

# opinionway'

— POUR —



## Les Français et leurs résolutions 2026 en matière de *dîners*

Rapport d'étude | Décembre 2025



A photograph showing a person from the chest up, wearing a dark jacket over a light-colored shirt. They are holding a Rubik's cube in their right hand, which is positioned above an open left hand. The background is dark and out of focus.

opinionway'

Crédits : dev-asangbam

# La méthodologie

# La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour HelloFresh »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1030 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 17 au 19 décembre 2025**.  
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte **des marges d'incertitude** : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



opinionway

Credit : adobe stock

# Le profil de l'échantillon

# Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



## Sexe

	%
Hommes	48%
Femmes	52%



## Age

	%
18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 et plus	27%



## Région

	%
Île-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%



## Activité professionnelle

	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%

	%
Catégories populaires	29%

Employés	17%
Ouvriers	12%

	%
Inactifs	42%

Retraités	28%
Autres inactifs	14%



## Taille d'agglomération

	%
Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



opinionway

Crédits : adobe stock

# Les résultats

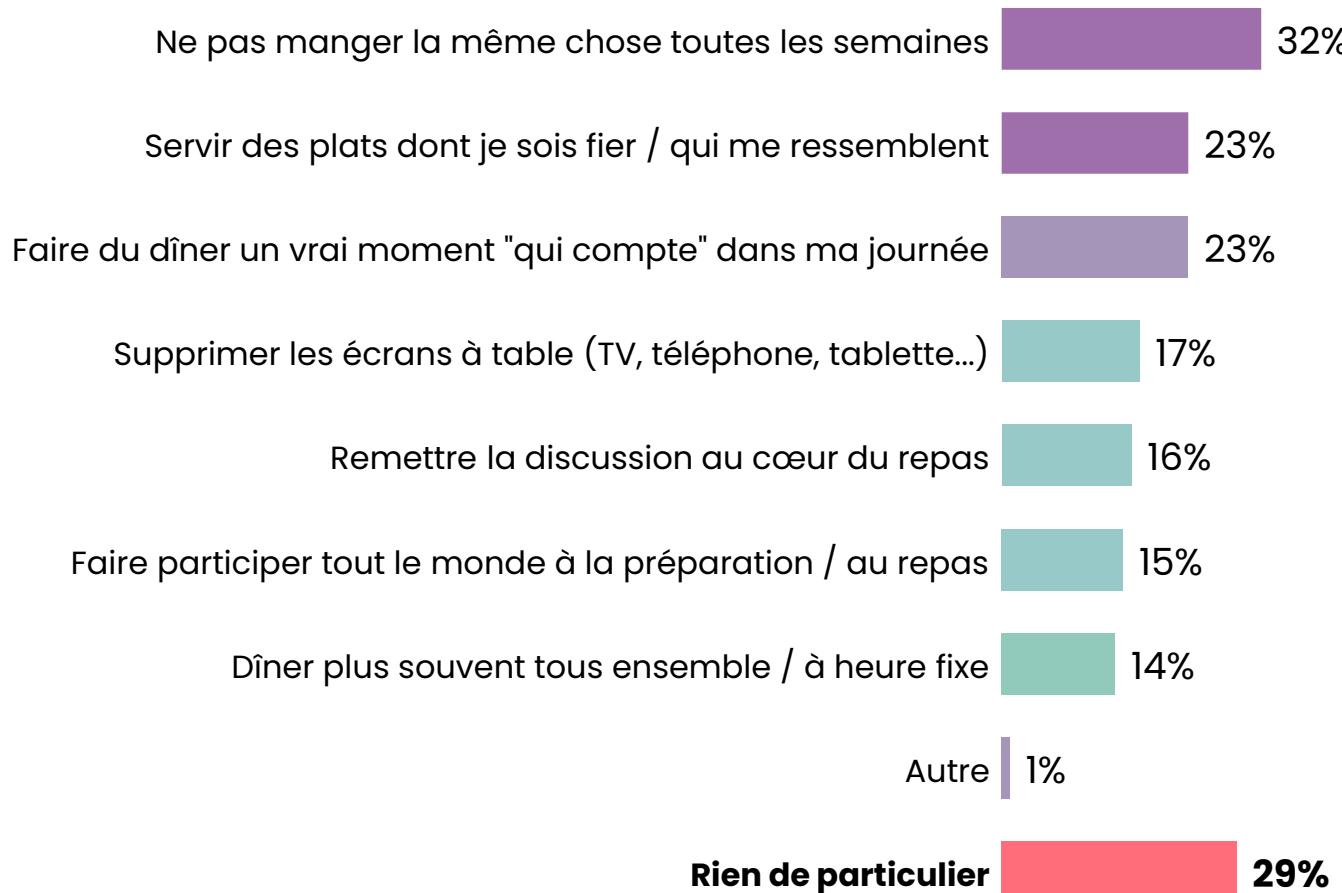
# “ Les changements souhaités pour ses dîners en 2026



