

opinionway,

— POUR —



La place du goûter dans la vie des Français

Rapport de résultats | Juillet 2026





La méthodologie

opinionway

Crédits : dev-asongbam

La méthodologie

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

« Sondage OpinionWay pour St Michel »

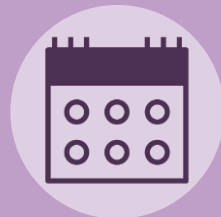
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1000 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 22 au 23 juillet 2026**. 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.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Crédits : adobe stock

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	25%
65 ans et plus	26%
 Région	%
Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

 Activité professionnelle	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	31%
Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	5%
Professions libérales / Cadres	11%
Professions intermédiaires	15%
Catégories populaires	28%
Employés	16%
Ouvriers	12%
Inactifs	41%
Retraités	28%
Autres inactifs	13%
 Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	21%
De 2 000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock



La fréquence de prise du goûter



1000
personnes

Q. Vous personnellement, à quelle fréquence... ?

...donnez-vous un goûter
à vos enfants ?*

...prenez-vous
un goûter ?

...donnez-vous un goûter
à vos petits-enfants ?**

% Le fait

100%

78%

71%

96%

55%

32%

% dont au moins une fois par semaine

Tous les jours ●

Plusieurs fois par semaine ●

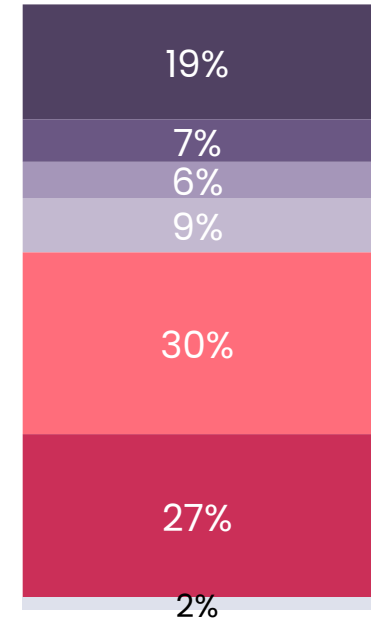
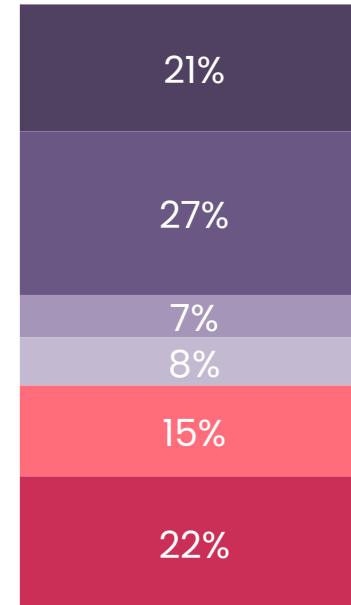
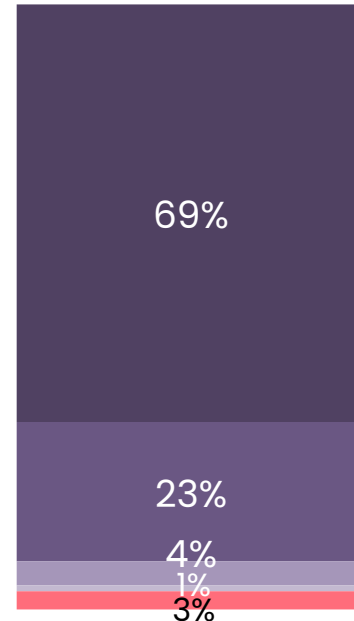
Une fois par semaine ●

Deux à trois fois par mois ●

Moins souvent ●

Jamais ●

NSP ●



” La fréquence de prise du goûter



1000
personnes

Q. Vous personnellement, à quelle fréquence... ?

	% Au moins une fois par semaine	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
...donnez-vous un goûter à vos enfants ? <i>item posé uniquement aux parents, soit 227 personnes</i>	96%	95%	98%	100%	100%	98%	90%	100%	97%	95%	98%
...prenez-vous un goûter ?	55%	51%	59%	82%	79%	58%	41%	42%	61%	52%	51%
...donnez-vous un goûter à vos petits-enfants ? <i>item posé uniquement aux grands-parents, soit 295 personnes</i>	32%	30%	35%	-	-	70%	33%	31%	48%	21%	32%



