

Tendances Food TikTok

2024-2025

Introduction

Prenez une longueur d'avance stratégique

TikTok est un véritable laboratoire des tendances alimentaires, offrant à ceux qui savent l'analyser une longueur d'avance sur les évolutions du marché.

À travers les millions de vidéos publiées par les utilisateurs, on identifie les produits en vogue, on observe les nouvelles préférences de consommation et on repère des signaux précurseurs de tendances émergentes.

Cependant cela nécessite d'y passer du temps et d'effectuer une analyse sur le long terme. Il est essentiel de comprendre les codes du réseau, repérer les bons influenceurs à suivre, et savoir distinguer une vidéo virale d'une véritable tendance.

Grâce à ce rapport, vous aurez une vue d'ensemble des 30 principales tendances food populaires sur Tiktok en France en cette fin d'année 2024, qui seront très probablement encore influentes en 2025.

Certaines sont des micro-tendances, peuvent paraître niches, mais en réalité elles disent beaucoup de nos habitudes de consommation, des préférences en terme de produits, des saveurs en vogue, etc.

Ce rapport s'adresse à tous les professionnels du secteur alimentaire souhaitant anticiper les évolutions à venir dans l'alimentaire. Que vous soyez dans l'innovation produit, la communication, la restauration ou la distribution, ces insights vous permettront de guider et d'affiner votre stratégie.

Pourquoi le Haul Too Good to Go fonctionne-t-il si bien ? Saviez-vous que le flan faisait un retour en force ? Que la pistache était la saveur n°1 ? Que les dattes pourraient probablement devenir le prochain ingrédient en vogue ? C'est ce que je vous propose de découvrir !

Ma méthode

Voici comment j'ai élaboré cette liste de tendances : je suis abonnée à une centaine de créateurs français spécialisés dans la food ou publiant régulièrement des vidéos liées à l'alimentation, et j'ai suivi de près leurs nouvelles publications. J'ai également passé des mois à visionner des milliers de vidéos dans la catégorie "Pour Toi".

Mon objectif a été de diversifier les profils et les formats pour couvrir un maximum de styles et vous offrir un panorama aussi complet que possible des tendances actuelles. Toutefois, je suis consciente que tout ce que j'ai vu a été filtré par mon algorithme TikTok. Alors, si vous avez repéré des tendances que je n'ai pas mentionnées, n'hésitez pas à les partager avec moi !

Quelques comptes à suivre pour capter les tendances

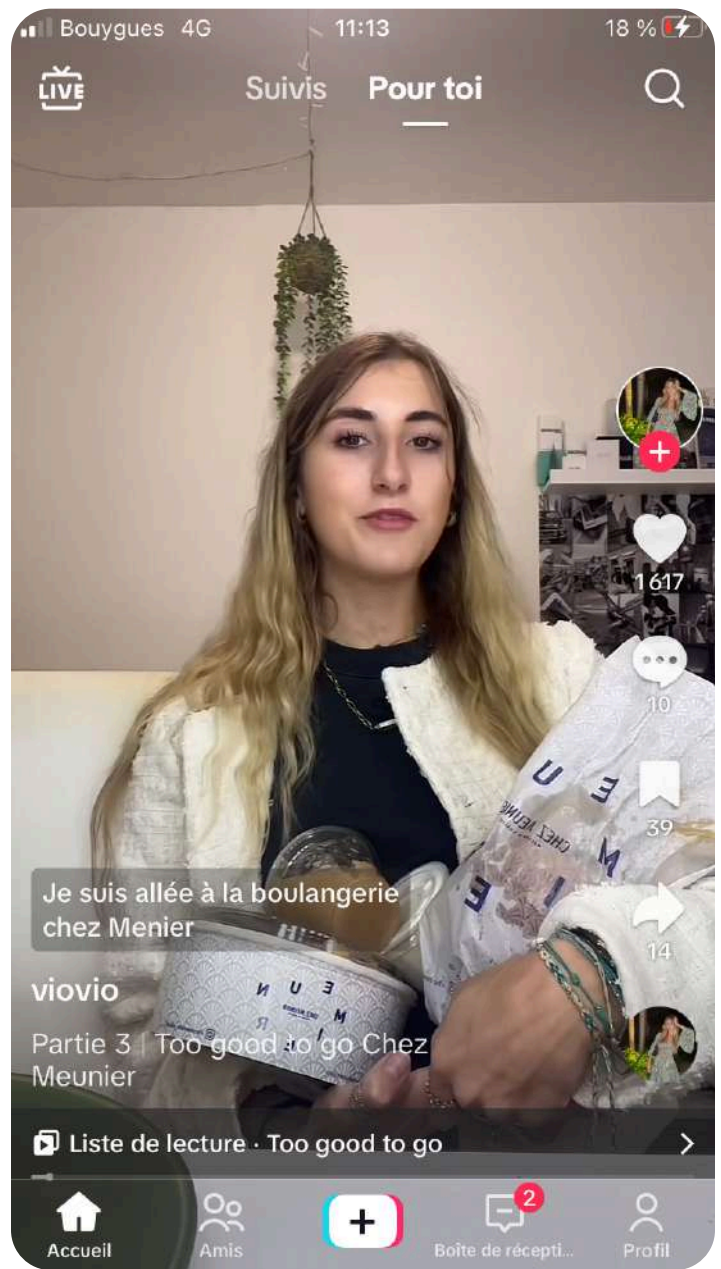
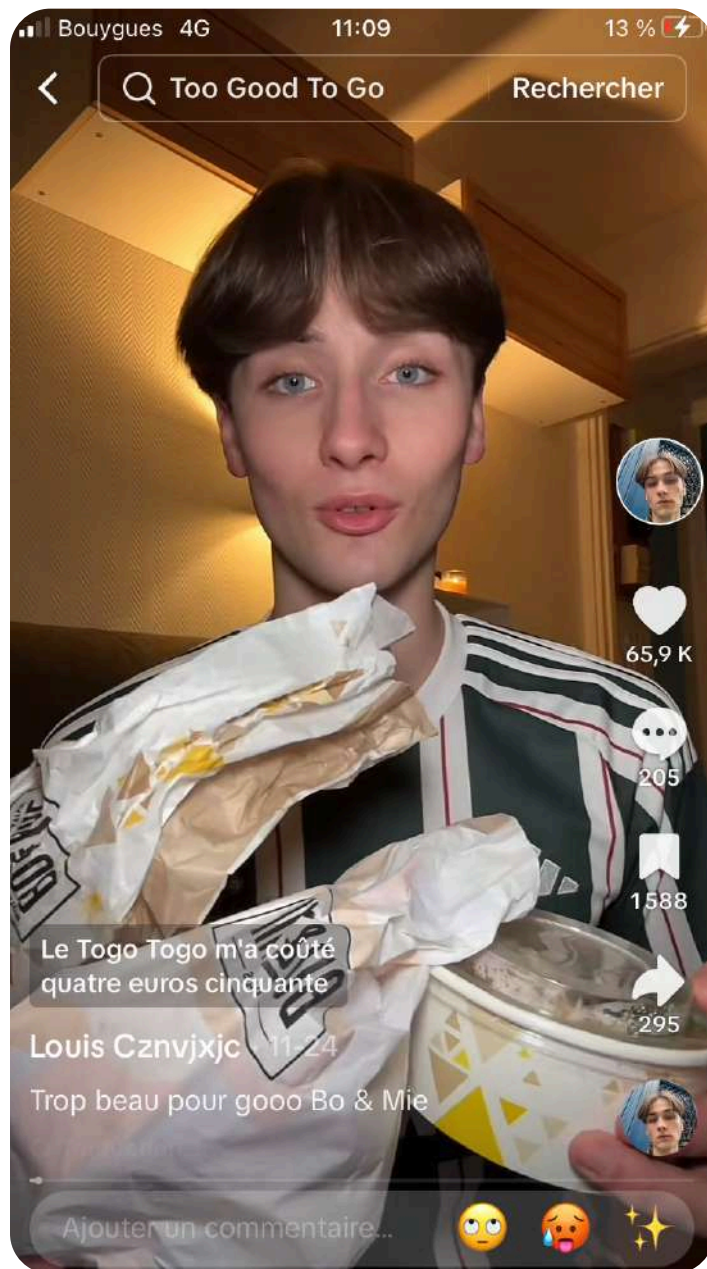
[@lucilelouis](#), [@louisczyn](#), [@emilieeteva](#), [@jeremlecoach](#), [@eatwithflower](#), [@poupettoo](#), [@lafoodloveuse](#), [@lolacg](#), [@illyesbnsd](#), [@chocacaothe](#), [@manon.reaction](#), [@meythomas3](#), [@poopiblh](#), [@apricotmaxine](#), [@amelle_s](#), [@not_so_superflu](#), [@johanpapz](#), [@alixgrousset](#), [@salutbrian](#)

