

KANTAR

L'apéro à domicile.
Quelle réalité
post-crise ?



Des repas principaux en croissance sur du LT à hauteur de 11,8 %

Repas Principaux vs Pauses
Nombre d'occasions extrapolées (en millions)
CAM P7 2021 vs CAM P13 2019

Repas
principaux



Pauses



P201913

P202002

P202013

P202107

Essentiellement via le plat principal et l'apéritif

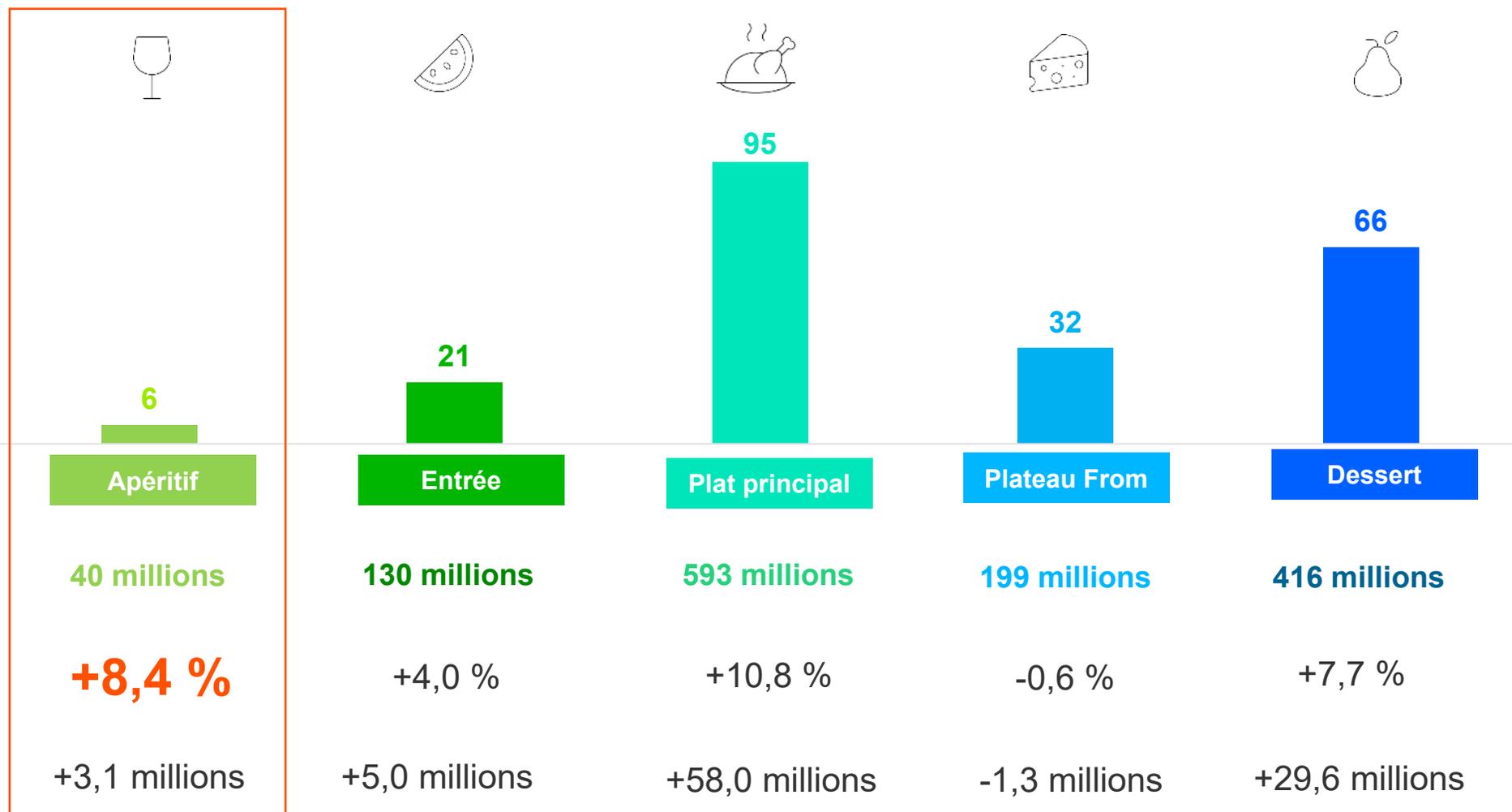
Structure du repas
100 % Repas Principaux
% d'occasions