1030 personnes

Q. Pour 2026, quelles transformations aimeriez-vous apporter à vos dîners ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



71%

des Français  
souhaitent  
transformer  
leurs dîners  
en 2026

...sur le plan  
alimentaire

46%

...sur le plan  
relationnel

46%

# “ Les changements souhaités pour ses dîners en 2026



1030 personnes

Q. Pour 2026, quelles transformations aimerez-vous apporter à vos dîners ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Sous-total Souhaitent transformer leurs dîners en 2026</b>	<b>71%</b>	<b>69%</b>	<b>72%</b>	<b>95%</b>	<b>82%</b>	<b>79%</b>	<b>62%</b>	<b>55%</b>	<b>78%</b>	<b>78%</b>	<b>61%</b>
<b>...sur le plan alimentaire</b>	<b>46%</b>	<b>42%</b>	<b>50%</b>	<b>69%</b>	<b>51%</b>	<b>50%</b>	<b>39%</b>	<b>38%</b>	<b>44%</b>	<b>53%</b>	<b>43%</b>
.....Ne pas manger la même chose toutes les semaines	<b>32%</b>	26%	37%	41%	35%	36%	27%	27%	33%	34%	30%
.....Servir des plats dont je suis fier, qui me ressemblent	<b>23%</b>	23%	24%	44%	22%	22%	19%	21%	19%	28%	23%
<b>...sur le plan relationnel</b>	<b>46%</b>	<b>47%</b>	<b>44%</b>	<b>61%</b>	<b>59%</b>	<b>50%</b>	<b>40%</b>	<b>34%</b>	<b>51%</b>	<b>53%</b>	<b>37%</b>
.....Supprimer les écrans à table (TV, téléphone, tablette...)	<b>17%</b>	18%	16%	24%	22%	17%	13%	15%	18%	19%	14%
.....Remettre la discussion au cœur du repas	<b>16%</b>	19%	14%	15%	23%	21%	12%	13%	16%	20%	14%
.....Faire participer tout le monde à la préparation / au repas	<b>15%</b>	13%	17%	14%	22%	22%	14%	8%	19%	21%	8%
.....Dîner plus souvent tous ensemble / à heure fixe	<b>14%</b>	16%	13%	32%	16%	14%	14%	7%	17%	15%	13%
<b>Faire du dîner un vrai moment "qui compte" dans ma journée</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>24%</b>	<b>32%</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>	<b>21%</b>	<b>19%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>22%</b>
<b>Autre</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	-	-	<b>2%</b>	-	<b>1%</b>	<b>1%</b>	-	<b>1%</b>
<b>Rien de particulier</b>	<b>29%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>5%</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>	<b>37%</b>	<b>45%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>39%</b>