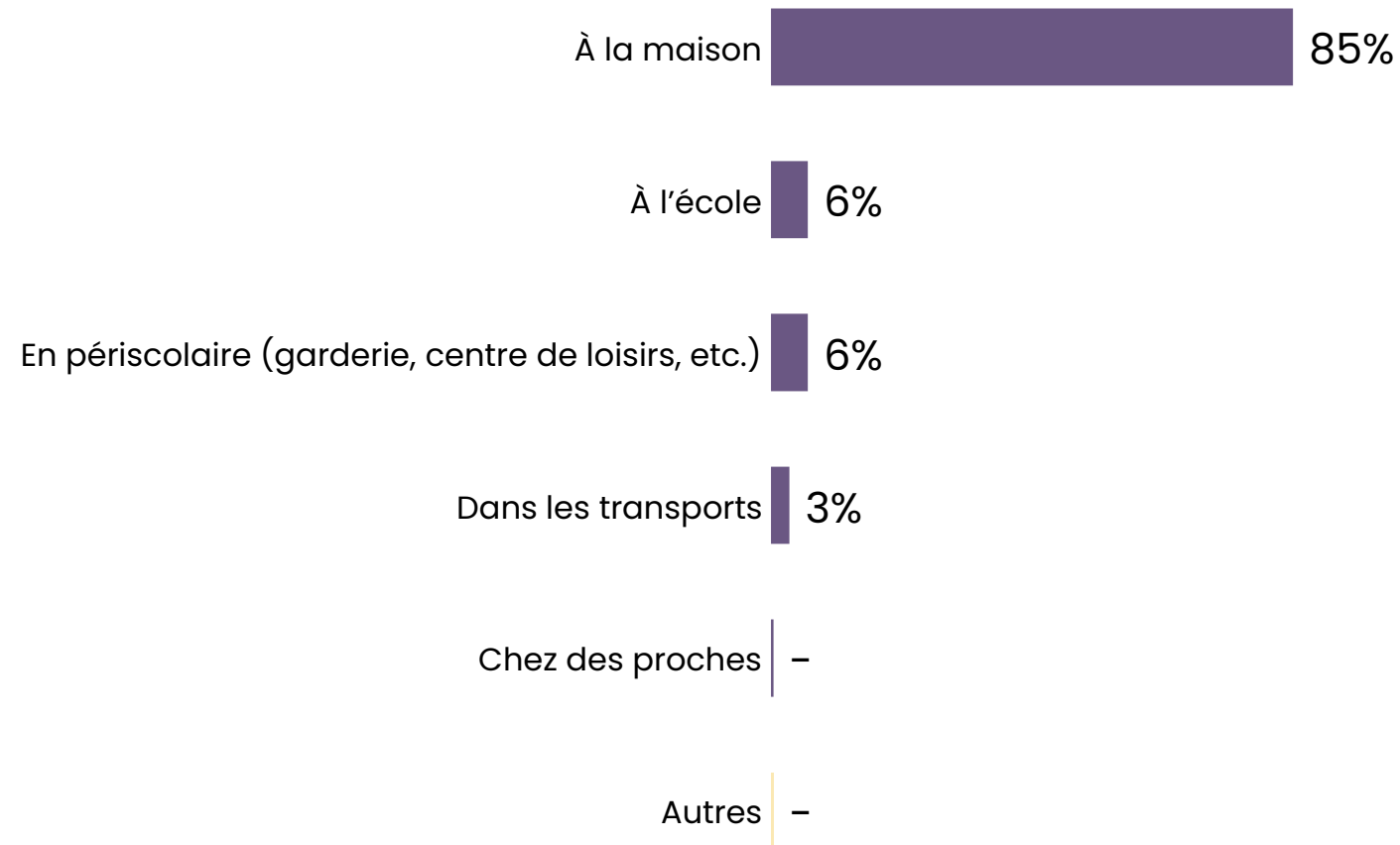
Les lieux où les enfants prennent leur goûter



