COMMUNIQUÉ
DE PRESSE

RELAIS DESSERTS

OCTOBRE
2026

7 FRANÇAIS SUR 10 CRAQUENT CHAQUE MOIS :

LA PÂTISSERIE, VALEUR REFUGE QUI SÉDUIT UNE NOUVELLE GÉNÉRATION

L'étude **Relais Desserts** x **Opinion Way**

Relais Desserts et Opinion Way dressent le bilan de la consommation à travers une étude de la pâtisserie en France, dans une période où le pouvoir d'achat est central, restant malgré tout, une dépense plaisir et une valeur refuge. Ces tendances seront étayées lors du Gala Relais Desserts où 250 pâtissiers venus du monde entier, seront conviés pour décerner les récompenses aux talents de demain le 8 novembre prochain. Décryptage des habitudes françaises, prouvant que la pâtisserie reste un produit permanent dans les foyers, en hiver comme en été.





Les Français accros à la pâtisserie ? 68 % des Français en achètent au moins une fois par mois et **92 %** d'entre eux considèrent que c'est un plaisir que l'on peut s'accorder sans occasion particulière. Entre besoin de réconfort, retour aux grands classiques et influence des réseaux sociaux, **Relais Desserts** décrypte les tendances 2026 de la pâtisserie.

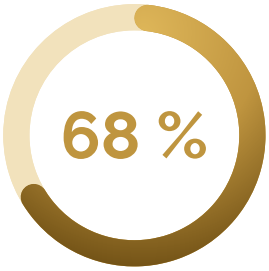
RELAIS DESSERTS

LA PÂTISSERIE, UN PLAISIR DU QUOTIDIEN

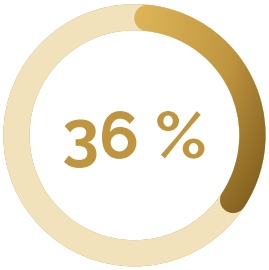
Les 3 chiffres clés de l'étude



des personnes interrogées, considèrent que **s'acheter une pâtisserie est un plaisir qui ne nécessite pas d'occasion particulière.**



des français achètent une pâtisserie **au moins une fois par mois.**



des Français qui achètent une pâtisserie au moins une fois par mois **privilégient les artisans.**

Source : Étude Opinion Way pour Relais Desserts - Octobre 2026.

Au global, les indicateurs de l'étude démontrent un très grand intérêt des Français pour la pâtisserie. Les questions portant sur leur envie d'en consommer, les occasions d'achat ou leurs attentes sur le sujet cumulent à chaque fois des retours très majoritairement positifs. Plus qu'une simple appétence, cette étude montre que les Français sont nombreux à considérer la pâtisserie comme un indispensable de leur vie quotidienne. Ils sont, par exemple, **65 % à considérer qu'un bon repas se finit par une bonne pâtisserie.**



Vincent Guerlais, Président de Relais Desserts :

"Les chiffres de notre étude confirment que la pâtisserie est à la fois un petit bonheur du quotidien et le témoin de nos grands moments : les Français restent profondément attachés au geste de l'artisan et aux recettes qui font toujours la spécificité de la pâtisserie française."

1. FORTE CROISSANCE DE LA PLACE DE LA PÂTISSERIE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS :

Alors que 19 % des Français déclarent faire attention à leurs dépenses alimentaires[1], la pâtisserie artisanale fait figure d'exception et continue de trouver sa place dans leurs habitudes de consommation :



- **92 % des Français déclarent ne pas avoir besoin d'occasion particulière pour s'offrir une pâtisserie.**
- **91 % d'entre eux la considèrent comme indissociable des grands moments de la vie.** Traditionnellement consommées à des moments marquants comme les anniversaires ou les fêtes de fin d'année, les pâtisseries confirment leur place dans le quotidien en tant que récompense, réconfort ou petit luxe accessible.

