



Les Français et le restaurant

Août 2012

Étude réalisée pour :

Restopolitan

Échantillon :

Echantillon de **1005** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé(e)) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil :

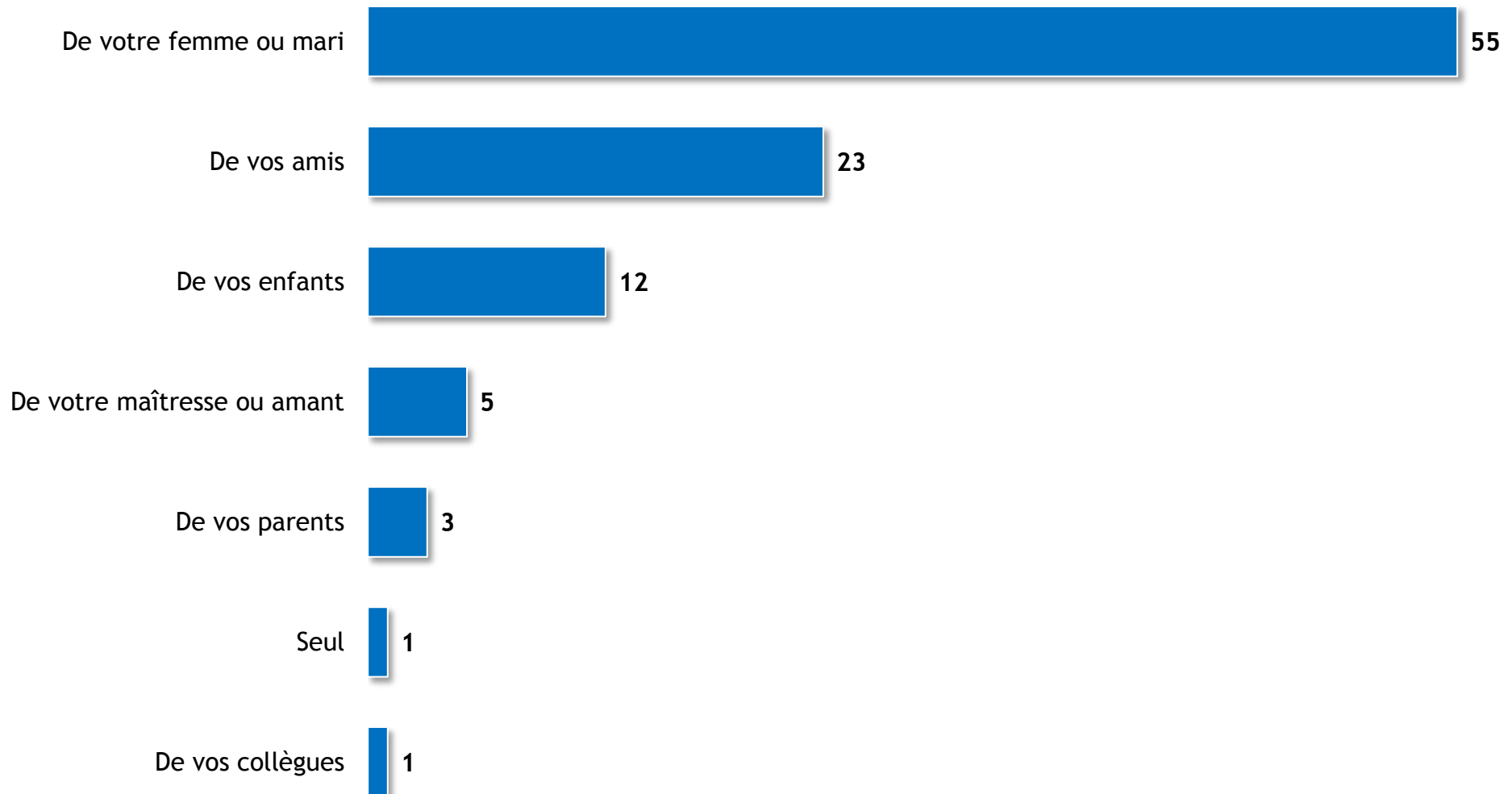
Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain :

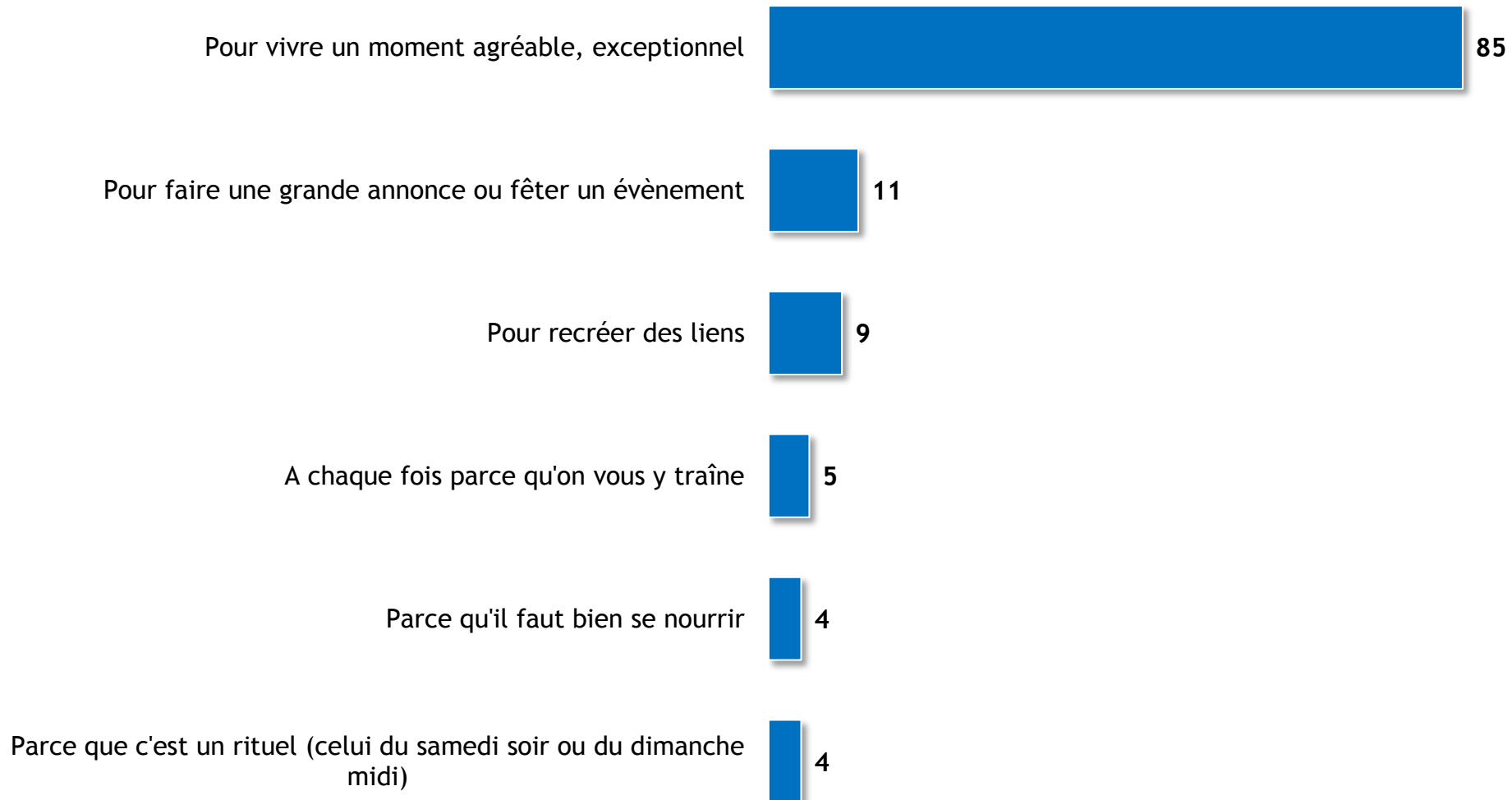
Du 27 au 29 août 2012.