# “ Les changements souhaités pour ses dîners en 2026



1030 personnes

Q. Pour 2026, quelles transformations aimerez-vous apporter à vos dîners ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	Total	SITUATION FAMILIALE			
		Célibataire (célibataire et vit seul)	DINK (en couple et sans enfant)	Famille (en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer)	Empty Nesters (en couple, dont les enfants ont quitté le foyer)
<b>Sous-total Souhaitent transformer leurs dîners en 2026</b>	<b>71%</b>	<b>64%</b>	<b>60%</b>	<b>82%</b>	<b>63%</b>
<b>...sur le plan alimentaire</b>	<b>46%</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>	<b>51%</b>	<b>42%</b>
.....Ne pas manger la même chose toutes les semaines	32%	24%	29%	38%	29%
.....Servir des plats dont je suis fier, qui me ressemblent	23%	24%	21%	23%	21%
<b>...sur le plan relationnel</b>	<b>46%</b>	<b>36%</b>	<b>36%</b>	<b>60%</b>	<b>43%</b>
.....Supprimer les écrans à table (TV, téléphone, tablette...)	17%	17%	8%	22%	13%
.....Remettre la discussion au cœur du repas	16%	12%	15%	20%	19%
.....Faire participer tout le monde à la préparation / au repas	15%	11%	14%	26%	13%
.....Dîner plus souvent tous ensemble / à heure fixe	14%	12%	13%	19%	11%
<b>Faire du dîner un vrai moment "qui compte" dans ma journée</b>	<b>23%</b>	<b>18%</b>	<b>16%</b>	<b>25%</b>	<b>22%</b>
<b>Autre</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>5%</b>	-	-
<b>Rien de particulier</b>	<b>29%</b>	<b>36%</b>	<b>40%</b>	<b>17%</b>	<b>37%</b>



