

## Communiqué de presse

8 avril 2015

Anne Lerner  
Directrice Associée  
GfK Consumer Experiences  
T. +33 (0)1 74 18 60 02  
[anne.lerner@gfk.com](mailto:anne.lerner@gfk.com)

### **Les Français prennent plaisir à cuisiner mais sont critiques sur leurs compétences culinaires**

- **Les Français sont ceux qui cuisinent le plus fréquemment par plaisir, juste après les Chinois**
- **Pour autant, les Indiens et les Ukrainiens passent le plus de temps devant les fourneaux**
- **Les Italiens et les Sud-Africains se disent les plus passionnés par l'alimentation et la cuisine**

**Suresnes, le 8 avril 2015** – GfK a interrogé 27 000 personnes de 15 ans et plus dans 22 pays au sujet de leurs connaissances et expérience en matière d'alimentation et de cuisine – et sur le nombre d'heures passées à cuisiner par semaine.

#### **Le temps consacré à cuisiner**

Au niveau international, ceux qui cuisinent y consacrent, en moyenne, un peu moins de 6,5 heures par semaine (en excluant ceux qui ne cuisinent pas du tout). Et le stéréotype classique se confirme, avec les femmes passant plus de 7,5 heures à cuisiner par semaine vs 5 heures pour les hommes.

Ces chiffres sont fortement tirés par cinq pays ; en Inde et en Ukraine, les personnes passent un peu plus de 13 heures par semaine à cuisiner ; vient ensuite l'Afrique du Sud avec 9,5 heures. L'Indonésie suit avec un peu plus de 8 heures, puis l'Italie avec juste 7 heures. Les pays dont les habitants déclarent passer le moins de temps à cuisiner chaque semaine sont le Brésil (un peu plus de 5 heures), la Turquie (un peu moins de 5 heures) et la Corée du Sud qui suit de très loin avec moins de 4 heures, chiffre peut-être expliqué par le succès des plats à emporter à tout petit prix proposés par les vendeurs ambulants

GfK France  
40, rue Pasteur  
CS 90004  
92156 Suresnes Cedex  
France

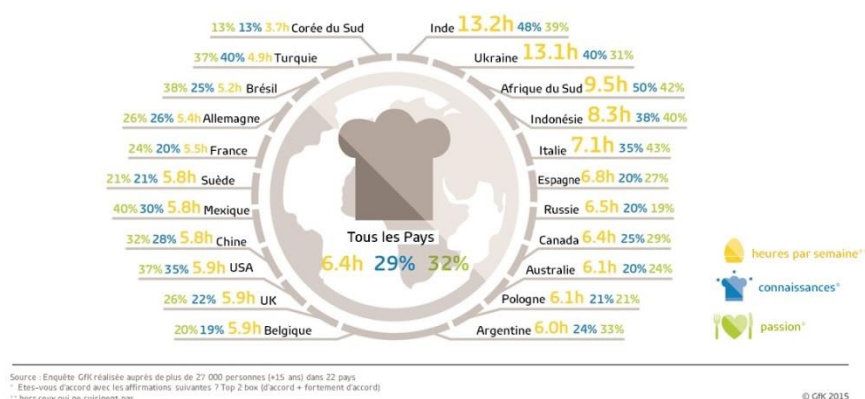
Tél. +33 (0)1 74 18 60 02  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

N° TVA : FR 30 702 004 235

SAS au capital de : 8 551 008 €

R.C.S. Nanterre  
702 004 235 00116  
SIRET : 702 004 235 00116

## La cuisine selon les pays



En France, le fort niveau d'activité professionnelle des femmes qui conjuguent vie de famille et travail ne leur laisse pas, en comparaison, beaucoup de temps pour cuisiner : 6,7 heures par semaine (5,5 heures pour la population française). On constate également que le temps consacré à la cuisine progresse régulièrement avec l'âge (6,7 heures chez les plus de 60 ans).

Si les Français ne consacrent pas beaucoup de temps pour « se faire à manger » dans la semaine, ils sont ceux, après les Chinois, qui prennent le plus plaisir à mitonner fréquemment des petits plats. Plus de 62% le font au moins une fois par semaine, et 27% tous les jours (contre respectivement 56% et 25% au global, chiffres fortement tirés par la Chine). Les femmes en France sont 33% à le faire tous les jours contre 21% d'hommes.

Ces données sur la fréquence à laquelle les gens cuisinent par plaisir plutôt que par nécessité sont très intéressantes du point de vue des opportunités commerciales pour les secteurs liés à l'alimentation.

