

“opinionway pour  **HELLO FRESH**

Le réconfort dans l'assiette

Novembre 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1008 personnes représentatif** de la **population active 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 18 au 19 octobre 2023**.

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 : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



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

« Sondage OpinionWay pour Hello Fresh »

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



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	25%
	65 et plus	26%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	12%
	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%



Les résultats





Les éléments les plus réconfortants dans un plat

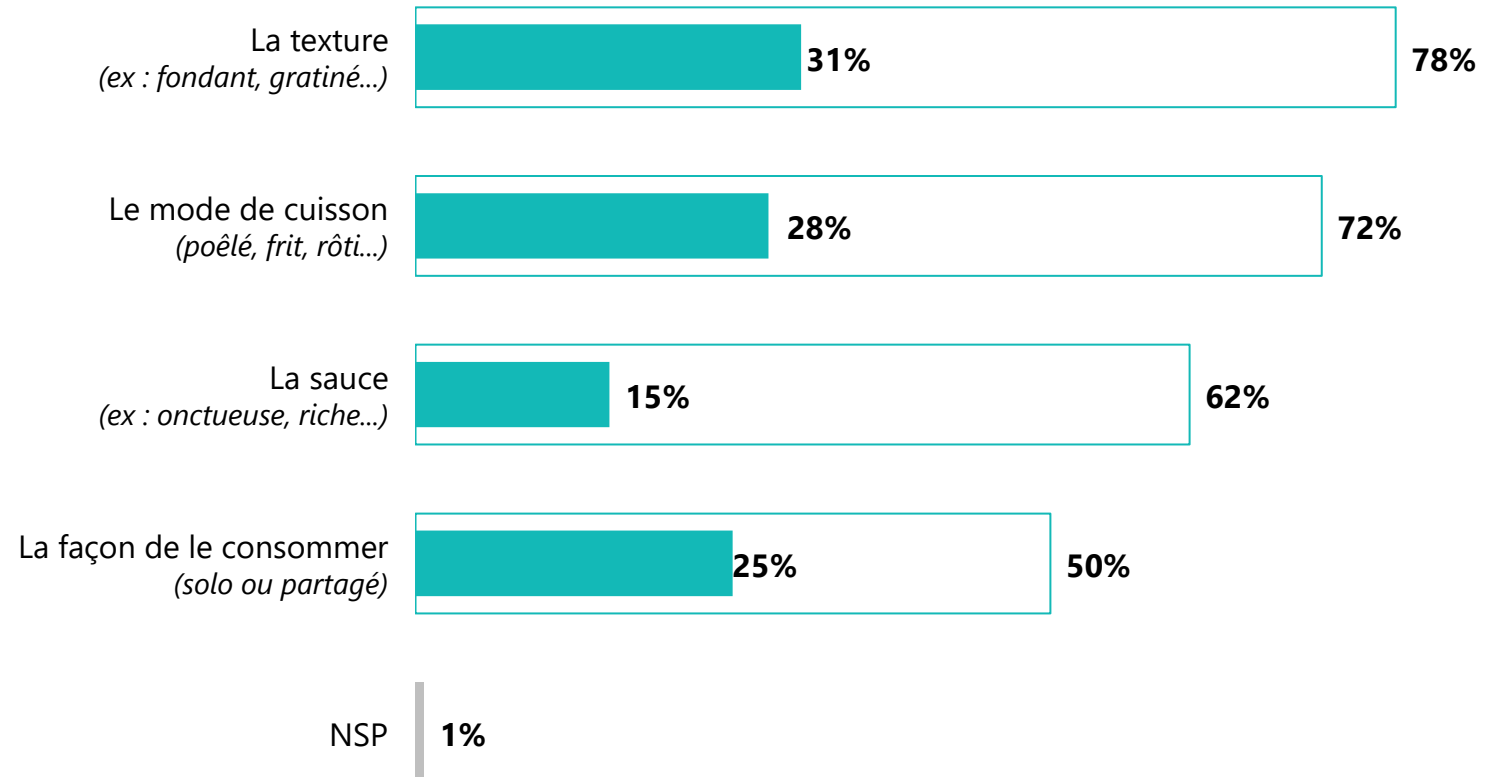


1008 personnes

Q. Pour vous, qu'est-ce qui est le plus réconfortant dans un plat ?

En premier ? En deuxième ? En troisième ? (plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%)