Une croissance de l'apéritif surtout liée au déjeuner et au weekend

Nb d'occasions /
Semaine CAM P7 2021

Evolution % vs
CAM P7 2019

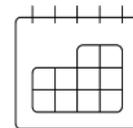
Evolution abs
vs CAM P7 2019



Un apéritif pris par 30 % des Français chaque semaine à raison de 2,1 fois au cours de la semaine



1 individu sur 3



2,1 fois / semaine



**40 MILLIONS
D'APÉRITIFS CHAQUE SEMAINE
À DOMICILE EN FRANCE**



Soit **2,1 MILLIARDS**
D'OCCASIONS par AN

Une habitude prise plutôt par les + âgés et qui s'est renforcée

Profil Consommateurs

% d'occasions – 100 % Repas Principaux

Indice vs tt Alim

Évolution en nb d'occasions extrapolés CAM P7 2021 vs CAM P7 2019

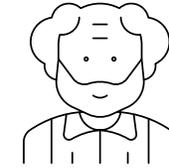
Répartition Occasions par âge

■ -15 ans ■ 16-49 ans ■ +50 ans

APÉRITIF



TT ALIM



+50 ans

54 % des occ

(i.121, +13,8 %)

→ 35 % des +50 ans
prennent au moins un
apéritif / semaine



Hommes

53 % des occ

(i.114, +10,9 %)

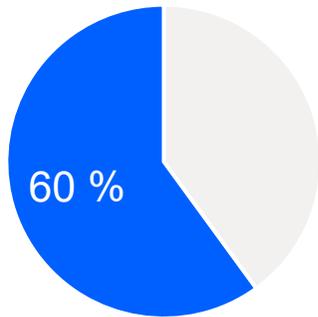
Et un apéritif particulièrement pris le weekend, et notamment samedi soir et le dimanche midi

Contexte de consommation

% d'occasions – 100 % Repas Principaux

Indice vs tt Alim

Evolution en nb d'occasions extrapolés CAM P7 2021 vs CAM P7 2019



Week-End

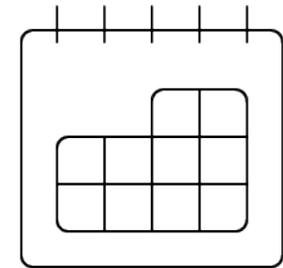
(i.179, +11,9 %)

Dont Samedi au dîner 16 %

(i.385, +8,8 %)

Dont Dimanche au déjeuner 16 %

(i.410, +15,9 %)



64 %

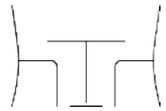
Dîner

(i.199, +5,1 %)

Globalement un apéro pris dans un contexte classique et qui se prend avant tout par plaisir

Un apéro qui reste néanmoins festif : presque 2 apéro sur 10 le sont !

Contexte de consommation - % d'occasions – 100 % Repas Principaux
Indice vs tt Alim -Evolution en nb d'occasions extrapolés CAM P7 2021 vs CAM P7 2019



Table

81 %

i.97, +6,2 %



Télévision

57 %

i.116, +21,3 %



Classique

74 %

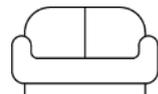
i.85, +13,1 %



Festif

17 %

i.919, -9,4 %



Canapé

15 %

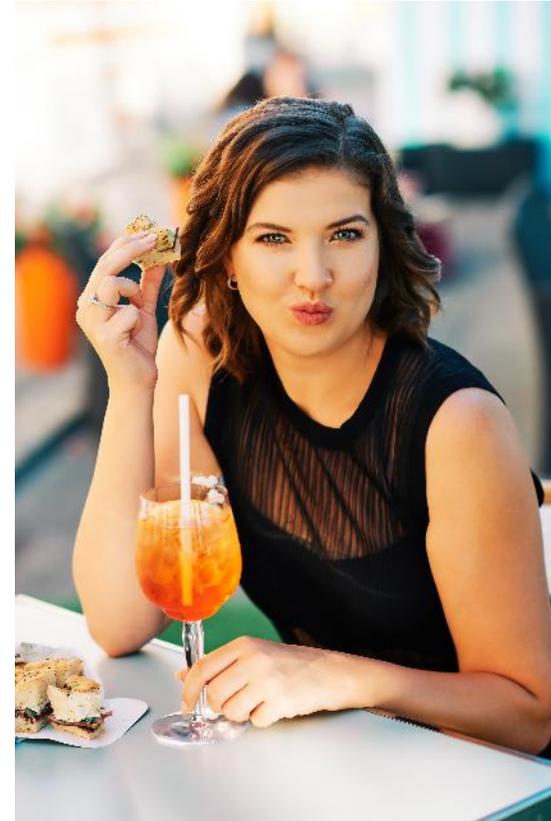
i.123, +32,1 %



Avec invités

14 %

i.593, +18,4 %



Raisons de consommation
% d'occasions – 100 % Repas Principaux
Indice vs tt Alim

#1 Plaisir / Tentation
(60 % *i.109*)