# Les sujets récurrents ou évités à table, lors du dîner

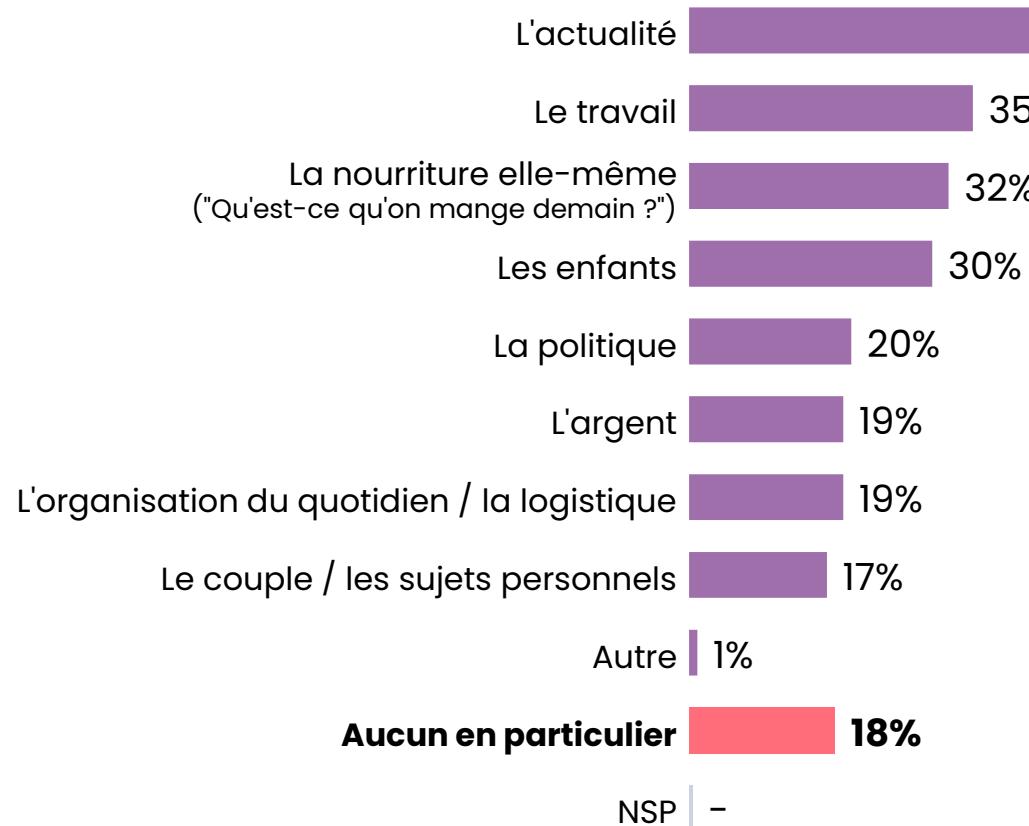


1030 personnes

Q. Lorsque vous dînez chez vous, quels sont les sujets...

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

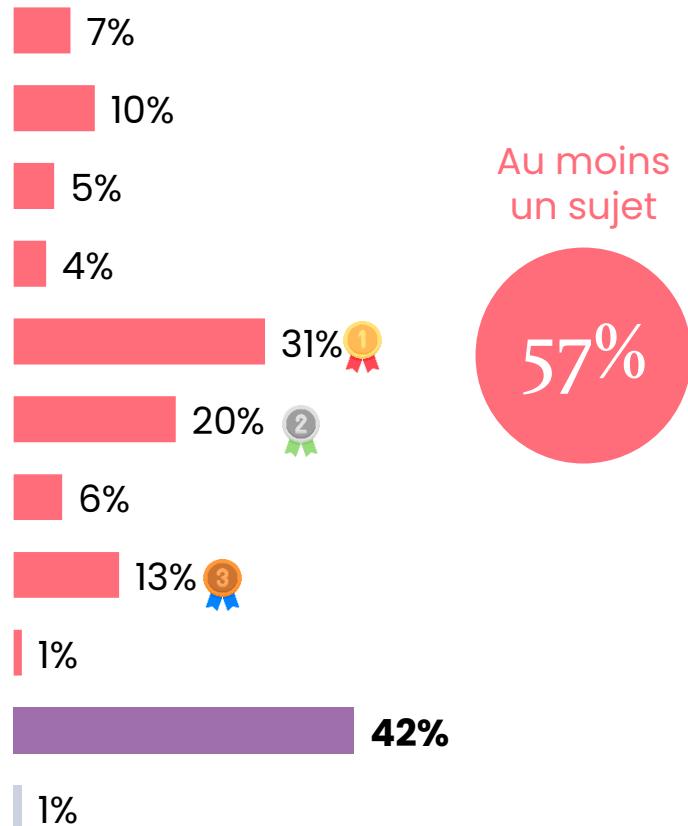
...qui reviennent systématiquement ?



Au moins un sujet

82%

...que vous évitez à tout prix ?



Au moins un sujet

57%



# Les sujets récurrents à table, lors du dîner



1030 personnes

Q. Lorsque vous dînez chez vous, quels sont les sujets...

*Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*

...qui reviennent  
systématiquement ?

	Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Sous-total Au moins un sujet</b>	<b>82%</b>	<b>86%</b>	<b>78%</b>	<b>89%</b>	<b>91%</b>	<b>85%</b>	<b>77%</b>	<b>75%</b>	<b>88%</b>	<b>85%</b>	<b>76%</b>
L'actualité	<b>47%</b>	50%	44%	47%	41%	38%	48%	57%	41%	46%	52%
Le travail	<b>35%</b>	35%	34%	48%	56%	45%	35%	9%	47%	48%	17%
La nourriture elle-même ("Qu'est-ce qu'on mange demain ?")	<b>32%</b>	34%	31%	30%	19%	38%	34%	33%	33%	31%	33%
Les enfants	<b>30%</b>	31%	30%	16%	36%	40%	26%	27%	35%	33%	26%
La politique	<b>20%</b>	24%	18%	21%	23%	14%	19%	27%	17%	20%	23%
L'argent	<b>19%</b>	19%	20%	31%	31%	19%	16%	12%	19%	26%	15%
L'organisation du quotidien / la logistique	<b>19%</b>	21%	17%	14%	27%	24%	19%	13%	31%	15%	15%
Le couple / les sujets personnels	<b>17%</b>	19%	15%	21%	16%	19%	16%	15%	18%	17%	16%
Autre	<b>1%</b>	2%	1%	1%	-	1%	1%	3%	1%	-	3%
<b>Aucun en particulier</b>	<b>18%</b>	<b>14%</b>	<b>22%</b>	<b>11%</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>	<b>22%</b>	<b>25%</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>24%</b>



# Les sujets récurrents à table, lors du dîner



1030  
personnes

Q. Lorsque vous dînez chez vous, quels sont les sujets...

*Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*

...qui reviennent  
systématiquement ?

