pour avoir accès à un Chef prestigieux, les Français sont prêts à se déplacer dans une autre ville (pour 41% d'entre eux) et à renoncer à d'autres sorties (pour 32% d'entre eux).

### **Les réseaux sociaux, un incontournable outil de recommandation et de partage pour 43% des Français, notamment chez les moins de 35 ans**

La gastronomie occupe une place croissante sur les réseaux sociaux. Ainsi, près d'un Français sur 4 (24%) prend systématiquement ou souvent des photos de leur plat au restaurant, avec une proportion plus élevée chez les 18-24 ans (40%), les 25-34 ans (42%) et les 35-44 ans (30%). Les moins de 35 ans sont aussi plus nombreux que les autres à partager les photos des plats qu'ils ont aimés sur les réseaux sociaux : un tiers d'entre eux (33%) le fait régulièrement.

Les réseaux sociaux influencent fortement les choix de restaurants : 43% des Français et 64% des moins de 35 ans indiquent que voir une photo des plats sur les réseaux sociaux leur donne envie d'aller dans un restaurant en particulier. Il s'agit du critère de choix d'un restaurant qu'ils citent le plus après « avoir la possibilité de vivre une expérience inédite ».

La figure prestigieuse du Chef se démarque aussi en ce qui concerne son influence sur les réseaux sociaux, notamment auprès des moins de 35 ans, puisque 58% d'entre eux suivent les Chefs ou les restaurants sur les réseaux sociaux (contre 36% pour l'ensemble des Français interrogés) et 67% y consultent des recettes élaborées par les Chefs (contre 45% pour l'ensemble des Français interrogés). Cette popularité a un impact sur le choix des restaurants puisque 51% des moins de 35 ans (contre 33% pour l'ensemble des Français interrogés) déclarent que la possibilité de rencontrer un Chef qui a une grande notoriété leur donnerait envie de se rendre dans un restaurant, tout comme le fait de le voir à la télévision (47% contre 27% pour l'ensemble des Français interrogés).

###

#### Méthodologie de L'Observatoire Lifestyle Trends American Express

Enquête réalisée du 3 au 10 mai 2024 auprès de 1000 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos. Méthode des quotas : Sexe, âge, profession de la personne interviewée, catégorie d'agglomération, région.

#### À propos d'Ipsos

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com).

#### A propos d'American Express

American Express est une société de paiement intégrée à l'échelle mondiale, qui offre à ses clients l'accès à des produits, des connaissances et des expériences qui enrichissent leur vie et contribuent à la réussite de leur entreprise. Pour en savoir plus, visitez [americanexpress.fr](http://americanexpress.fr) et rejoignez-nous sur Instagram [@americanexpressfr](https://www.instagram.com/americanexpressfr), [facebook.com/AmericanExpressFrance](https://www.facebook.com/AmericanExpressFrance), [linkedin.com/company/american-express](https://www.linkedin.com/company/american-express) et [youtube.com/user/americanexpressfr](https://www.youtube.com/user/americanexpressfr)

#### Contacts presse - Agence Babylone

Léa Tebib - [lea.tebib@babylone.fr](mailto:lea.tebib@babylone.fr) - 0674850755

Mary-Lou Oeconomou - [mary-lou.oeconomou@babylone.fr](mailto:mary-lou.oeconomou@babylone.fr) - 0641852639

Nicolas Martrenchard - [nicolas.martrenchard@babylone.fr](mailto:nicolas.martrenchard@babylone.fr) - 0684027505