En premier Au total





Les éléments les plus réconfortants dans un plat



Q. Pour vous, qu'est-ce qui est le plus réconfortant dans un plat ?
En premier ? En deuxième ? En troisième ? (plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%)

	% 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
La texture (ex : fondant, gratiné...)	78%	78%	77%	71%	73%	77%	79%	83%	76%	75%	80%
Le mode de cuisson (poêlé, frit, rôti...)	72%	77%	67%	70%	58%	72%	73%	80%	70%	67%	76%
La sauce (ex : onctueuse, riche...)	62%	67%	56%	62%	61%	63%	65%	57%	63%	64%	59%
La façon de le consommer (solo ou partagé)	50%	47%	54%	46%	50%	48%	52%	53%	48%	48%	54%



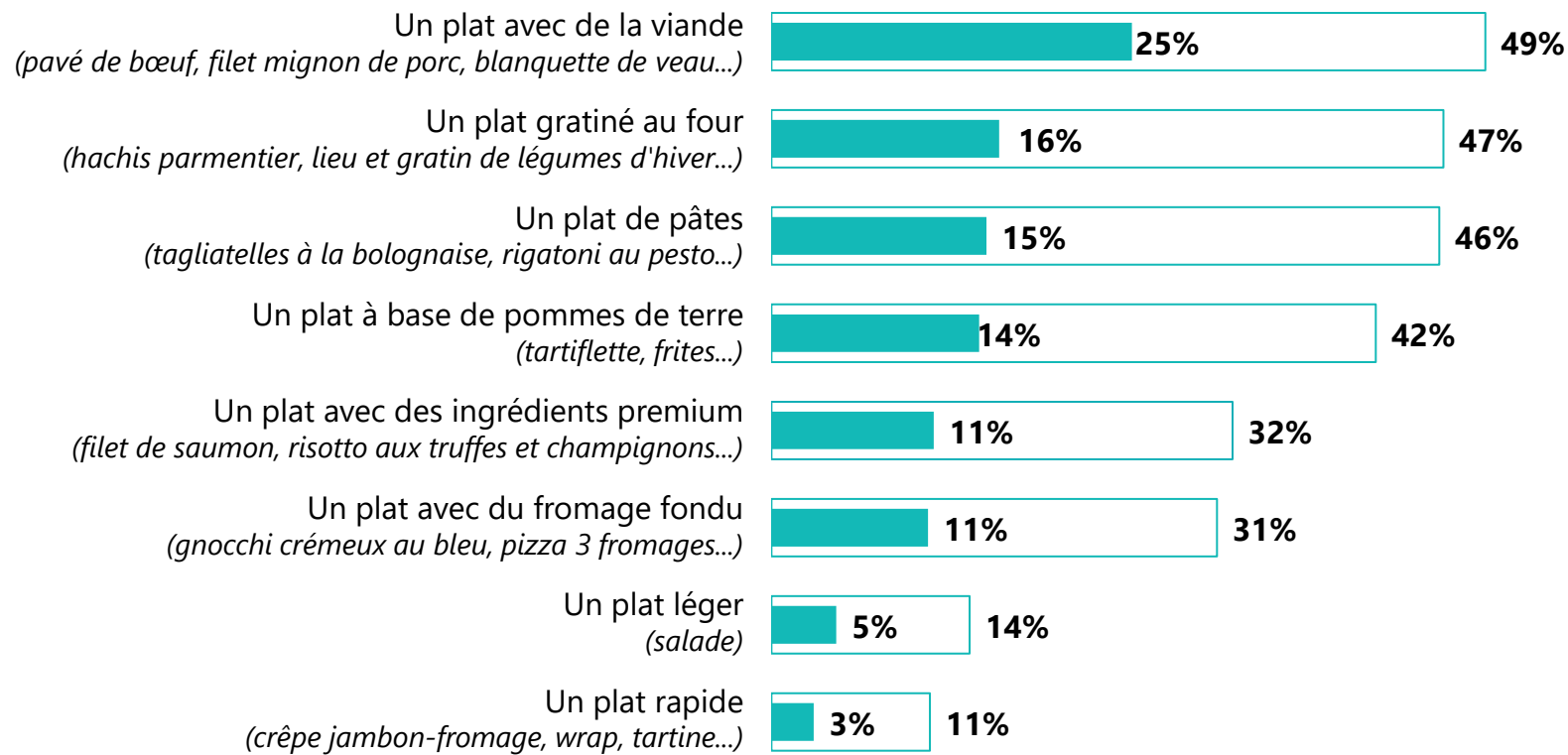
Les plats salés les plus réconfortants



Q. Quel type de plat salé est le plus réconfortant pour vous ?

En premier ? En deuxième ? En troisième ? (plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%)

En premier Au total





Les plats salés les plus réconfortants



Q. Quel type de plat salé est le plus réconfortant pour vous ?