La liste des tendances

Haul Too Good To Go	Le matcha	Les snacks de luxe
Retour de courses	Les cookies new-yorkais	Le pain perdu
Tester une gamme	Les trompe-l'œil	Le chocolat de Dubaï
Calendriers de l'Avent	La nourriture géante	Les produits de chez Picard
Nourriture des marchés de Noël	Les pâtisseries salées	Les alternatives à la pâte à tartiner El Mordjene
À la recherche des meilleurs produits d'une ville	Les mash-ups	Les overnight oats
Bakery run	Les pâtisseries de chez Cédric Grolet	Les recettes au AirFryer
On Mange ensemble	Le pain au chocolat à la banane	Les snacks aux dattes
Mukbang	Les flans	Les snacks aux fruits frais
What I eat in a day	Les cinnamon rolls	La cure de sucre
La pistache	Le bento cake de chez ID cake	Le régime carnivore

Les formats de vidéos qui fonctionnent

Haul Too Good to Go

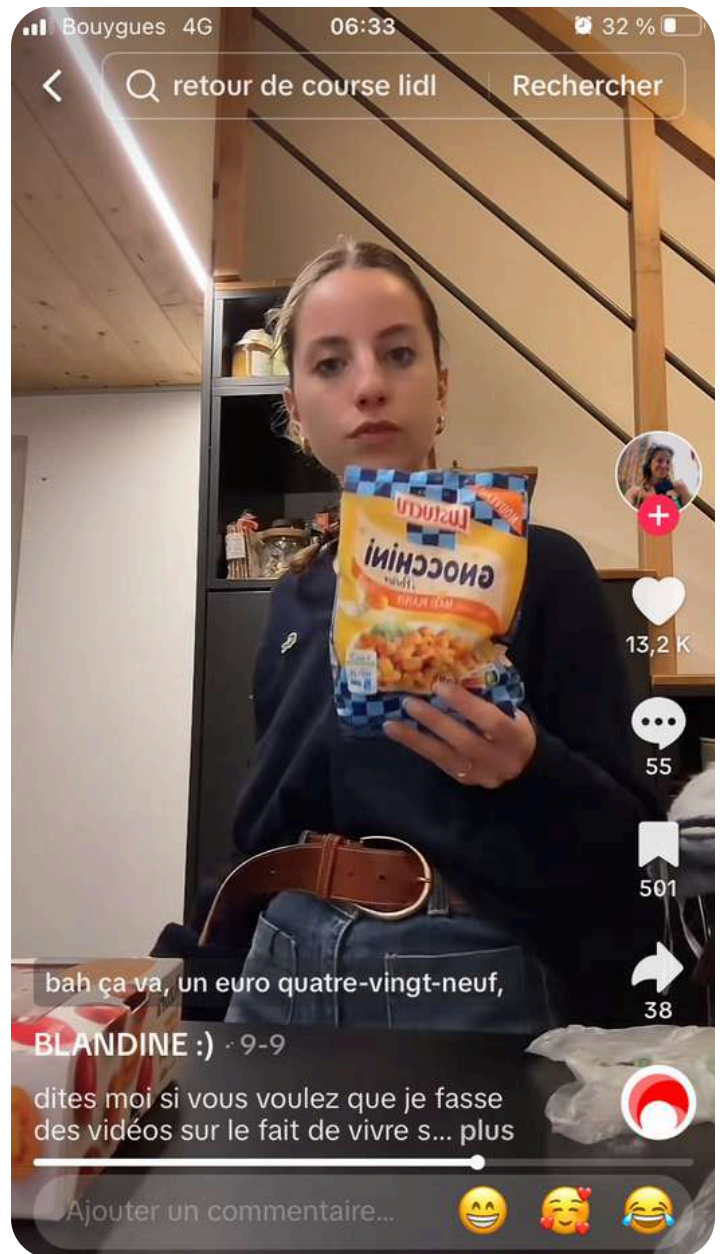


Ce Too Good to go m'a coûté 5€ et voici tout ce que j'ai eu ce que j'ai eu".