	Total	SITUATION FAMILIALE			
		Célibataire (célibataire et vit seul)	DINK (en couple et sans enfant)	Famille (en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer)	Empty Nesters (en couple, dont les enfants ont quitté le foyer)
<b>Sous-total Au moins un sujet</b>	<b>82%</b>	<b>63%</b>	<b>87%</b>	<b>91%</b>	<b>87%</b>
L'actualité	<b>47%</b>	34%	59%	35%	64%
Le travail	<b>35%</b>	29%	49%	46%	26%
La nourriture elle-même ("Qu'est-ce qu'on mange demain ?")	<b>32%</b>	17%	37%	34%	41%
Les enfants	<b>30%</b>	10%	9%	55%	35%
La politique	<b>20%</b>	17%	28%	16%	28%
L'argent	<b>19%</b>	18%	25%	24%	16%
L'organisation du quotidien / la logistique	<b>19%</b>	9%	28%	29%	15%
Le couple / les sujets personnels	<b>17%</b>	11%	28%	18%	22%
Autre	<b>1%</b>	2%	-	1%	1%
<b>Aucun en particulier</b>	<b>18%</b>	<b>36%</b>	<b>13%</b>	<b>9%</b>	<b>13%</b>



# Les sujets évités à table, lors du dîner



1030  
personnes

Q. Lorsque vous dînez chez vous, quels sont les sujets...

*Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*

...que vous évitez  
à tout prix ?

...que vous évitez à tout prix ?	Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Sous-total Au moins un sujet</b>	<b>57%</b>	<b>58%</b>	<b>55%</b>	<b>75%</b>	<b>68%</b>	<b>58%</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>	<b>58%</b>	<b>64%</b>	<b>52%</b>
La politique	<b>31%</b>	32%	31%	27%	34%	34%	32%	28%	32%	38%	27%
L'argent	<b>20%</b>	21%	19%	26%	27%	18%	17%	19%	20%	19%	21%
Le couple / les sujets personnels	<b>13%</b>	14%	12%	16%	16%	15%	10%	11%	13%	15%	12%
Le travail	<b>10%</b>	10%	9%	19%	15%	8%	7%	6%	10%	13%	6%
L'actualité	<b>7%</b>	8%	6%	9%	13%	8%	7%	2%	8%	9%	5%
L'organisation du quotidien / la logistique	<b>6%</b>	6%	5%	13%	9%	6%	3%	4%	5%	8%	5%
La nourriture elle-même ("Qu'est-ce qu'on mange demain ?")	<b>5%</b>	5%	5%	13%	6%	4%	3%	5%	4%	6%	6%
Les enfants	<b>4%</b>	5%	4%	4%	9%	3%	3%	4%	3%	6%	4%
Autre	<b>1%</b>	1%	1%	-	-	1%	1%	1%	-	1%	1%
<b>Aucun en particulier</b>	<b>42%</b>	<b>41%</b>	<b>43%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>41%</b>	<b>48%</b>	<b>51%</b>	<b>41%</b>	<b>35%</b>	<b>48%</b>



# Les sujets évités à table, lors du dîner



1030  
personnes

Q. Lorsque vous dînez chez vous, quels sont les sujets...

*Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*

...que vous **évitez**  
à tout prix ?