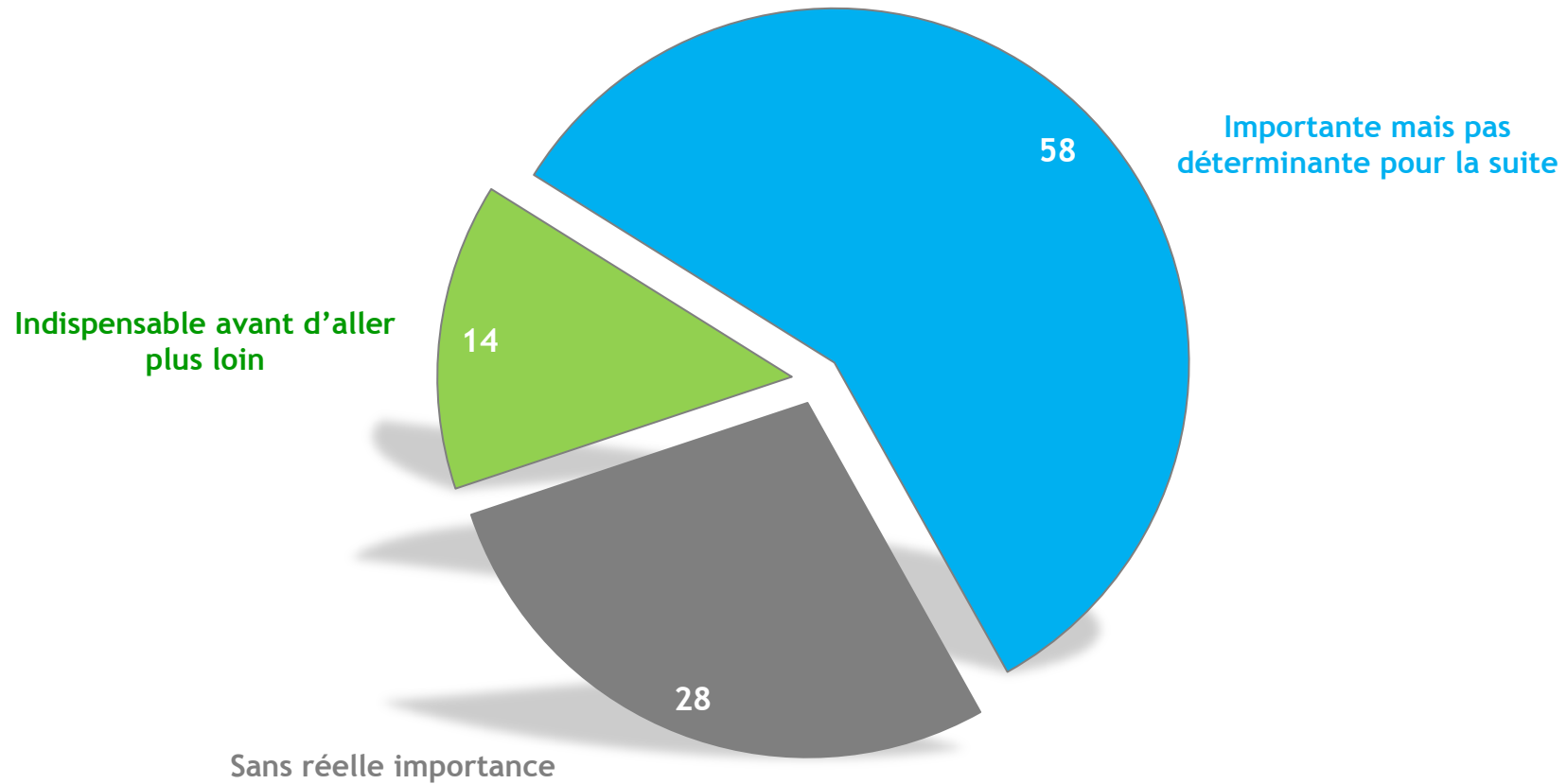
Question : Pour vous, le dîner idéal au restaurant est vécu en compagnie... ?