Concept : Le haul Too Good To Go consiste à acheter un panier de produits invendus via l'application et à partager son contenu en vidéo. Ces paniers contiennent souvent des produits de boulangerie : viennoiseries, sandwiches, pains de la veille, ou des plats à emporter (traiteur chinois ou italien par exemple). Le créateur goûte chaque article et donne son avis. Le grand intérêt de ce format réside dans la question : Est-ce que ce panier est rentable ? La quantité prime souvent sur la qualité, et plus le panier est rempli, plus la sensation d'avoir fait une bonne affaire est forte.

Pourquoi ça fonctionne ? Ce format joue sur l'effet de surprise : découvrir ce qui se cache dans le panier suscite de l'excitation, et l'idée de "faire une bonne affaire" séduit particulièrement. Des créateurs comme [@Louiscznv](#) ont même lancé des comptes TikTok consacrés à ce format de vidéo.

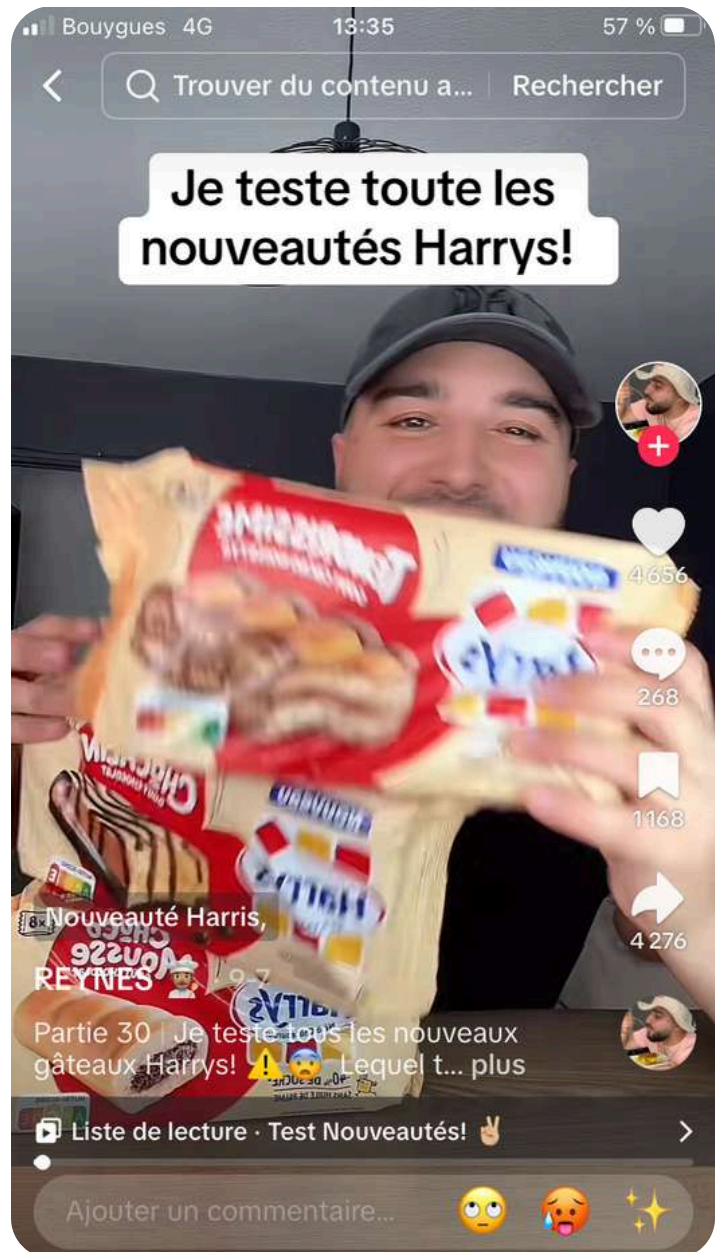
Retour de courses



Les vidéos de retour de courses montrent le contenu du panier, souvent pour la semaine. Elles commencent généralement par annoncer le montant total des courses, puis détaillent les produits un par un. Les créateurs partagent leurs idées de recettes, leurs produits favoris, et leurs petits craquages.

Ces vidéos permettent d'entrer dans l'intimité des créateurs. Les spectateurs aiment découvrir les choix des autres, car cela en dit long sur leur personnalité et leurs habitudes. C'est une manière de créer une connexion authentique et de susciter l'intérêt autour de choix du quotidien.

Tester une gamme



Ce format consiste à goûter et évaluer tous les produits de nouvelles gammes disponibles en supermarchés parmi les marques les plus populaires. Par exemple, les chips Bretz (qui ont fait le buzz récemment), la gamme de produits surgelés Nutella ou encore les nouveautés de Kinder. Le créateur teste chaque produit, donne son avis sur le goût, la texture, leur attribue une note, et fait un classement de ses préférences.

Pourquoi ça fonctionne ? Ce format permet aux spectateurs de découvrir des nouveautés qu'ils peuvent retrouver directement en magasin et d'aiguiller leurs futurs choix en rayons. La rétention est forte, car on a envie de connaître le classement final. Enfin, l'effet de quantité joue aussi un rôle clé : ces vidéos sont réalisées par des influenceurs professionnels qui ont la capacité de goûter tous les produits d'une gamme, ce qui crée une dynamique captivante et pousse à suivre la vidéo jusqu'à la fin.