	Total	SITUATION FAMILIALE			
		Célibataire (célibataire et vit seul)	DINK (en couple et sans enfant)	Famille (en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer)	Empty Nesters (en couple, dont les enfants ont quitté le foyer)
<b>Sous-total Au moins un sujet</b>	<b>57%</b>	<b>54%</b>	<b>53%</b>	<b>65%</b>	<b>53%</b>
La politique	<b>31%</b>	27%	29%	40%	29%
L'argent	<b>20%</b>	17%	18%	22%	20%
Le couple / les sujets personnels	<b>13%</b>	11%	12%	15%	13%
Le travail	<b>10%</b>	10%	7%	9%	8%
L'actualité	<b>7%</b>	3%	10%	12%	5%
L'organisation du quotidien / la logistique	<b>6%</b>	3%	4%	7%	5%
La nourriture elle-même ("Qu'est-ce qu'on mange demain ?")	<b>5%</b>	6%	5%	5%	6%
Les enfants	<b>4%</b>	3%	2%	5%	6%
Autre	<b>1%</b>	-	2%	1%	1%
<b>Aucun en particulier</b>	<b>42%</b>	<b>46%</b>	<b>44%</b>	<b>34%</b>	<b>46%</b>



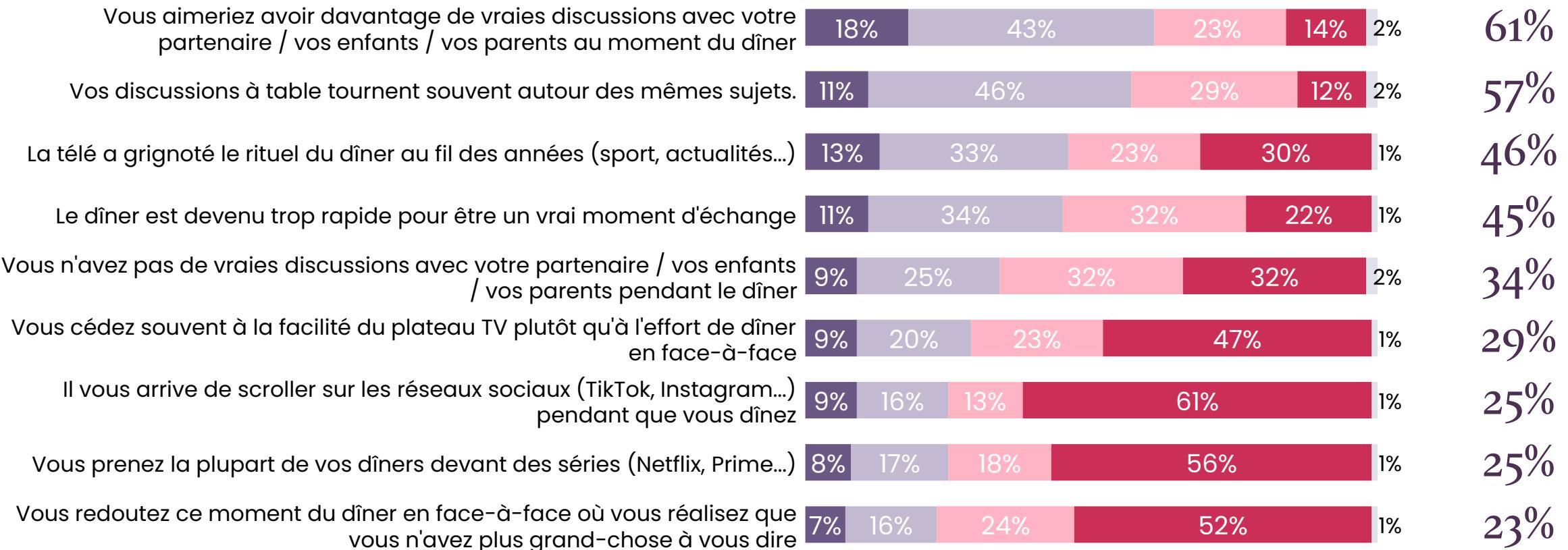
# Les perceptions relatives aux dîners aujourd'hui