En premier ? En deuxième ? En troisième ? (plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%)

	% 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
Un plat avec de la viande <i>(pavé de bœuf, filet mignon de porc, blanquette de veau...)</i>	49%	61%	39%	42%	37%	42%	52%	64%	45%	49%	54%
Un plat gratiné au four <i>(hachis parmentier, lieu et gratin de légumes d'hiver...)</i>	47%	45%	48%	32%	37%	46%	51%	54%	43%	46%	50%
Un plat de pâtes <i>(tagliatelles à la bolognaise, rigatoni au pesto...)</i>	46%	46%	46%	43%	45%	43%	47%	51%	45%	43%	50%
Un plat à base de pommes de terre <i>(tartiflette, frites...)</i>	42%	44%	40%	47%	43%	42%	46%	36%	43%	42%	40%
Un plat avec des ingrédients <i>premium</i> <i>(filet de saumon, risotto aux truffes et champignons...)</i>	32%	34%	30%	18%	23%	31%	39%	38%	34%	29%	33%
Un plat avec du fromage fondu <i>(gnocchi crémeux au bleu, pizza 3 fromages...)</i>	31%	27%	35%	49%	43%	43%	19%	17%	36%	33%	26%
Un plat léger <i>(salade)</i>	14%	13%	15%	12%	9%	12%	14%	18%	13%	10%	18%
Un plat rapide <i>(crêpe jambon-fromage, wrap, tartine...)</i>	11%	10%	12%	25%	20%	8%	10%	4%	10%	12%	10%