Deux tikokteurs qui publient ce type de vidéos : [@manonreaction](#) et [@jeremlecoach](#)

Calendriers de l'Avent



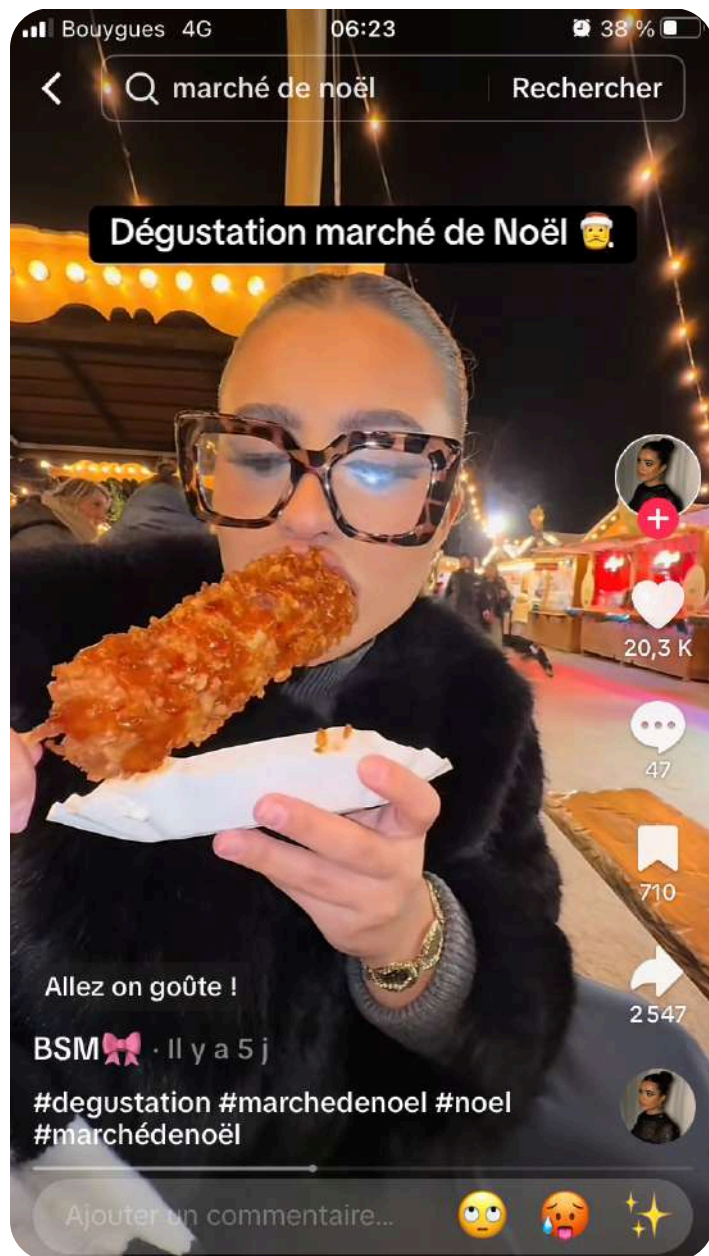
Cette année on a vu un nombre astronomique de calendriers de l'Avent envahir Tiktok, surtout dans la food et les cosmétiques. Je vous recommande d'écouter l'épisode du podcast le Super Daily "[Attention ! Averse de calendriers de l'Avent sur Tiktok](#)" qui décrypte ce phénomène.

Dans les calendriers présentés, on n'est plus du tout dans le classique carré de chocolat en forme de renne ou de Père Noël. On assiste à une véritable montée en gamme, avec des produits de plus en plus diversifiés et haut de gamme.

Les créateurs ouvrent l'intégralité de leur calendrier d'un coup en vidéo, dévoilant tout le contenu qu'il renferme. L'objectif ? Déterminer si le prix (souvent élevé) du calendrier est justifié par la quantité et la qualité des produits qui s'y cachent. Ce format est particulièrement viral car il suscite la curiosité et créer de la surprise. Surtout, il permet aux utilisateurs de déterminer lequel vaut le plus le coup de se procurer.

Notamment, les calendriers de l'Avent Bonne Maman, Nutella, Kinder ou Haribo ont été largement relayés sur Tiktok. De nombreux créateurs reçoivent des dizaines de calendriers gratuitement et leur dédient une vidéo.