1030  
personnes

Q. Aujourd'hui, diriez-vous que...

D'accord



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP

# “ Les perceptions relatives aux dîners aujourd’hui



1030 personnes

Q. Aujourd’hui, diriez-vous que...

	% D'accord	SEXÉ		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Vous aimeriez avoir davantage de vraies discussions avec votre partenaire / vos enfants / vos parents au moment du dîner	<b>61%</b>	62%	61%	76%	74%	63%	59%	48%	65%	67%	55%
Vos discussions à table tournent souvent autour des mêmes sujets	<b>57%</b>	55%	58%	53%	65%	61%	53%	51%	56%	61%	54%
La télé a grignoté le rituel du dîner au fil des années (sport, actualités...)	<b>46%</b>	47%	45%	57%	55%	45%	42%	42%	40%	53%	46%
Le dîner est devenu trop rapide pour être un vrai moment d'échange	<b>45%</b>	48%	43%	56%	57%	49%	41%	34%	45%	53%	40%
You n'avez pas de vraies discussions avec votre partenaire / vos enfants / vos parents pendant le dîner	<b>34%</b>	35%	34%	51%	51%	35%	29%	24%	32%	37%	33%
Vous cédez souvent à la facilité du plateau TV plutôt qu'à l'effort de dîner en face-à-face	<b>29%</b>	30%	27%	44%	50%	30%	23%	15%	30%	36%	23%
Il vous arrive de scroller sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram...) pendant que vous dînez	<b>25%</b>	24%	25%	55%	55%	30%	12%	3%	30%	34%	14%
Vous prenez la plupart de vos dîners devant des séries (Netflix, Prime...)	<b>25%</b>	22%	28%	60%	51%	26%	15%	5%	24%	37%	16%
Vous redoutez ce moment du dîner en face-à-face où vous réalisez que vous n'avez plus grand-chose à vous dire	<b>23%</b>	25%	20%	44%	45%	20%	16%	11%	23%	28%	19%

# “ Les perceptions relatives aux dîners aujourd’hui



1030 personnes

Q. Aujourd’hui, diriez-vous que...

	% D'accord	SITUATION FAMILIALE			
		Célibataire (célibataire et vit seul)	DINK (en couple et sans enfant)	Famille (en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer)	Empty Nesters (en couple, dont les enfants ont quitté le foyer)
Vous aimeriez avoir davantage de vraies discussions avec votre partenaire / vos enfants / vos parents au moment du dîner	<b>61%</b>	58%	58%	72%	54%
Vos discussions à table tournent souvent autour des mêmes sujets	<b>57%</b>	46%	56%	64%	63%
La télé a grignoté le rituel du dîner au fil des années (sport, actualités...)	<b>46%</b>	46%	41%	47%	46%
Le dîner est devenu trop rapide pour être un vrai moment d'échange	<b>45%</b>	45%	40%	51%	39%
You n'avez pas de vraies discussions avec votre partenaire / vos enfants / vos parents pendant le dîner	<b>34%</b>	37%	29%	38%	29%
Vous cédez souvent à la facilité du plateau TV plutôt qu'à l'effort de dîner en face-à-face	<b>29%</b>	38%	32%	29%	15%
Il vous arrive de scroller sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram...) pendant que vous dînez	<b>25%</b>	35%	29%	35%	6%
Vous prenez la plupart de vos dîners devant des séries (Netflix, Prime...)	<b>25%</b>	36%	23%	27%	7%
Vous redoutez ce moment du dîner en face-à-face où vous réalisez que vous n'avez plus grand-chose à vous dire	<b>23%</b>	26%	20%	26%	17%

# opinionway'

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

**Enable today, shape tomorrow**

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

## Restons connectés !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

*Je m'abonne*

Votre contact OpinionWay

**Eléonore Quarre**

Responsable des études Société  
Pôle Opinion  
[equarre@opinion-way.com](mailto:equarre@opinion-way.com)

Tel. +33 1 81 81 83 00