(1) Étude FAIRE - Octobre 2025

RELAIS DESSERTS

LES 18-34 ANS, LA GÉNÉRATION LA PLUS GOURMANDE

Prix maximum consacré à l'achat d'une pâtisserie individuelle



L'ARTISANAT PÂTISSIER

46%

des 18 - 34 ans achètent **chez un artisan pâtissier** au moins une fois par mois.

IMPACT DES RÉSEAUX SOCIAUX

50%

des 18 - 34 ans peuvent acheter une pâtisserie simplement après l'avoir **vue sur les réseaux sociaux.**

LE PHÉNOMÈNE ANGLO-SAXON

50%

des 18 - 34 ans citent une **pâtisserie anglo-saxonne** comme **pâtisserie ultime.**

LE DÉSIR DU FAIT MAISON

67%

souhaitent acheter des pâtisseries **faites maison.**

Source : Étude Opinion Way pour Relais Desserts - Octobre 2026 - Base : 1000 interviewés

Le prix moyen consacré à l'achat d'une **pâtisserie individuelle reste stable depuis 2023**[2] à 3,80 € mais on note que les 18-34 ans se démarquent et sont prêts à débourser 4,10 € en moyenne pour une pâtisserie individuelle.

2. LES RÉSEAUX SOCIAUX : NOUVELLES VITRINES DE LA PÂTISSERIE

On la mange avec les yeux avant même d'entrer en boutique. **Près d'un Français sur trois (31%) affirme pouvoir aller acheter une pâtisserie simplement après l'avoir vue sur les réseaux sociaux.** La proportion grimpe à 50% chez les 18-34 ans et se maintient à 45% chez les 35-49 ans.

Ces chiffres témoignent de l'évolution de la manière dont se construit l'envie.

Couleurs, textures, découpes, glaçages et jeux de formes : Instagram et TikTok sont devenus de véritables vitrines numériques pour les pâtissiers. Cette donnée démontre un paradoxe en soi : l'influence stimule l'envie, la créativité, la découverte, sans réellement impacter les goûts des Français.

La pâtisserie française se trouve ainsi au croisement de deux aspirations : retrouver le goût et le savoir-faire rassurants des grands classiques, tout en recherchant une expérience contemporaine, esthétique et immédiatement désirable.

"Les réseaux sociaux ont changé la façon dont on découvre et perçoit la pâtisserie, mais pas ce que l'on attend d'elle. Derrière une création qui attire le regard, le goût et le savoir-faire restent des éléments essentiels. C'est ce qui permet aux grands classiques de traverser les époques tout en continuant à surprendre."

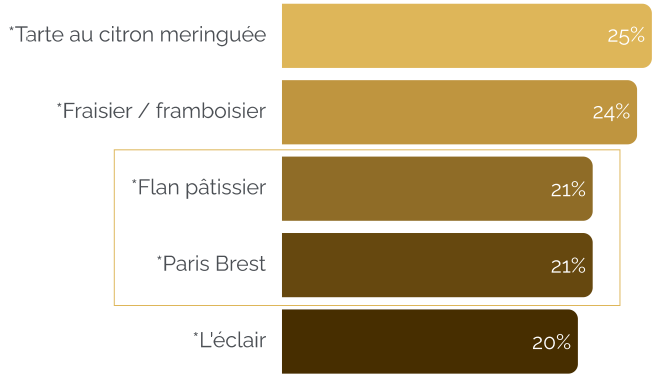
Vincent Guerlais,
Président de Relais Desserts

(2) Étude OpinionWay pour Salon de la Pâtisserie 2023 - Le Français et la Pâtisserie - Mai 2023.

3. TARTE CITRON MERINGUÉE, FRAISIER, PARIS-BREST / FLAN : LES FRANÇAIS RESTENT FIDÈLES AUX GRANDS CLASSIQUES

Face à l'effervescence des tendances sur les réseaux sociaux, les Français (ré) affirment leur attachement aux grands classiques de la pâtisserie. Contrairement aux néo-pâtisseries fleurissant sur les écrans, la consommation se porte sur des fondamentaux de la pâtisserie française, devenus de véritables refuges et évocateurs de réminiscences gourmandes.