Question : Généralement, vous allez au restaurant... ?

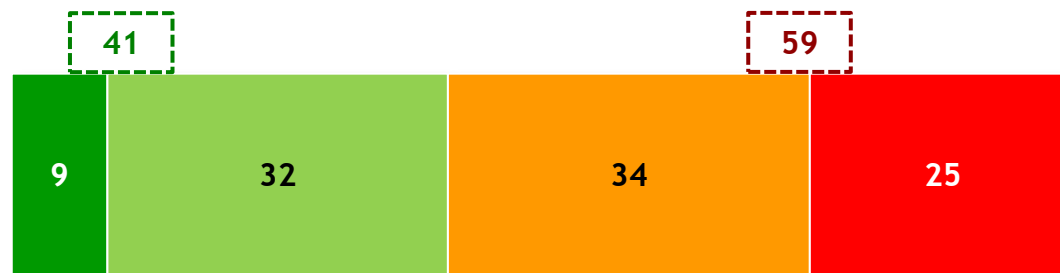


Question : Pour vous, l'invitation au restaurant dans une phase de séduction est-elle une étape... ?

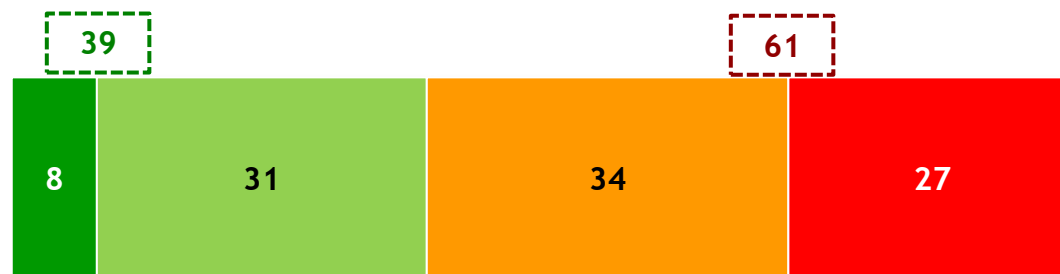


Question : Lors d'un rendez-vous galant, est-ce que... ?

Le choix du restaurant a une influence sur votre décision
d'aller plus loin dans la relation lorsque vous êtes
invité(e)