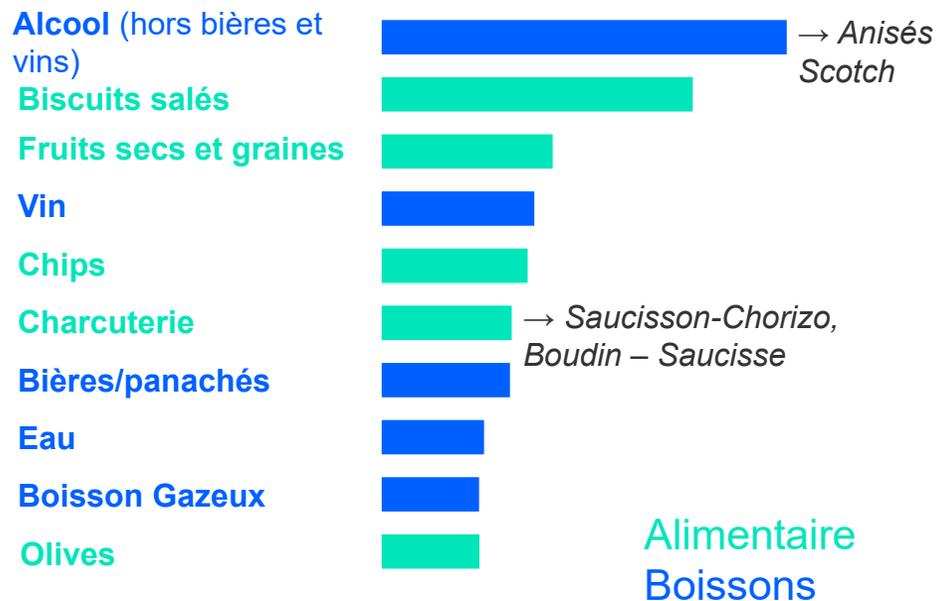
Suivi du goût et de la rapidité/praticité

LE PLAISIR : Driver #1
sur un total alimentaire quel que soit le moment de consommation

Les catégories incontournables de l'apéritif, avec une différence au sein des générations

QUELS PRODUITS SONT LES PLUS CONSOMMÉS À L'APÉRITIF ?

TOP 10 CATÉGORIES
% d'occasions
100% Repas principaux - Apéritif



- 50 ANS

- #1 Biscuits salés
- #2 Chips
- #3 Boissons Gazeuses
- #4 Bières / Panachés
- #5 Charcuterie