Benoit Lehut, Directeur Général Adjoint chez GfK commente : « Cette étude fournit des insights clés pour le commerce des produits et services alimentaires ou de cuisine, notamment si on la combine à nos estimations de ventes mondiales du petit électroménager de cuisine. Par exemple, nous constatons une demande croissante en Inde, Indonésie et Italie pour les appareils de préparations alimentaires. »

Nathalie Bollé, Directrice de l'expertise Market Opportunities and Innovations chez GfK ajoute : « La combinaison d'insights attitudeux et des tendances de ventes n'a pas son pareil pour identifier les marchés et les segments de consommateurs qui présentent les plus fortes opportunités commerciales pour nos clients. »

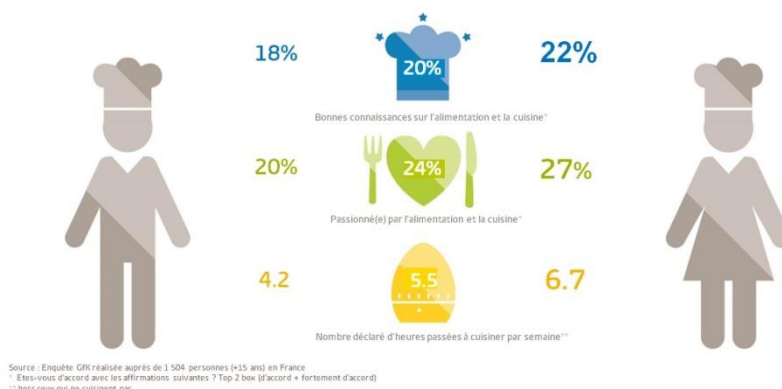
## Le paradoxe français : les Français aiment cuisiner mais ne s'estiment pas, pour autant, experts

Les Français éprouvent un réel plaisir à cuisiner et sont près d'un quart (24%) à se déclarer réellement passionnés par l'alimentation et la cuisine ; on dénombre le plus de passionnés chez les 40-49 ans (30%) et les femmes (27% pour 20% d'hommes).

Mais, de manière étonnante, ils ne se considèrent pas comme des experts et seulement 20% s'estiment connaisseurs et expérimentés en la matière. Les 40-49 ans ont cependant davantage confiance en eux (26%).

Anne Lerner, Directrice Associée chez GfK explique : « Le contexte socio-médiatique actuel positionne la cuisine comme un art culinaire d'excellence. Au-delà des chefs étoilés qui se mettent en scène, des amateurs particulièrement doués deviennent de nouvelles références hors de portée. En parallèle, la tradition du savoir-faire familial se perd, d'où un complexe des générations médianes vs leurs aînés, « meilleurs cuisiniers ».

### Les Français et la cuisine : attitudes et temps passé



Au niveau global, 29% des gens déclarent disposer d'un certain savoir-faire et d'une bonne expérience culinaires – mais ce chiffre est encore tiré par les femmes (34%, contre 25% pour les hommes).

Si l'on regarde au niveau des pays, l'Afrique du Sud et l'Inde sont en tête de liste, avec environ la moitié de la population (50 et 48% respectivement) qui s'estime connaisseurs. Egalement dans le top 5, la Turquie et l'Ukraine sont à 40% et l'Indonésie à 38%.

En termes de passion pour la cuisine, l'Italie devance tous les autres pays sur ce thème, avec 43% de passionnés. Ils sont suivis de près par les Sud-Africains (42%) et les Indiens (39%).

### **A propos de l'étude**

Pour cette étude, GfK a interviewé plus de 27 000 personnes âgés de 15 ans et plus dans 22 pays, en face-à-face ou online, durant l'été 2014. Les pays inclus sont l'Afrique du Sud, l'Allemagne, l'Argentine, l'Australie, la Belgique, le Brésil, le Canada, la Chine, la Corée du Sud, l'Espagne, les Etats-Unis, la France, l'Inde, l'Indonésie, l'Italie, le Mexique, la Pologne, le Royaume-Uni, la Russie, la Suède, la Turquie et l'Ukraine. En France, 1 504 personnes, représentatives de la population nationale, ont été interrogées par questionnaire auto-administré online.

A travers son panel de distributeurs, GfK collecte également les données de ventes pour les lave-linges, les sèche-linges, les lave-vaisselles, les réfrigérateurs, les congélateurs, les appareils de cuisson et fours, les hottes et les fours à micro-ondes dans plus de 90 pays.

### **Contacts Presse :**

#### **GfK Consumer Experiences**

Frédérique Bonhomme, Tel : +33 (0) 1 74 18 67 36 /

[Frederique.Bonhomme@gfk.com](mailto:Frederique.Bonhomme@gfk.com)

Patricia Schmied, Tél : +33 (0)1 74 18 66 99 / [Patricia.Schmied@gfk.com](mailto:Patricia.Schmied@gfk.com)

### **A propos du Groupe GfK**

GfK est la source d'informations de référence sur les marchés et les consommateurs, qui permet à ses clients de prendre des décisions stratégiques. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

Pour plus d'information, visitez <http://www.gfk.com> ou suivez-nous sur Twitter: [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en)