Les plats sucrés les plus réconfortants

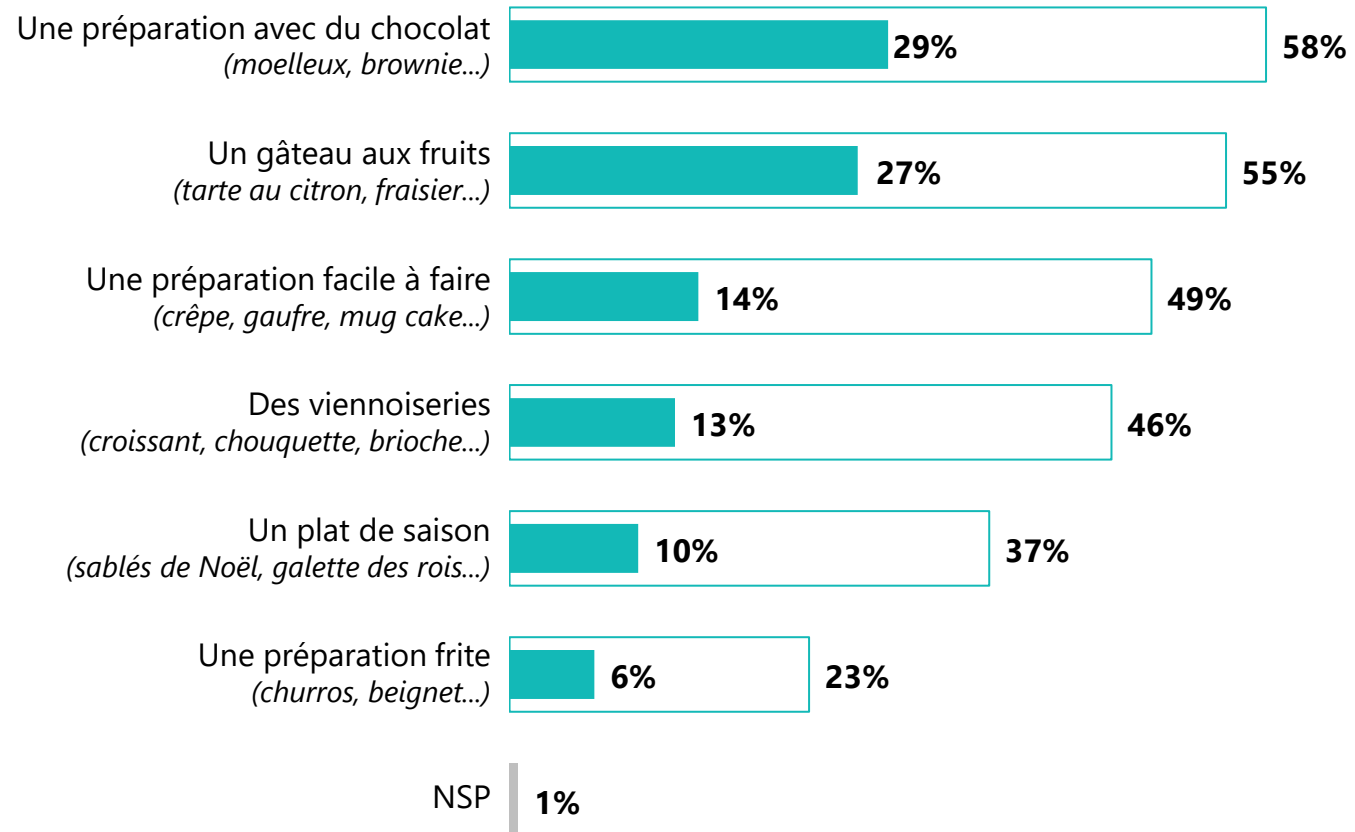


1008 personnes

Q. Et quel type de plat sucré est le plus réconfortant pour vous ?

En premier ? En deuxième ? En troisième ? (plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%)

En premier Au total





Les plats sucrés les plus réconfortants



Q. Et quel type de plat sucré est le plus réconfortant pour vous ?

En premier ? En deuxième ? En troisième ? (plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%)

En premier Au total

	% 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
Une préparation avec du chocolat (moelleux, brownie...)	58%	58%	58%	69%	52%	60%	57%	57%	57%	54%	61%
Un gâteau aux fruits (tarte au citron, fraisier...)	55%	64%	47%	44%	33%	48%	60%	74%	50%	42%	69%
Une préparation facile à faire (crêpe, gaufre, mug cake...)	49%	45%	53%	46%	54%	46%	52%	48%	46%	54%	49%
Des viennoiseries (croissant, chouquette, brioche...)	46%	51%	42%	36%	46%	51%	48%	45%	52%	47%	41%
Un plat de saison (sablés de Noël, galette des rois...)	37%	34%	40%	28%	33%	36%	40%	41%	37%	37%	37%
Une préparation frite (churros, beignet...)	23%	23%	23%	41%	39%	21%	19%	13%	20%	26%	22%