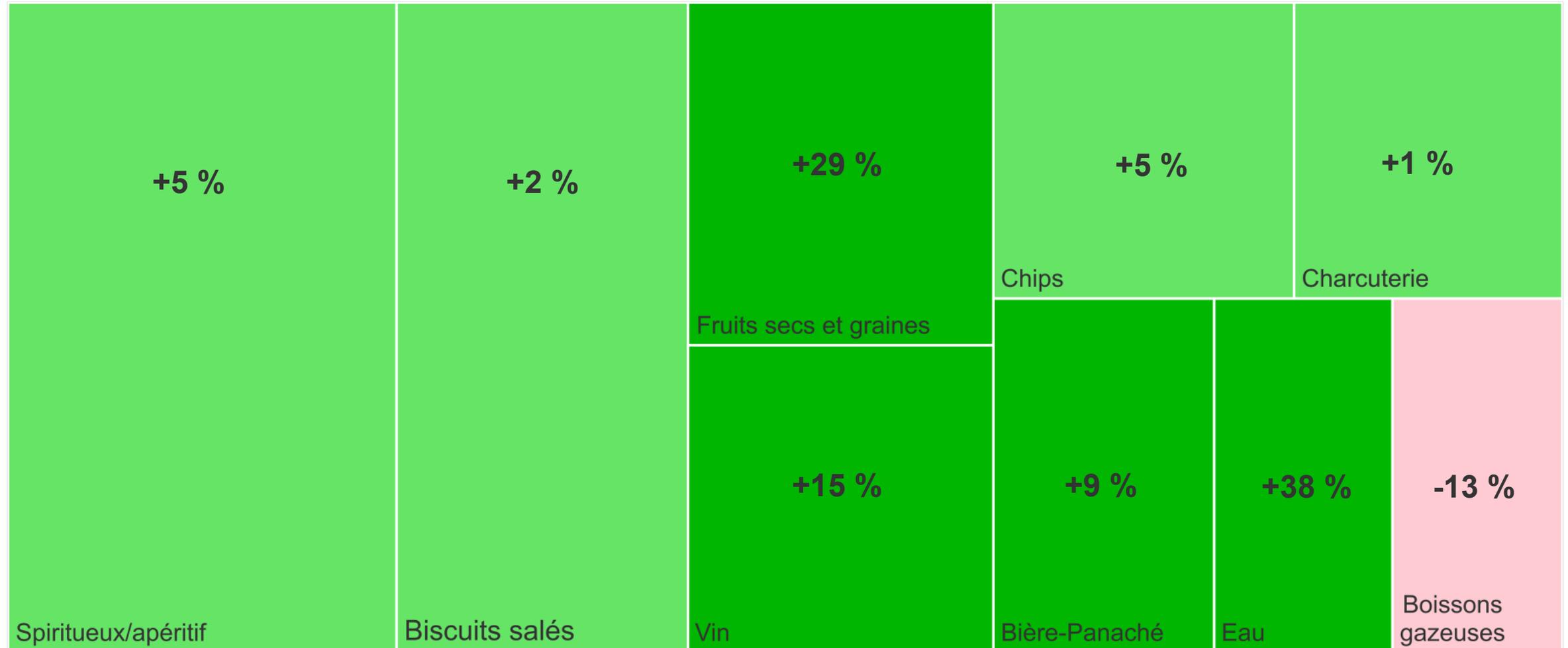


+ 50 ANS

- #1 Alcool (hors bière / vins)
- #2 Biscuits salés
- #3 Vin
- #4 Fruits Sec & Graines
- #5 Charcuterie

Les catégories phares de l'apéritif ont presque toutes profité de la crise...

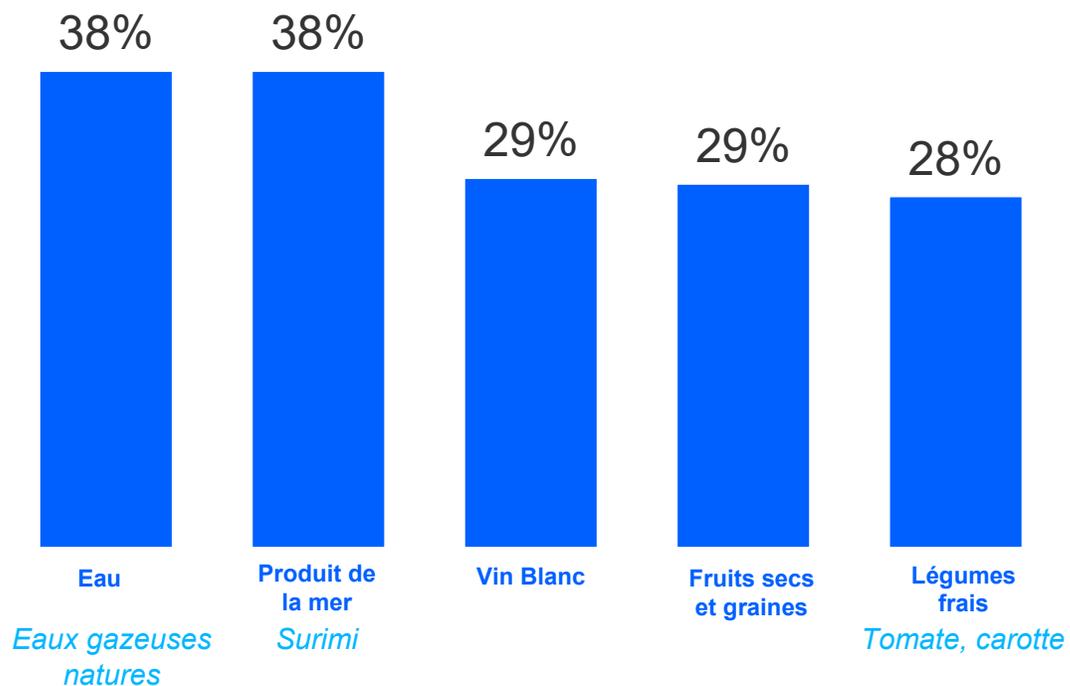
% occasions - Apéritif
Evol en nb d'occasions



Mais aussi des plus petites catégories très dynamiques comme les produits de la mer.

