

FOCUS IMPACT

webedia/. | E L E P H A N T

Les attentes des Français sur les contenus food

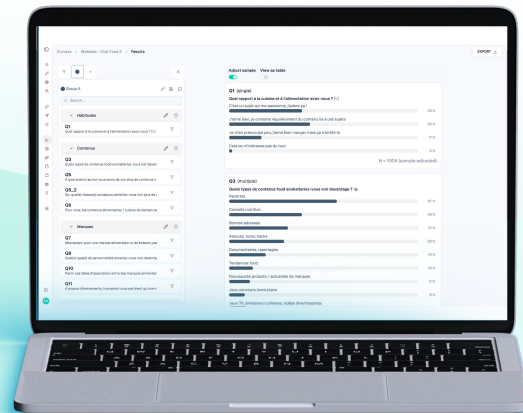
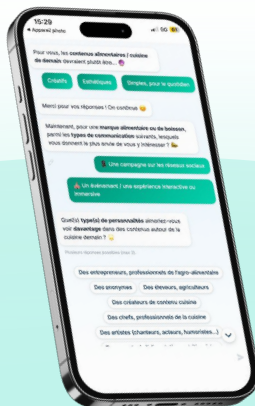
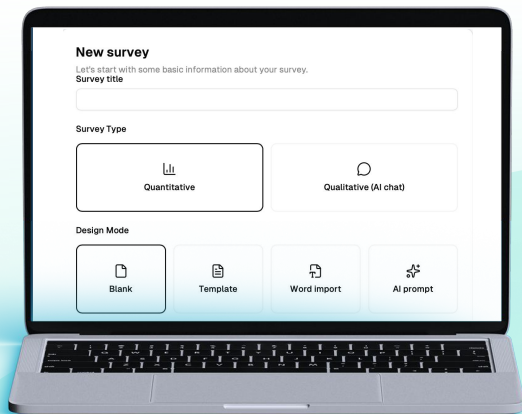
Mai 2026

episto

episto



La méthodologie pour interroger des Français sur des contenus food



01 OBJECTIFS DÉFINIS
à partir de différents modes de création de questionnaires sur la plateforme de programmation

02 QUESTIONNAIRE CONVERSATIONNEL
pour tous les types de questions ouvertes et fermées

03 ANALYSE SIMPLIFIÉE
des résultats interactifs depuis la plateforme de résultats

Comprendre les attentes des Français sur les contenus food

L'étude

Interroger **1 000 Français** sur leurs aspirations, habitudes et attentes autour de la cuisine. L'objectif est de recueillir des perceptions sincères et nuancées sur les contenus food qu'ils consomment au quotidien, pour décrypter en profondeur leurs comportements, préférences de formats et attentes vis-à-vis des marques et personnalités du secteur.



Cible

Échantillon 18+ nat
rep de la population
française



Nombre de répondants

1 000



Recrutement

Réseaux sociaux



Scope géographique

France



Durée du terrain

8 jours



Méthodologie d'enquête

Étude quantitative



Les résultats de l'étude



Les contenus les plus attendus

Les recettes restent le contenu food le plus attendu (57%).



Les canaux de consommation préférés

Les réseaux sociaux dominent la consommation de contenus culinaires : **54%** des 18-64 ans souhaitent y voir davantage de contenus culinaires.



Les personnes pour incarner ces contenus

Les chefs (45%).

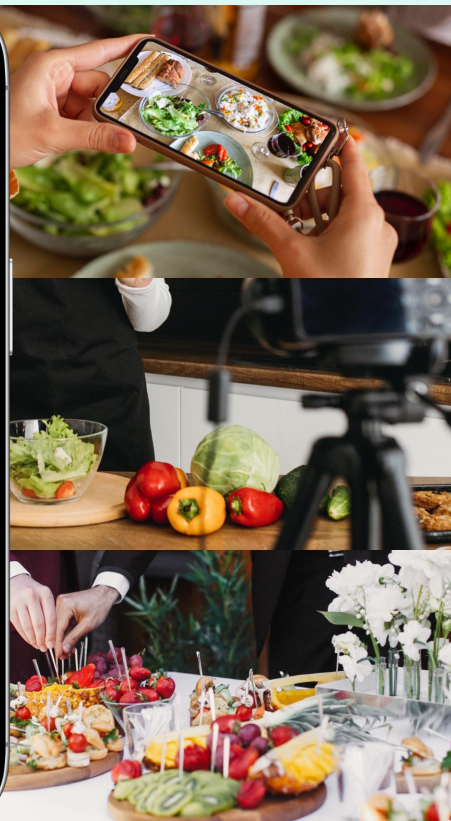
Les créateurs spécialisés food (26% des 18-34 ans).

Les créateurs généralistes (12%).



Les leviers d'activation pour les marques

Les collaborations et événements food séduisent fortement les consommateurs. **84%** jugent pertinent qu'une marque s'associe à des événements existants (salons, festivals...).



Le mot du client



Marion Bories

Directrice Insights & Marketing chez Webedia-Elephant



« Nous sommes ravis d'avoir mesuré grâce à Episto l'appétence des Français pour les nouvelles stratégies de communication dans le secteur de la food (influence, événementiel digital, collaborations...). La méthodologie très fluide d'interrogation sur les réseaux sociaux nous a semblé coller parfaitement pour explorer ces nouveaux usages digitaux ! »

episto x **webedia.** | ELEPHANT



Nous contacter