227
personnes

Q. Où votre enfant prend-il le plus souvent son goûter ?

Question posée uniquement aux parents, soit 23% de l'échantillon





Les lieux où les enfants prennent leur goûter



227
personnes

Q. Où votre enfant prend-il le plus souvent son goûter ?

Question posée uniquement aux parents, soit 23% de l'échantillon

	% Total	SEXE		ÂGE			STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif*
À la maison	85%	83%	87%	84%	81%	95%	82%	85%	100%
À l'école	6%	6%	6%	7%	8%	2%	5%	10%	-
En périscolaire (garderie, centre de loisirs, etc.)	6%	7%	5%	5%	9%	-	9%	3%	-
Dans les transports	3%	3%	2%	4%	1%	3%	3%	2%	-
Chez des proches	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autre	-	1%	-	-	1%	-	1%	-	-

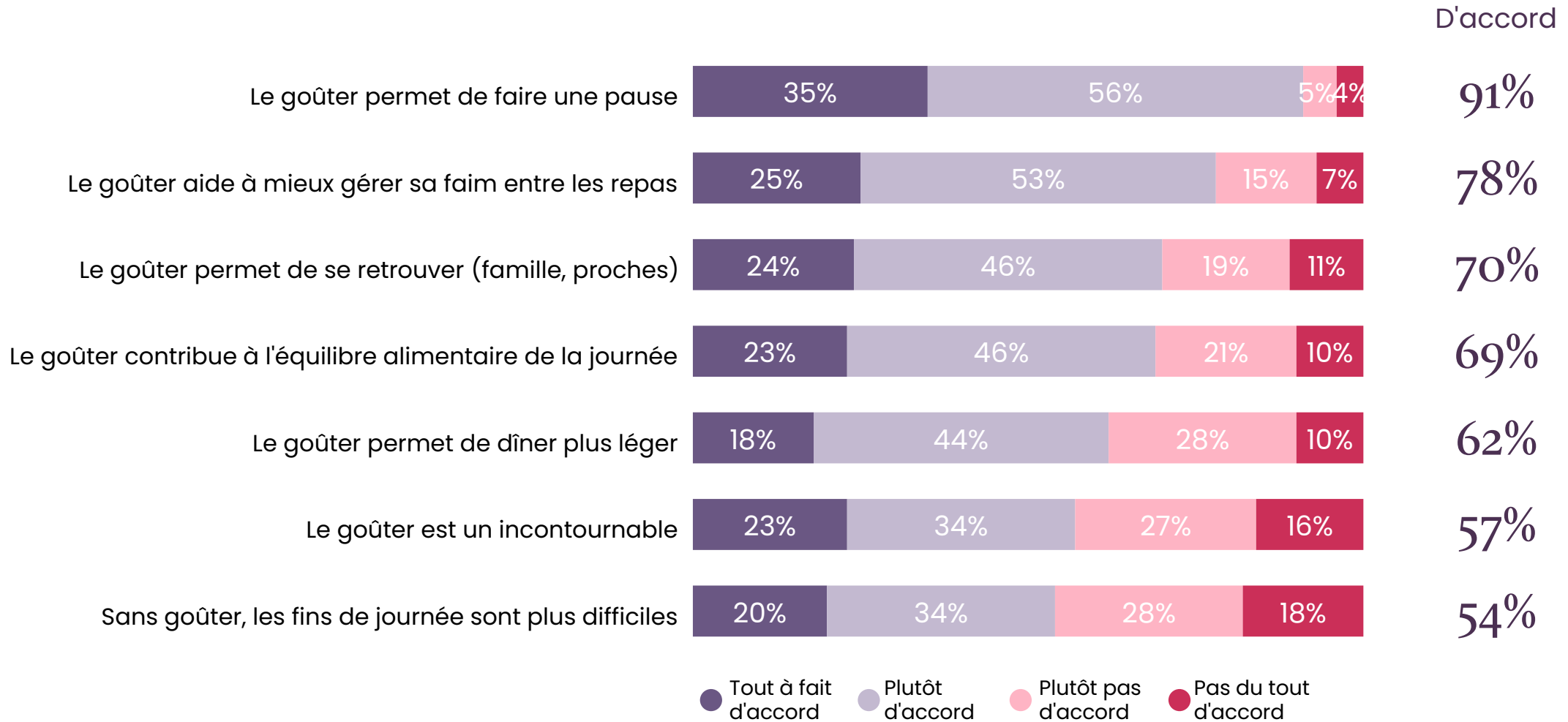
*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution

” Les perceptions du goûter



1000
personnes

Q. Êtes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le goûter ?



” Les perceptions du goûter

Q. Êtes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le goûter ?



1000
personnes

	% D'accord	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le goûter permet de faire une pause	91%	88%	92%	96%	90%	95%	89%	86%	92%	92%	88%
Le goûter aide à mieux gérer sa faim entre les repas	78%	75%	81%	85%	86%	82%	73%	71%	80%	80%	75%
Le goûter contribue à l'équilibre alimentaire de la journée	69%	68%	71%	77%	77%	74%	62%	65%	72%	70%	68%
Le goûter permet de se retrouver (famille, proches)	70%	66%	73%	76%	80%	73%	65%	62%	68%	77%	66%
Le goûter permet de dîner plus léger	62%	59%	63%	72%	69%	60%	58%	58%	59%	63%	62%
Le goûter est un incontournable	57%	52%	61%	77%	76%	62%	46%	43%	60%	62%	52%
Sans goûter, les fins de journée sont plus difficiles	54%	48%	59%	70%	72%	59%	46%	40%	64%	54%	46%

” Les perceptions du goûter



1000
personnes

Q. Êtes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le goûter ?

	% D'accord	PARENTS D'ENFANTS ÂGÉS DE MOINS DE 18 ANS		GRANDS-PARENTS	
		Oui	Non	Oui	Non
Le goûter permet de faire une pause	91%	95%	89%	91%	90%
Le goûter aide à mieux gérer sa faim entre les repas	78%	88%	74%	79%	78%
Le goûter contribue à l'équilibre alimentaire de la journée	69%	82%	64%	70%	69%
Le goûter permet de se retrouver (famille, proches)	70%	82%	64%	72%	69%
Le goûter permet de dîner plus léger	62%	66%	60%	65%	60%
Le goûter est un incontournable	57%	77%	48%	52%	59%
Sans goûter, les fins de journée sont plus difficiles	54%	72%	46%	47%	56%