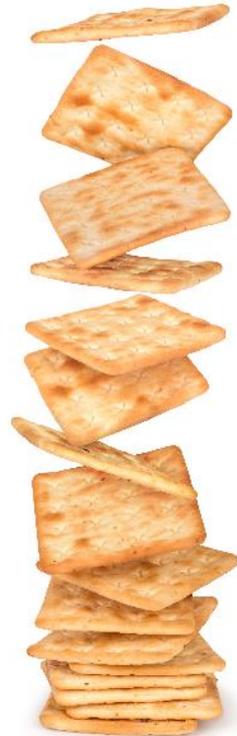
TOP 5 ÉVOLUTIONS VS CAM P7 2019

Evol en nb d'occasions - Apéritif



Parmi les marques les plus consommées on retrouve surtout des catégories de biscuits salés / chips, mais l'eau et les tomates cerises gagnent du terrain

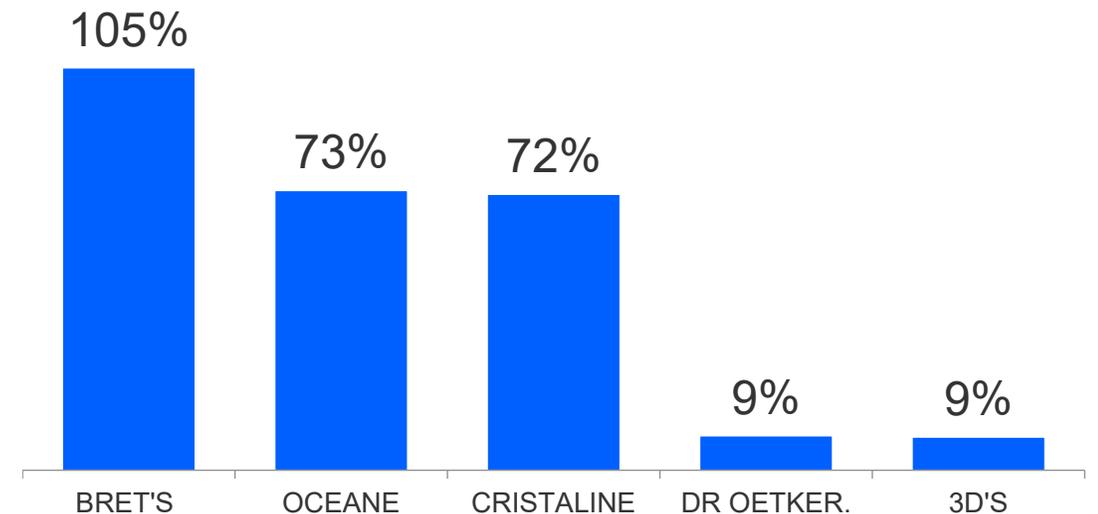
TOP 6 MARQUES LES + CONSOMMÉES



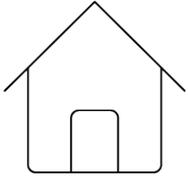
En revanche, la seule marque en croissance parmi ces marques est **Océane** (tomates cerises)

TOP 5 ÉVOLUTIONS VS CAM P7 2019

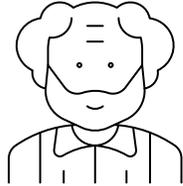
Évol en nb d'occasions



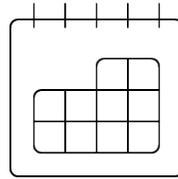
Conclusion



L'apéritif s'installe de plus en plus à domicile



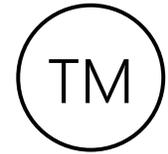
Une habitude qui se renforce chez les plus séniors



Et qui est centrée sur le weekend



L'alcool semble être un incontournable sur ce moment



De nombreuses catégories et marques en ont profité



Plusieurs signaux montrent la volonté d'un apéritif plus sain (via le dynamisme de l'eau, des tomates cerises notamment).

➤ **Nouvelle réalité post-crise pour l'apéro à domicile : accentuation des tendances préexistantes et ajout d'une touche santé !**

Pour bien adresser l'apéritif, il est possible de le segmenter car évidemment il n'existe pas qu'un seul type d'apéritif mais bien des réalités différentes en fonction du contexte

APÉRO DES ENFANTS



APÉRO DES PARENTS



APÉRO FESTIF



APÉRO GRIGNOTAGE



APÉRO SEMAINE



APÉRO SAIN



APÉRO DU DIMANCHE MIDI



APÉRO REPAS



POUR PLUS D'INFORMATIONS

Juliette Lena
Consultante Food Usage
juliette.lena@kantar.com

Clémence Bertuit
Consultante Food Usage
clemence.bertuit@kantar.com

Justine Moya
Consultante Food Usage
justine.moya@kantar.com