



Communiqué
Romans sur Isère, le 25 juin 2020

Sondage exclusif OpinionWay pour Hubsider* - Tendance n°1

La cuisine, l'activité la plus inspirante du confinement !

Pendant le confinement, plus que jamais, les Français ont remis en question leur quotidien. Cette "mise sous cloche" forcée a bousculé les repères, les habitudes, les préoccupations, les centres d'intérêt, les priorités... Face à cette situation inédite, Hubsider, service de création de site web, a interrogé les Français, avec OpinionWay, pour connaître leurs principales sources d'inspiration ces derniers mois et sur ce qu'il en reste aujourd'hui ! Alors, comment avons-nous amélioré notre quotidien confiné ? Quels domaines ont été les plus inspirants ? Auprès de qui avons-nous trouvé l'inspiration ? Allons-nous concrétiser ces aspirations dans "le monde d'après" ?...

La cuisine, plus qu'un passe-temps, une vraie source d'inspiration...

Pour 37% des sondés, notamment chez les femmes (46%), **la cuisine a été le domaine le plus inspirant pendant le confinement**. Les 25-34 ans et 25-49 ans (40 et 42%), ont eux aussi, élaboré de nombreux petits plats pendant ces derniers mois. De plus, parmi les Français qui ont prévu de concrétiser leur inspiration, ils sont 43% à s'être consacrés à la cuisine.

Une inspiration culinaire largement nourrie sur le web puisque **pour 53% des interrogés, les sites internet et les blogs sont une source d'inspiration**. Plus que les réseaux sociaux d'ailleurs, puisque seulement 35% des sondés se sentent inspirés par ce canal de communication.

Consommer oui, mais différemment

Enfermés chez eux, parfois contraints de se mettre aux fourneaux, les Français se sont intéressés à ce qu'ils consommaient, quitte à changer leurs habitudes. Alors que nombre d'entre eux ne quittaient leur domicile que pour aller faire les

courses alimentaires, et peut-être aussi face à l'engagement de certains distributeurs en faveur des agriculteurs français, des questionnements nouveaux sont apparus sur la provenance de ce que nous consommons notamment nos fruits et légumes. Le constat est sans appel : d'après le sondage Hubsid, **1 tiers des répondants (32%) déclare vouloir améliorer son quotidien suite au confinement en consommant local**, une tendance généralisée toutes catégories et tranches d'âge confondues mais d'autant plus forte chez les plus de 65 ans (44%).

Des histoires de cuisine à découvrir et à dévorer en ligne sur Hubsid

En chef de brigade : Florent Ladeyn



Parmi les figures phares de cette tendance du "consommer et cuisiner local", le nordiste Florent Ladeyn, chef de l'Auberge du Vert Mont à Boeschepe et de deux autres restaurants dans le centre-ville de Lille. Grand défenseur du circuit court et du retour à l'essentiel, il a répondu aux questions d'Hubsid pour un portrait à paraître en septembre prochain sur [Hubsid Stories](#), le magazine inspirationnel en ligne de la marque.

Nul doute que ce personnage inspirant fera naître des vocations parmi les utilisateurs d'Hubsid, déjà nombreux à partager leur passion de la cuisine ou leur production alimentaire. La communauté « food » est bien présente, qu'il s'agisse de créer une vitrine pour sa boutique comme [Histoire du blé](#), ou sa pâtisserie comme [Les Mads d'Elisa](#), de présenter son travail de chef cuisinier comme [La passion d'un chef](#) ou de partager ses recettes et voyages culinaires comme [Les recettes de Daourina](#). Les producteurs ne sont pas en reste et ils sont nombreux à utiliser leur site Hubsid pour se faire connaître comme les apiculteurs saint-emilionnais [Coco Miel](#) ou le [Maraichage de la Maye](#).

« Pendant le confinement, les Français ont eu plus de temps pour se consacrer à leurs passions, que ce soit pour partager des recettes où pour mettre en avant des produits, Hubsid est la plateforme idéale pour les communautés voulant échanger autour de la food. Nous avons par ailleurs observé que nos utilisateurs ont passé 50% de temps supplémentaire sur la plateforme pour créer leur site Internet ces derniers mois », souligne Alexandre Hampe, COO d'Hubsid.

D'autres enseignements inspirés de cette période de confinement à découvrir très prochainement.

*Sondage OpinionWay pour Hubsid, les interviews ont été réalisées les 10 et 11 juin 2020 sur un échantillon de 1056 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Cette enquête respecte la norme ISO 20252.

À propos d'Hubsid

HUBSIDE est un service de création de site web qui offre à l'utilisateur, du plus novice au plus expert, un espace à personnaliser pour faire vivre et partager ses passions, ses projets ou ses événements, en ligne avec sa tribu. Créé en France en 2018, HUBSIDE est aujourd'hui présent dans 750 points de vente en France, dont un flagship à la Fnac CNIT La Défense. Pour être au plus près des utilisateurs et leur apporter accompagnement sur-mesure, HUBSIDE s'appuie sur une équipe de 1500 téléconseillers et un large réseau de distributeurs partenaires, dont Fnac-Darty, en France et à l'international. Depuis mars 2019, la société est également présente en Espagne. HUBSIDE est une marque de SFAM Group qui prévoit de réaliser 1 milliard d'€ de volume d'affaires en 2020. www.hubsid.com

Relations médias : Agence [Wellcom](#)

Camille Ruols & Julie Vautrin
camille.ruols@wellcom.fr – julie.vautrin@wellcom.fr