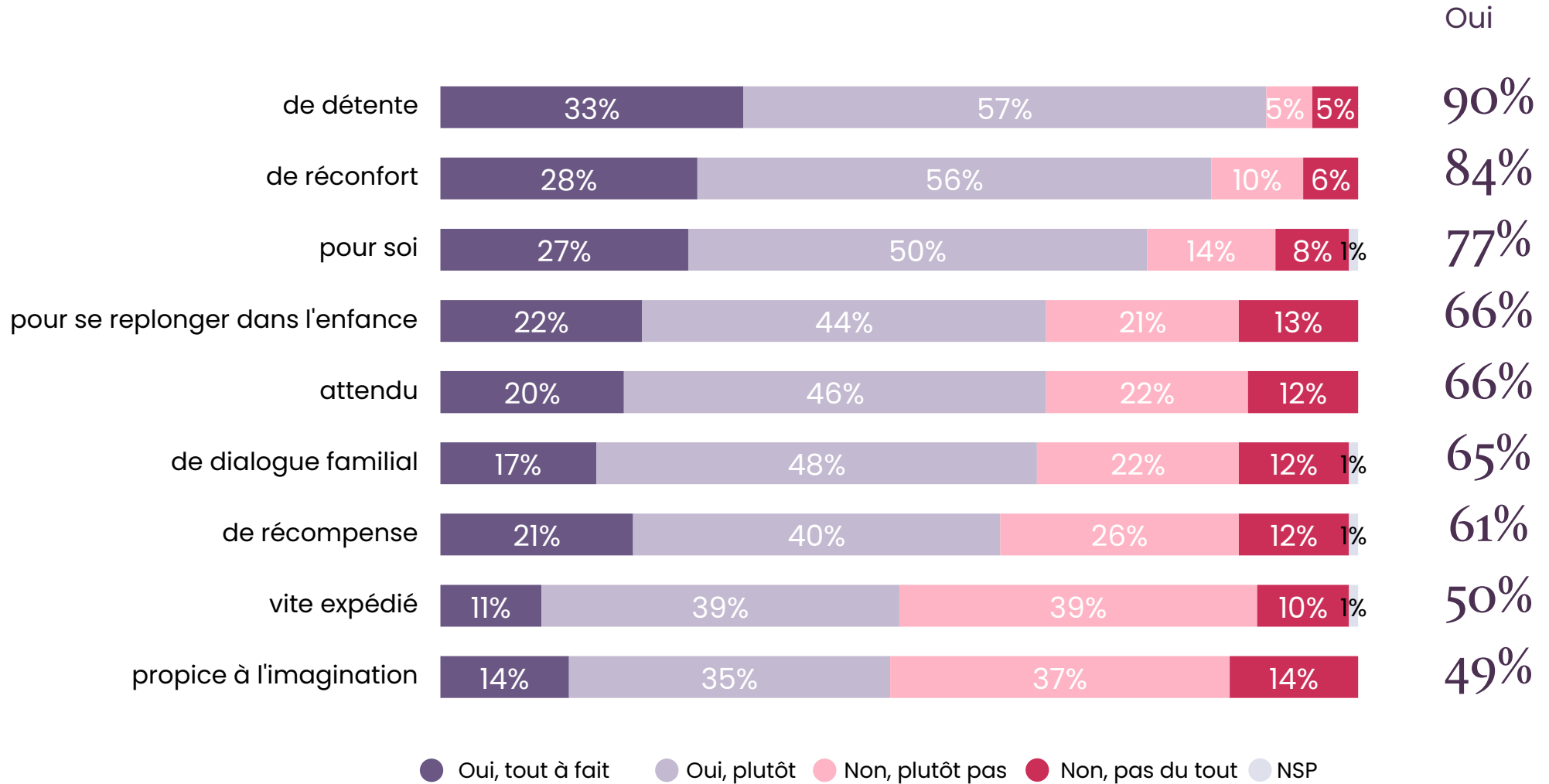


L'image associée au moment du goûter



1000
personnes

Q. Et diriez-vous que le goûter constitue un moment ... ?





L'image associée au moment du goûter



1000
personnes

Q. Et diriez-vous que le goûter constitue un moment ... ?

	% Oui	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
de détente	90%	88%	91%	93%	93%	95%	90%	83%	92%	94%	85%
de réconfort	84%	80%	88%	93%	89%	92%	86%	69%	87%	89%	78%
pour soi	77%	72%	81%	92%	87%	83%	75%	61%	82%	82%	69%
pour se replonger dans l'enfance	66%	62%	69%	76%	85%	70%	60%	53%	68%	71%	60%
attendu	66%	62%	69%	80%	85%	72%	55%	54%	71%	68%	60%
de dialogue familial	65%	61%	68%	70%	78%	67%	62%	57%	67%	70%	61%
de récompense	61%	56%	66%	80%	73%	67%	59%	46%	65%	68%	55%
vite expédié	50%	58%	43%	54%	51%	47%	55%	47%	53%	49%	49%
propice à l'imagination	49%	48%	49%	60%	67%	51%	45%	35%	49%	53%	44%