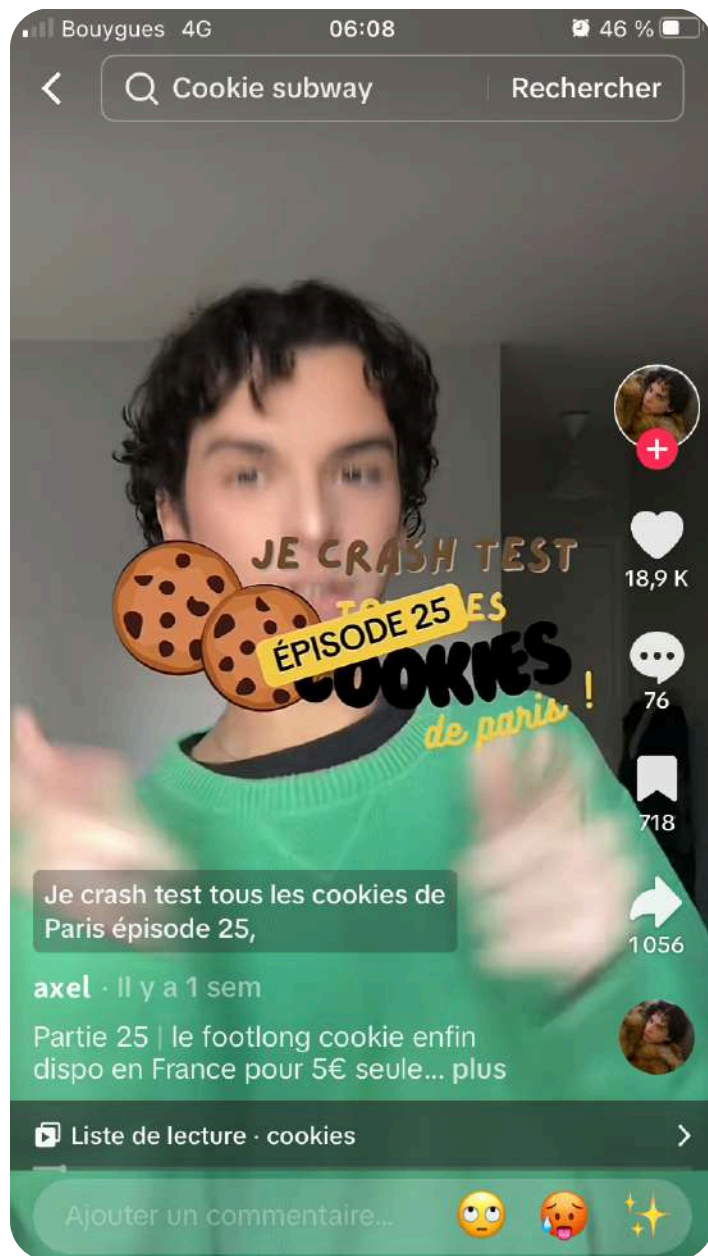
Nourriture des marchés de Noël



Les vidéos "Marché de Noël" consistent à tester plusieurs produits au sein d'un marché de Noël et/ou à tester plusieurs marchés de Noël différents. Ce phénomène a particulièrement pris de l'ampleur cette année. L'objectif, c'est de tout goûter et de le partager "Tout ce qu'on a mangé au marché de Noël". Aligot, raclette, gaufre, bretzel... tout y passe, du salé au sucré.

Il ne s'agit pas uniquement de contenus partagés par des influenceurs, mais aussi par de nombreux "petits comptes", car ce format est très accessible et facilement réalisable.

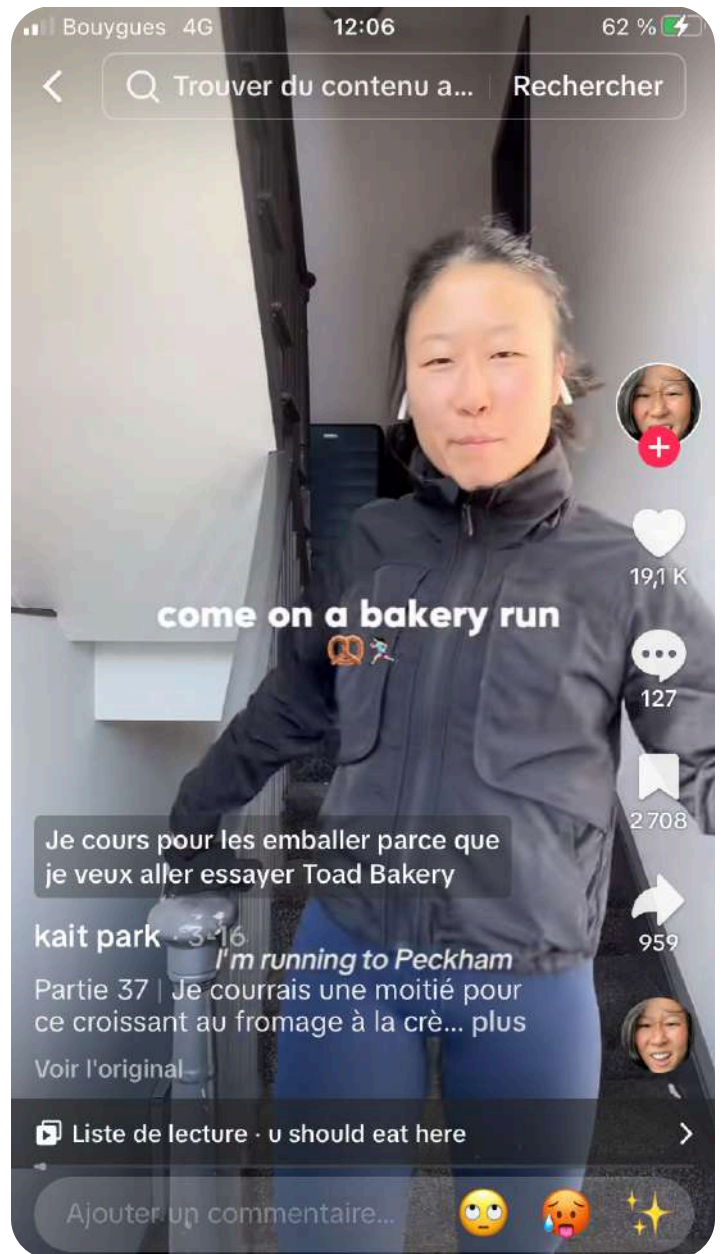
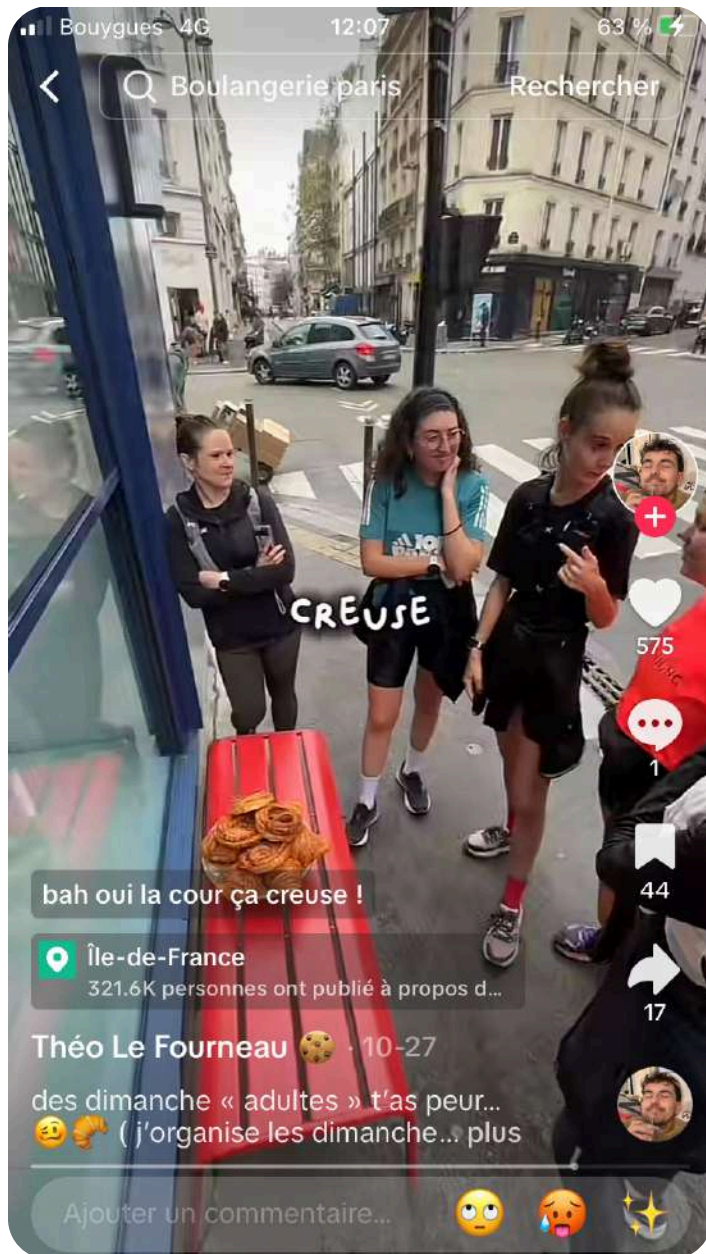
À la recherche des meilleurs produits d'une ville