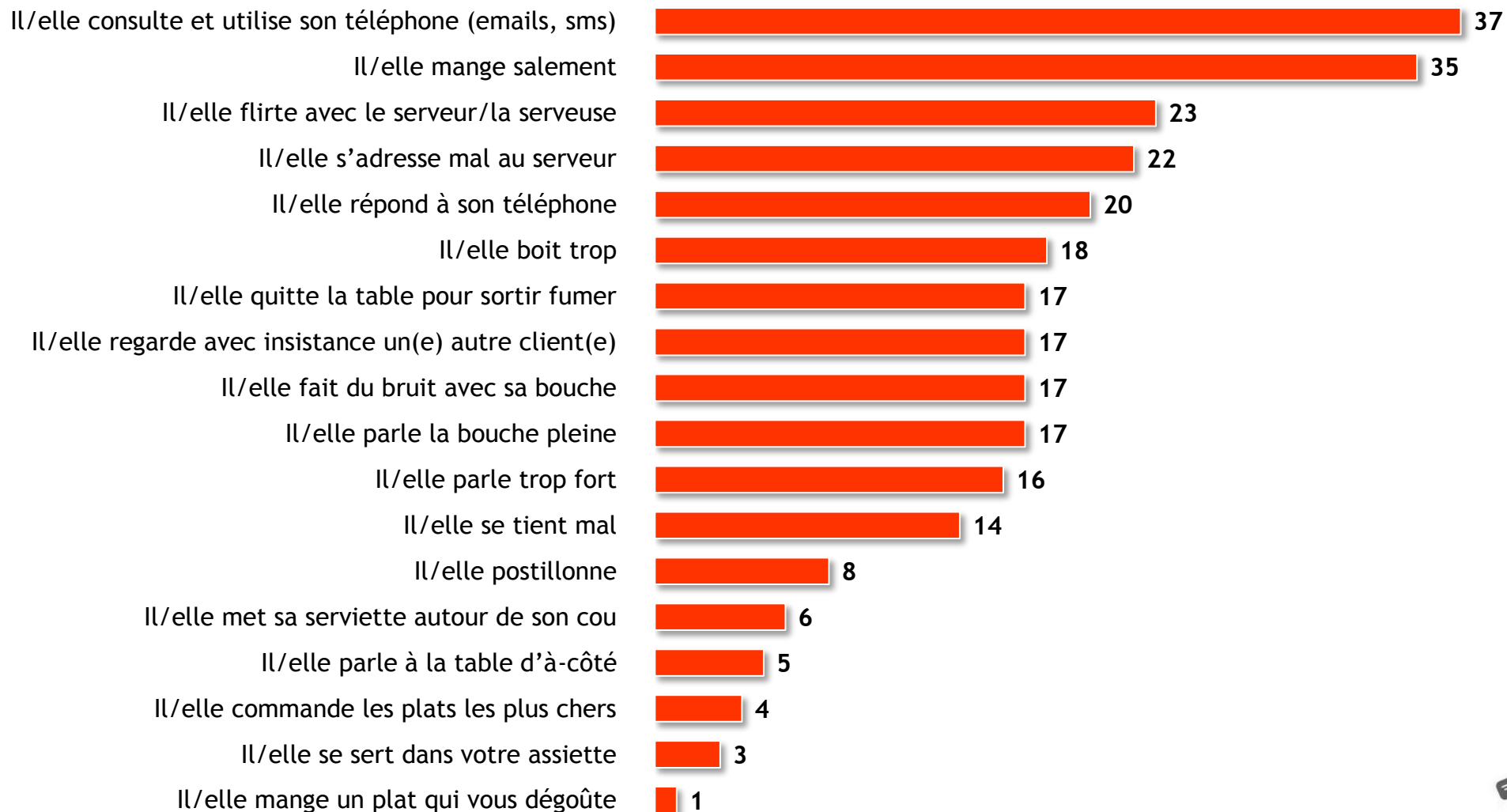
Vous ajustez le choix du restaurant en fonction de vos
chances d'aller plus loin dans la relation lorsque vous
invitez