L'image associée au moment du goûter



1000
personnes

Q. Et diriez-vous que le goûter constitue un moment ... ?

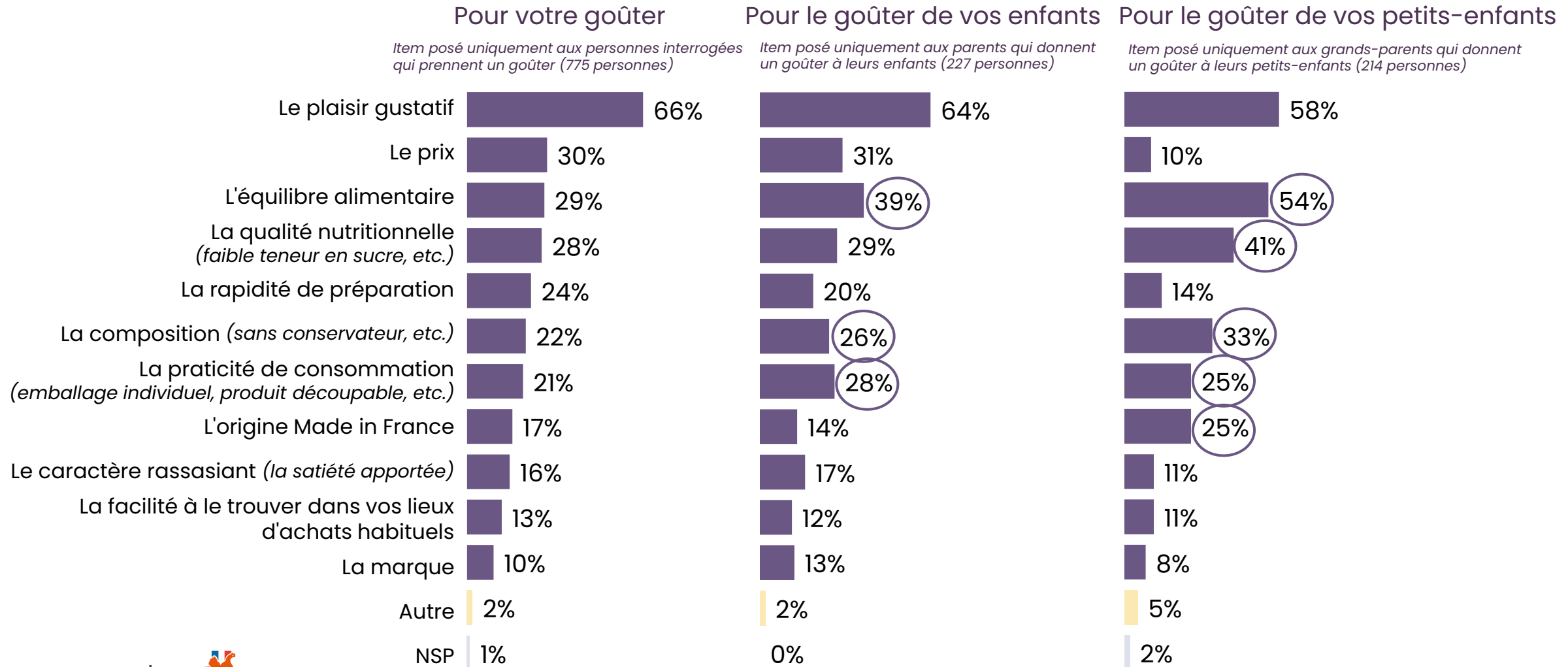
	% Oui	PARENTS D'ENFANTS ÂGÉS DE MOINS DE 18 ANS		GRANDS-PARENTS	
		Oui	Non	Oui	Non
de détente	90%	94%	88%	89%	91%
de réconfort	84%	92%	80%	78%	87%
pour soi	77%	83%	74%	64%	81%
pour se replonger dans l'enfance	66%	77%	61%	57%	70%
attendu	66%	83%	58%	61%	67%
de dialogue familial	65%	78%	59%	67%	65%
de récompense	61%	72%	57%	49%	66%
vite expédié	50%	46%	52%	50%	51%
propice à l'imagination	49%	60%	43%	44%	50%



Les critères de choix des produits du goûter

Q. Lorsque vous choisissez un produit pour le goûter, quels sont les critères qui comptent le plus ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les critères de choix des produits du goûter

Q. Lorsque vous choisissez un produit pour le goûter, quels sont les critères qui comptent le plus ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

Pour votre goûter Item posé uniquement aux personnes interrogées qui prennent un goûter (775 personnes)	% Total	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le plaisir gustatif	66%	64%	68%	70%	50%	70%	71%	66%	65%	66%	67%
Le prix	30%	31%	28%	46%	41%	30%	29%	12%	30%	34%	25%
L'équilibre alimentaire	29%	27%	30%	18%	24%	29%	34%	33%	30%	25%	31%
La qualité nutritionnelle (faible teneur en sucre, etc.)	28%	25%	29%	24%	27%	26%	28%	32%	28%	24%	30%
La rapidité de préparation	24%	21%	25%	25%	27%	24%	24%	20%	23%	27%	21%
La composition (sans conservateur, etc.)	22%	24%	21%	18%	21%	26%	21%	23%	22%	22%	23%
La praticité de consommation (emballage individuel, produit découpable, etc.)	21%	24%	19%	22%	24%	26%	20%	14%	21%	26%	17%
L'origine Made in France	17%	19%	15%	11%	14%	17%	17%	23%	15%	16%	21%
Le caractère rassasiant (la satiété apportée)	16%	18%	15%	17%	14%	25%	14%	11%	14%	23%	14%
La facilité à le trouver dans vos lieux d'achats habituels	13%	13%	13%	26%	11%	10%	12%	10%	11%	13%	14%
La marque	10%	11%	9%	20%	17%	9%	6%	6%	9%	11%	11%
Autre	2%	3%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	2%	2%	2%



