La bataille du midi

Un enjeu à 30 milliards



NielsenIQ Insight
Le 16 novembre 2026

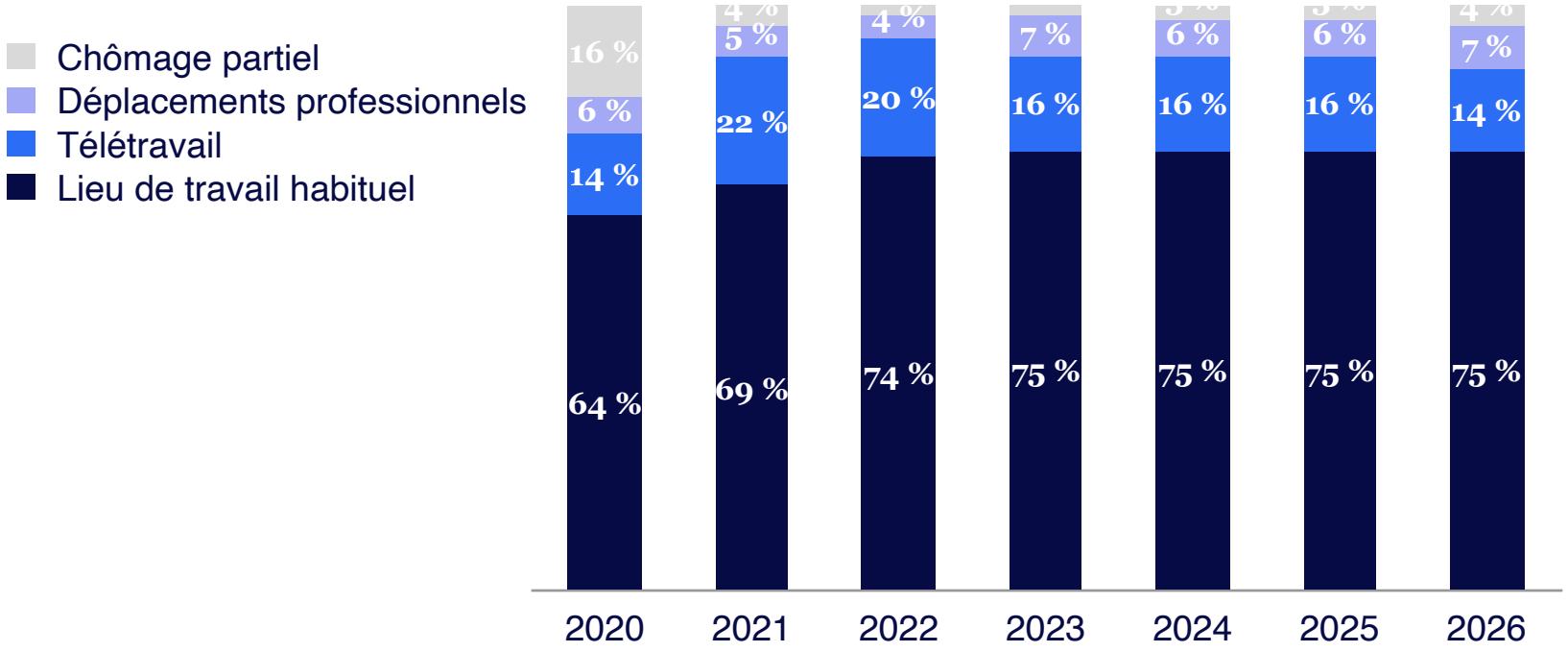
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Confidential and proprietary

Des Français toujours *majoritairement sur leur lieu de travail le midi*

Répartition du temps de travail

% de temps des actifs



14%

Du temps des actifs est télétravaillé en 2026

Source : Baromètre Food Service Vision I Base : actifs (637 / 764)

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Un pouvoir d'achat au cœur des décisions *pour la pause déjeuner de la semaine*



47%

Des Français priorisent ***le rapport qualité / prix*** *dans le choix du réseau pour leur pause déjeuner en semaine*

(critère n°1)



48%

Des ***tickets restaurant sont utilisés en grandes surfaces*** *alimentaires en 2026*

(+8pts vs 2024)



12€

Le ***montant dépensé*** *en moyenne par un Français* ***sur la pause déjeuner de semaine***

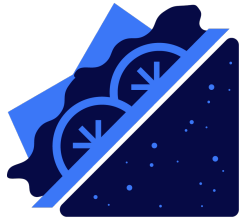
(un budget qui peut varier du simple à plus du double)

NielsenIQ foodservice vision sharper vision better decisions

Source : NielsenIQ Enquête Consommateur Pulse réalisée en avril 2026 I 749 répondants
Source : Baromètre #28 Food Service Vision (Juillet 2026)

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Les choix évoluent sur la pause déjeuner : l'exemple de la Gen Z



35% de la Gen Z *fréquente les fast food* le midi-semaine

1er circuit fréquenté



17% de fréquence d'achat en plus pour la Gen Z en proximité alimentaire

5 millions de sandwichs achetés en plus dans le réseau



17% de croissance pour le snacking en proxi

C'est 9% du CA en proxi urbaine



NielsenIQ foodservice vision sharper vision better decisions

Source : NielsenIQ Enquête Consommateur Pulse réalisée en avril 2026 I 749 répondants
Source : NielsenIQ Homescan CAM P9 2026

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Envie d’en savoir plus ?

Contactez-nous dès maintenant
pour obtenir le dossier complet !



NielsenIQ

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Confidential and proprietary