Les créateurs parcourent les rues à la recherche des produits les plus populaires ou les plus uniques (cookies, croissants, flans...) et les comparent pour déterminer quel est, selon eux, le meilleur.

L'effet viral vient de la série de vidéos qui suivent les tests, créant ainsi un suspense et incitant les spectateurs à suivre la suite pour connaître le verdict final. Cela génère de l'engagement, car les abonnés sont impatients de savoir quel produit va l'emporter.

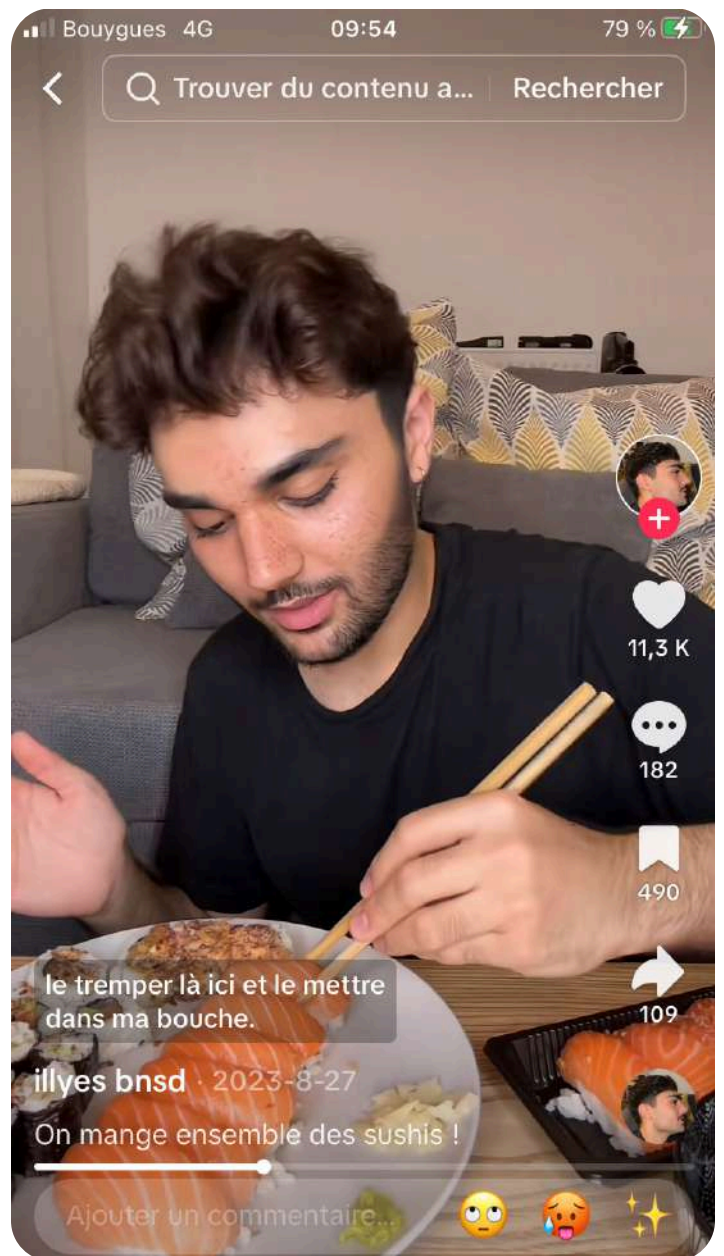
Bakery run



Le "Bakery Run" est un nouveau format où les créateurs filment une partie de leur parcours jusqu'à la boulangerie, comme une manière de "mériter" leur viennoiserie. L'idée ? Se donner une motivation pour courir en vue d'une récompense gourmande.

Ce concept a même inspiré la création de "running clubs" gourmands, où des groupes de coureurs se retrouvent pour courir jusqu'à des boulangeries ou des coffee shops, comme ceux organisés par des influenceurs tels que Théo Le Fourneau (@to.fourneau).