Les critères de choix des produits du goûter

Q. Lorsque vous choisissez un produit pour le goûter, quels sont les critères qui comptent le plus ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

Pour le goûter de vos enfants

Item posé uniquement aux parents qui donnent un goûter à leurs enfants (227 personnes)

	% Total	SEXE		ÂGE			STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le plaisir gustatif	64%	55%	70%	57%	70%	55%	61%	68%	63%
L'équilibre alimentaire	39%	37%	41%	38%	37%	45%	41%	32%	55%
Le prix	31%	31%	30%	36%	23%	40%	30%	29%	39%
La qualité nutritionnelle (faible teneur en sucre, etc.)	29%	28%	30%	24%	35%	21%	34%	23%	23%
La praticité de consommation (emballage individuel, produit découpable, etc.)	28%	26%	30%	22%	31%	28%	31%	27%	20%
La composition (sans conservateur, etc.)	26%	26%	27%	26%	26%	26%	28%	24%	25%
La rapidité de préparation	20%	18%	21%	22%	18%	22%	19%	20%	23%
Le caractère rassasiant (la satiété apportée)	17%	16%	17%	11%	21%	13%	17%	20%	4%
L'origine Made in France	14%	17%	12%	15%	12%	17%	15%	14%	9%
La marque	13%	19%	9%	20%	7%	18%	12%	18%	5%
La facilité à le trouver dans vos lieux d'achats habituels	12%	12%	12%	12%	9%	19%	11%	13%	14%
Autre	2%	4%	–	–	1%	4%	1%	3%	–



Les critères de choix des produits du goûter

Q. Lorsque vous choisissez un produit pour le goûter, quels sont les critères qui comptent le plus ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

Pour le goûter de vos petits-enfants

Item posé uniquement aux grands-parents qui donnent un goûter à leurs petits-enfants (214 personnes)

	% Total	SEXE		ÂGE	
		Homme	Femme	50 à 64 ans	65 ans et plus
Le plaisir gustatif	58%	55%	61%	58%	59%
L'équilibre alimentaire	54%	52%	56%	63%	52%
La qualité nutritionnelle (faible teneur en sucre, etc.)	41%	38%	44%	47%	38%
La composition (sans conservateur, etc.)	33%	31%	36%	38%	32%
L'origine Made in France	25%	26%	25%	17%	28%
La praticité de consommation (emballage individuel, produit découpable, etc.)	25%	18%	32%	31%	23%
La rapidité de préparation	14%	16%	13%	11%	15%
La facilité à le trouver dans vos lieux d'achats habituels	11%	10%	12%	8%	12%
Le caractère rassasiant (la satiété apportée)	11%	10%	11%	14%	10%
Le prix	10%	11%	10%	10%	10%
La marque	8%	8%	8%	6%	9%
Autre	5%	7%	2%	–	6%