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

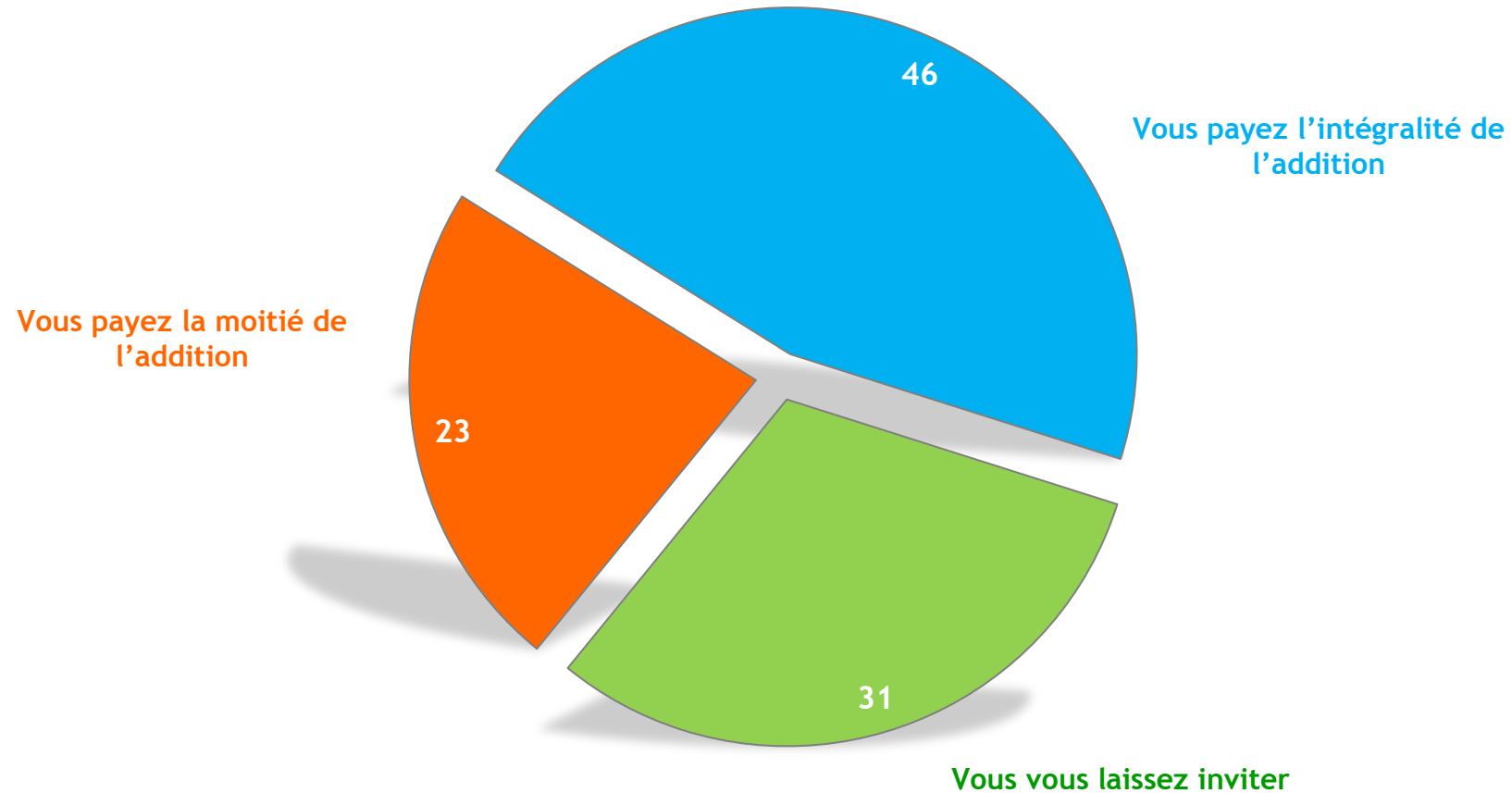


Question : Parmi les éléments suivants, lors d'un tête-à-tête au restaurant, quels sont ceux qui sont les plus inacceptables pour vous ?



La propension à payer l'addition lors d'un rendez-vous galant au restaurant

Question : D'une manière générale, lors d'un rendez-vous galant au restaurant, quelle est votre attitude ?



Question : Lors d'un rendez-vous galant au restaurant, vous est-il déjà arrivé de... ?

Devoir payer la moitié de l'addition alors qu'il/elle avait lancé l'invitation



Faire semblant de vouloir payer, alors que vous n'en avez pas l'intention



Demander à la personne que vous invitiez de partager l'addition avec vous



■ Oui ■ Non

Contact:
Frédéric Micheau
 Directeur Adjoint
frederic.micheau@ifop.com

Le Millénaire 2
 35 rue de la gare
 75019 Paris
 ☎ 01 45 84 14 44

Retrouvez les sondages et analyses de l'Ifop sur :



iPhone



iPad



www.ifop.com



@ifopopinion



Ifop Opinion

A propos du Groupe Ifop

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...