Le Top 5 des pâtisseries ultimes en 2026



% de 1er, 2ème ou 3ème choix

Source : Étude Opinion Way pour Relais Desserts - Octobre 2026 - Base : 1000 interviewés



Ce palmarès prouve un attachement fort au patrimoine pâtissier immédiatement identifiable, fait de recettes connues, de souvenirs et d'un savoir-faire propre à l'hexagone.

Les pâtisseries anglo-saxonnes font une percée notable chez les jeunes de 18 à 34 ans. Ils apprécient particulièrement les cookies, muffins, brownies et autres dérivés ou croisements et sont 50 % à les citer comme leur pâtisserie ultime.

Si les pâtisseries préférées restent au global des classiques, les attentes des consommateurs lors de l'achat ont largement évolué et font apparaître un attachement particulier à la qualité de la pâtisserie achetée.

En effet, l'étude montre que :

- **80 % déclarent qu'en cas de budget serré ils préfèrent acheter moins souvent, mais plutôt en pâtisserie artisanale**
- 72 % souhaitent acheter une pâtisserie de qualité
- **69 % prêtent une attention particulière au fait maison**
- 44 % achètent une pâtisserie si elle est visuellement appétissante



4. LE CAS PARTICULIER : LA BÛCHE DE NOËL



Classique des fêtes de fin d'année, la bûche de Noël fait partie des traditions les plus ancrées dans la société : 72% des personnes interrogées déclarent que c'est un indispensable sur leur table et le chiffre grimpe à 82% auprès des familles avec enfants. L'impact sur les intentions d'achat est important car **63% des personnes interrogées ont l'intention d'acheter une bûche** (75% des familles avec enfants).

Le delta entre la perception et l'intention d'achat réelle peut notamment s'expliquer par trois facteurs : l'éloignement des préparatifs, la place accordée au fait maison et le recours à un tiers pour effectuer l'achat.

EN CONCLUSION

Preuve de son intemporalité, la pâtisserie française conserve une place de choix dans le cœur et le quotidien des Français. Portée par l'essor des réseaux sociaux, elle séduit tout particulièrement les jeunes générations, pour qui l'esthétique d'un gâteau est devenue un critère de choix à part entière et un véritable déclencheur d'achat plaisir.

Si l'attachement au savoir-faire artisanal reste intact, les consommateurs se montrent aussi de plus en plus attentifs à la saisonnalité et à la qualité des produits. Dans une période où chacun recherche des moments de réconfort, la pâtisserie artisanale s'affirme ainsi comme une valeur refuge, synonyme de plaisir et de partage.

Fort des enseignements de cette étude menée avec OpinionWay, Relais Desserts réaffirme son rôle de garant d'une pâtisserie d'excellence, fondée sur le savoir-faire et l'exigence de qualité. L'association présentera son analyse détaillée le 8 novembre prochain, devant une centaine de professionnels du secteur.

À PROPOS DE RELAIS DESSERTS :

Créé en 1981, Relais Desserts réunit aujourd'hui une centaine de pâtissiers et chocolatiers dans 19 pays, avec pour ambition de promouvoir et faire rayonner la Haute Pâtisserie et ses savoir-faire à travers le monde. L'association agit pour favoriser le partage, la transmission et l'innovation en organisant chaque année deux grands rendez-vous professionnels. Les Rencontres Internationales de printemps d'une part et le Concours Relais Desserts Charles Proust d'autre part. Cette compétition historique reprise par l'association en 2006 est organisée tous les deux ans. À travers ces actions, Relais Desserts entend faire progresser la profession, stimuler sa créativité et assurer la transmission de ses savoir-faire aux nouvelles générations.

CONTACTS PRESSE

NÉROLI
AGENCE DE COMMUNICATION

Alizée Pomer : 06 20 52 88 24
alizee@agenceneroli.com

Katherine d'Elloy : 06 10 66 03 15
katherine@agenceneroli.com