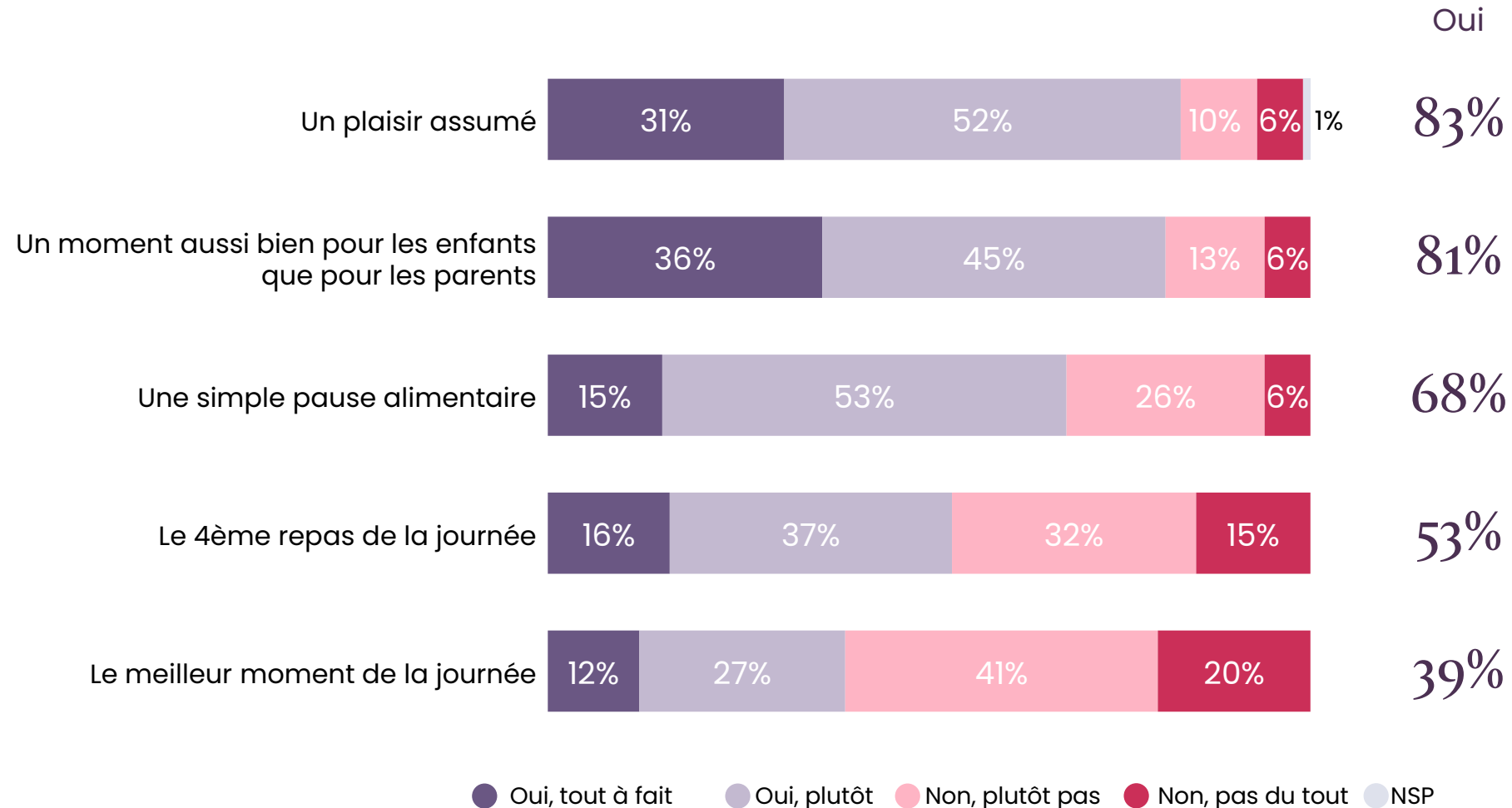


La place du goûter dans le quotidien



1000
personnes

Q. Selon vous, le goûter est-il... ?





La place du goûter dans le quotidien

Q. Selon vous, le goûter est-il... ?



1000
personnes

	% Oui	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Un plaisir assumé	83%	80%	86%	90%	88%	86%	83%	75%	83%	89%	81%
Un moment aussi bien pour les enfants que pour les parents	81%	74%	87%	93%	92%	84%	76%	71%	80%	86%	77%
Une simple pause alimentaire	68%	69%	67%	71%	74%	71%	64%	63%	72%	68%	64%
Le 4ème repas de la journée	53%	48%	57%	52%	72%	55%	49%	44%	60%	55%	47%
Le meilleur moment de la journée	39%	32%	44%	63%	64%	40%	28%	23%	42%	42%	33%



La place du goûter dans le quotidien



1000
personnes

Q. Selon vous, le goûter est-il... ?

	% Oui	PARENTS D'ENFANTS ÂGÉS DE MOINS DE 18 ANS		GRANDS-PARENTS	
		Oui	Non	Oui	Non
Un plaisir assumé	83%	90%	81%	82%	84%
Un moment aussi bien pour les enfants que pour les parents	81%	84%	79%	78%	82%
Une simple pause alimentaire	68%	69%	67%	66%	69%
Le 4ème repas de la journée	53%	59%	50%	48%	55%
Le meilleur moment de la journée	39%	51%	33%	29%	42%

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

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel: 01 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com

esomar

Corporate 2026