On mange ensemble

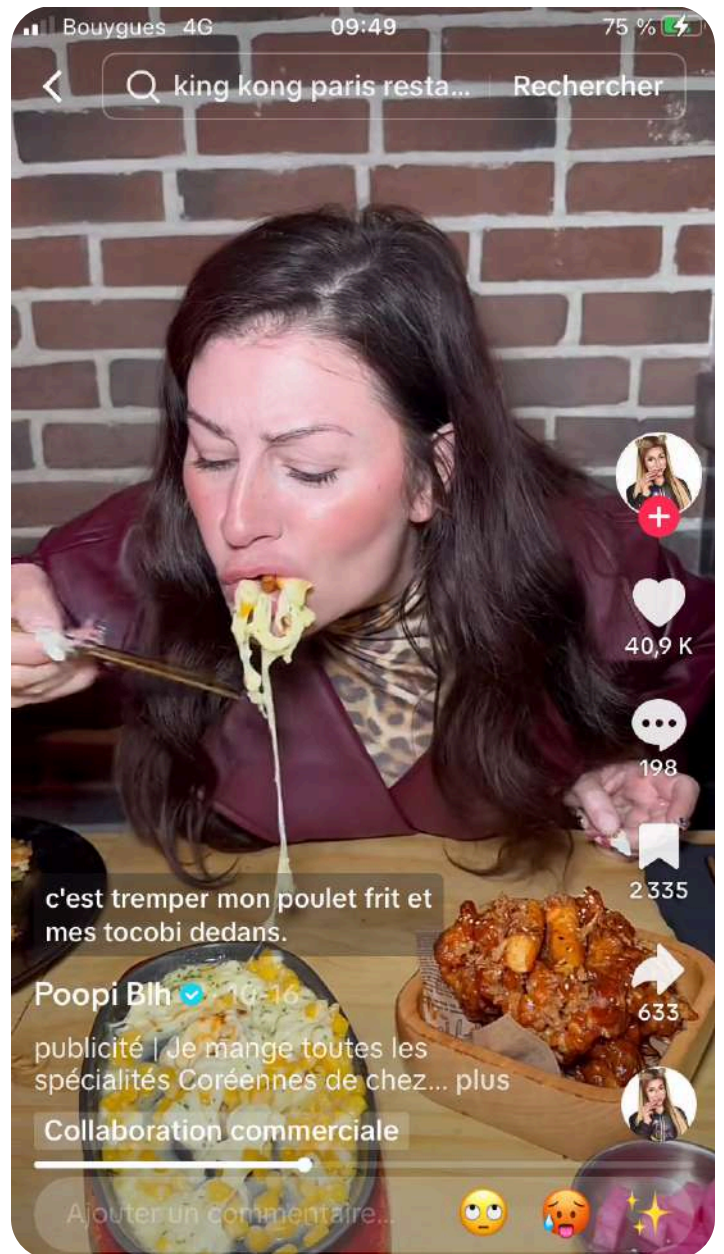


Le format "On mange ensemble" consiste à se filmer en train de manger son repas, qu'il soit fait maison ou acheté, tout en racontant une anecdote ou en partageant un moment de la journée. Ce sont souvent des plats de fast-food, ou des recettes simples faites maison comme des pâtes.

Ce format fonctionne parce qu'il est authentique, sans chichi, et crée une connexion avec sa communauté en partageant des moments de vie ordinaires.

Par exemple, l'influenceuse [@amelle_s](#) réalise de nombreuses vidéos de ce type.

Mukbang

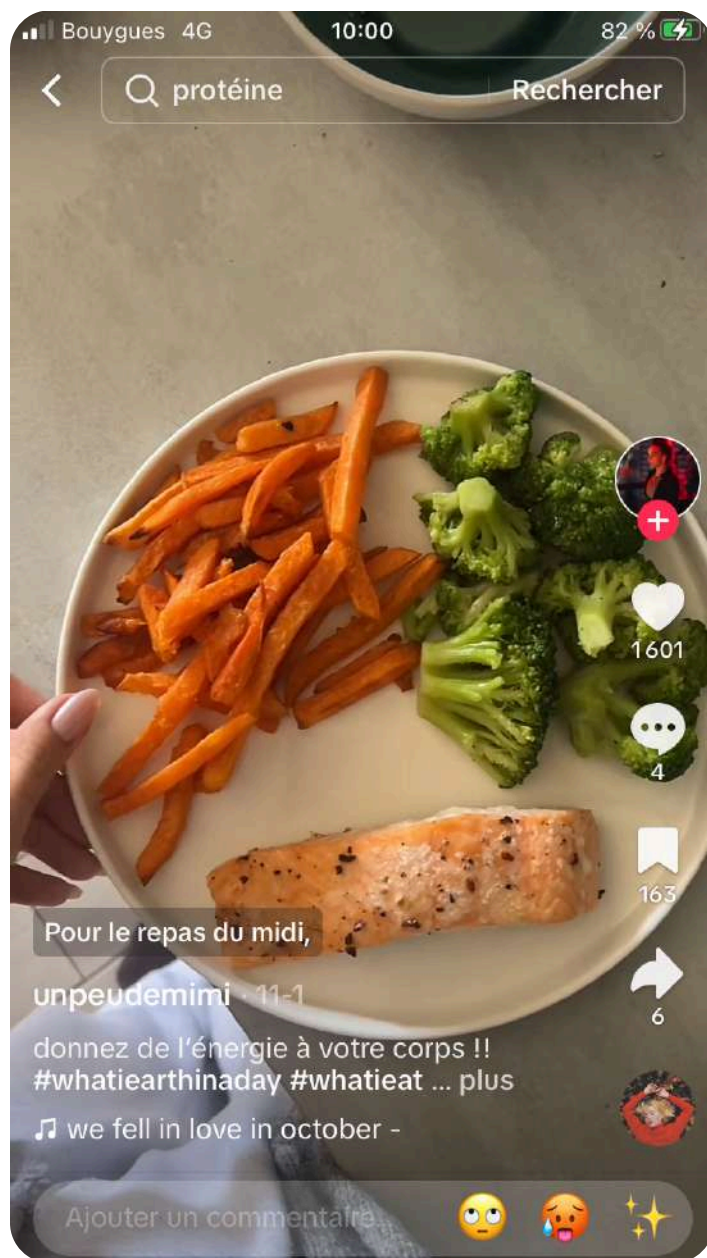
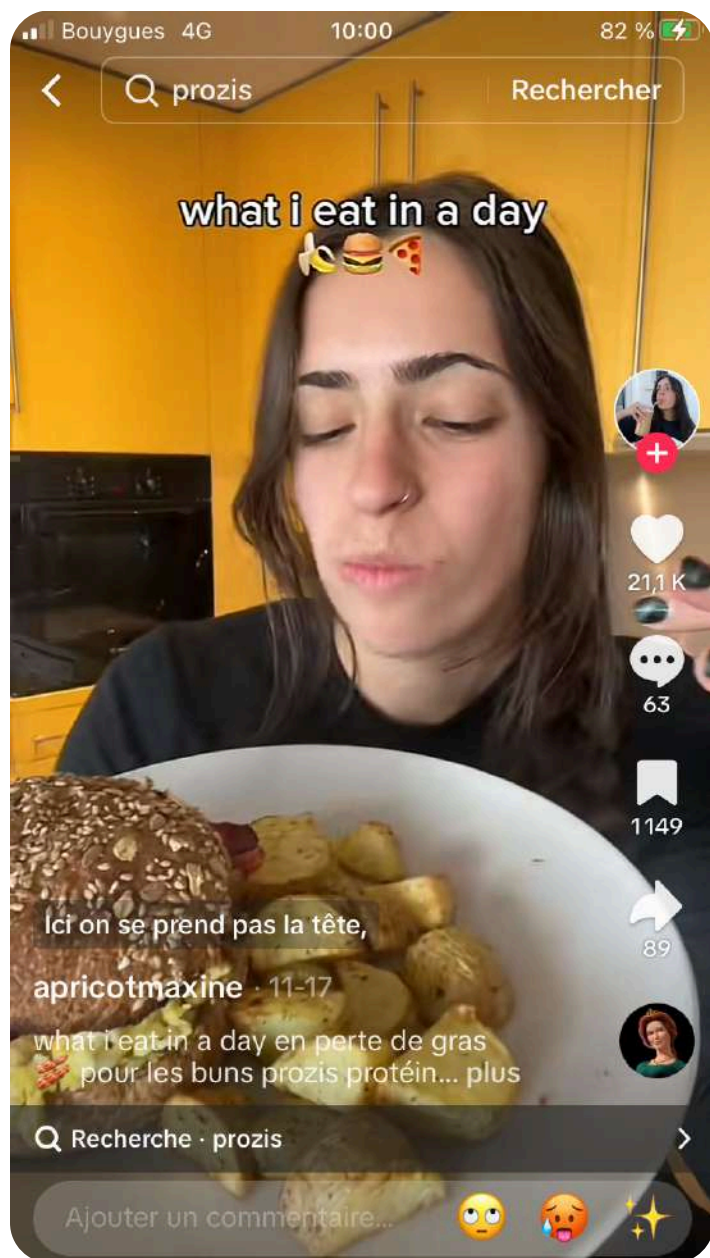