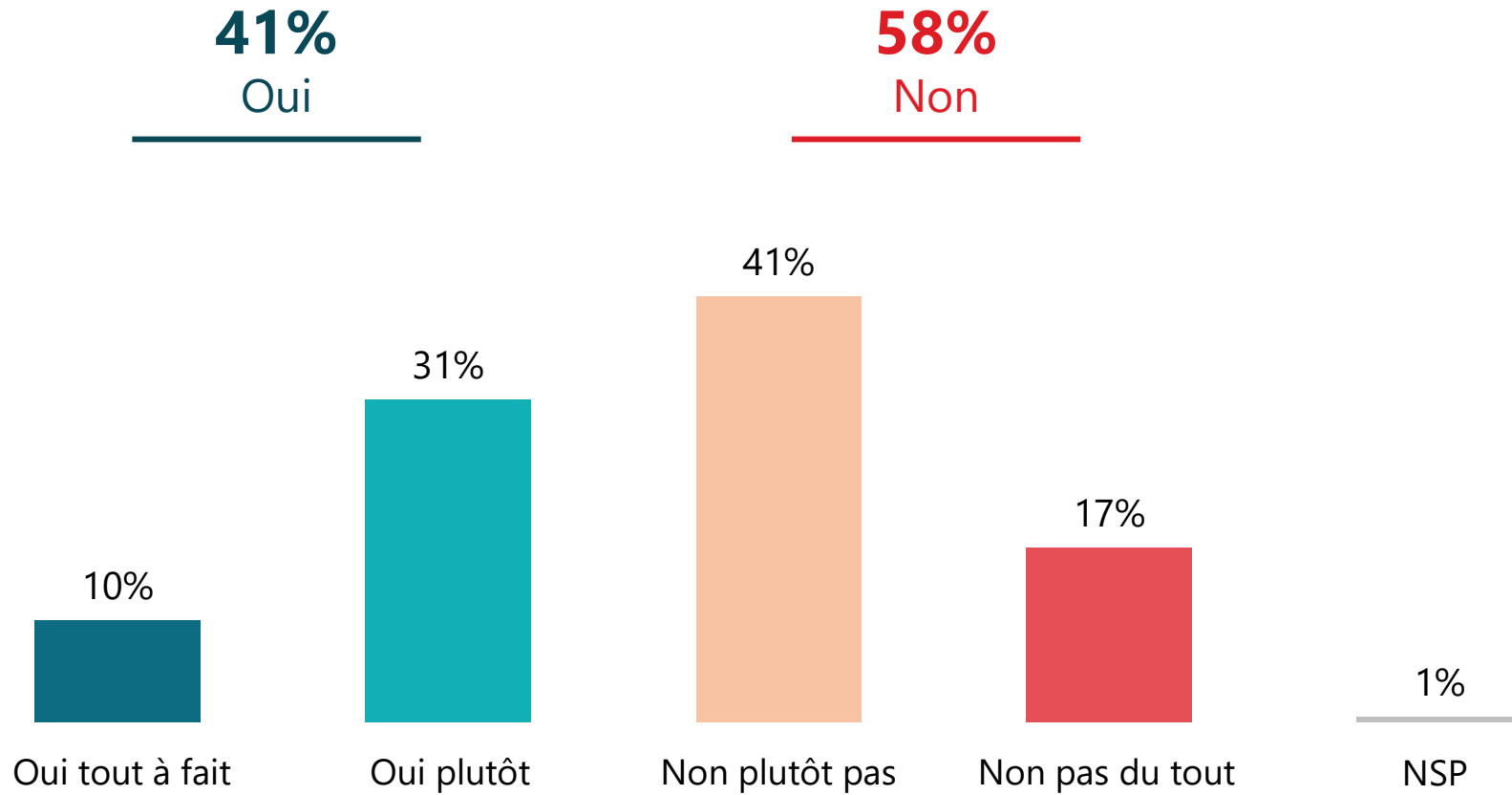


L'impact de la nourriture grasse sur le moral



1008 personnes

Q. Diriez-vous que plus un plat est gras, plus il vous rend heureux ?





L'impact de la nourriture grasse sur le moral



Q. Diriez-vous que plus un plat est gras, plus il vous rend heureux ?

	% 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
Sous-total Oui	41%	39%	44%	78%	62%	49%	31%	17%	49%	42%	35%
...Oui tout à fait	10%	9%	11%	36%	18%	10%	3%	1%	11%	10%	9%
...Oui plutôt	31%	30%	33%	42%	44%	39%	28%	16%	38%	32%	26%
Sous-total Non	58%	61%	56%	22%	37%	51%	69%	82%	50%	58%	65%
...Non plutôt pas	41%	45%	38%	18%	36%	37%	47%	53%	35%	43%	45%
...Non pas du tout	17%	16%	18%	4%	1%	14%	22%	29%	15%	15%	20%



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

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.

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 !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

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

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice Conseil
Pôle Opinion

equarre@opinion-way.com

Pierre-Emmanuel Bieth

Chargé d'études
Pôle Opinion

pebieth@opinion-way.com