Le Mukbang a émergé en Corée du Sud en 2009 d'un concept simple : partager son repas en ligne, devant sa caméra en interagissant avec sa communauté pour ne pas manger seul. Très vite, ce format a pris une tournure spectaculaire. Les quantités sont devenues de plus en plus grandes, et les aliments, de plus en plus gras et caloriques.

Aujourd'hui ce concept est toujours aussi populaire et viral. Les vidéos de Mukbang sont souvent réalisés avec les bruits de mastication comme bruit de fond, créant un effet ASMR. Le but est de dévorer de grandes quantités de nourriture en un temps record, avec une mise en scène parfois un peu chaotique, des morceaux qui débordent de l'assiette, des mains pleines de sauce.

Ces vidéos permettent de vivre une forme de plaisir par procuration : on expérimente la transgression alimentaire à travers l'écran.

What I eat in a day



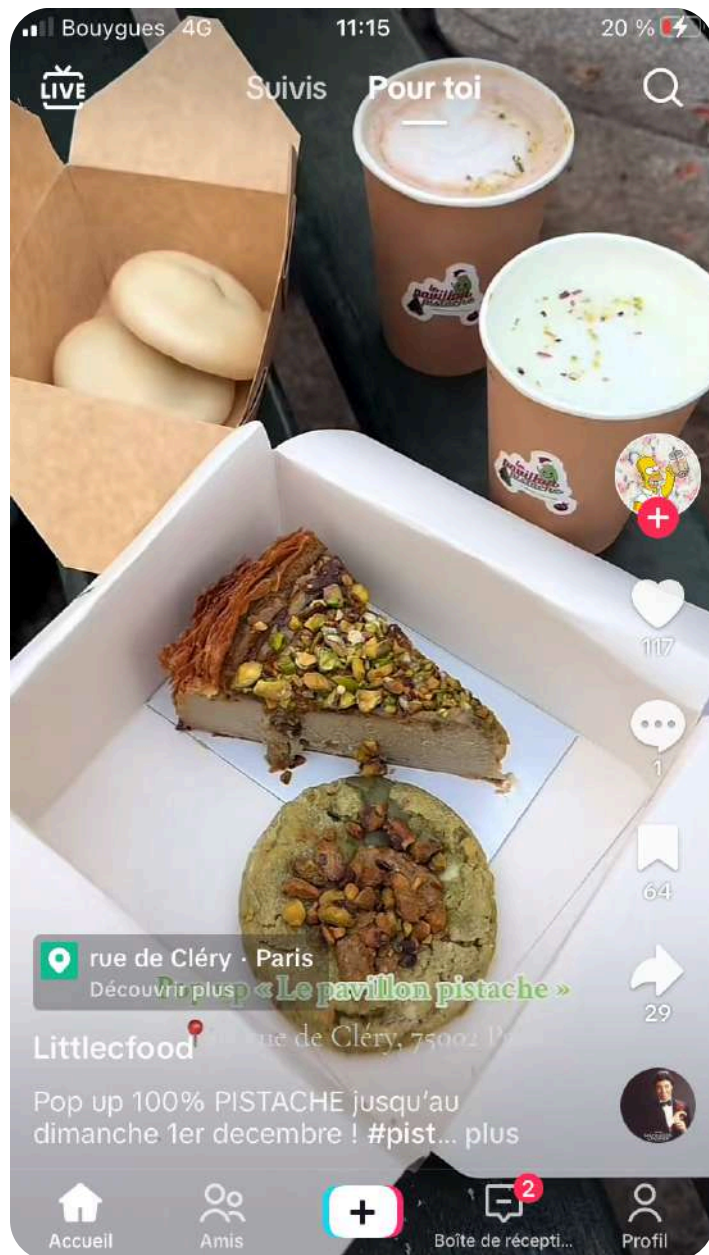
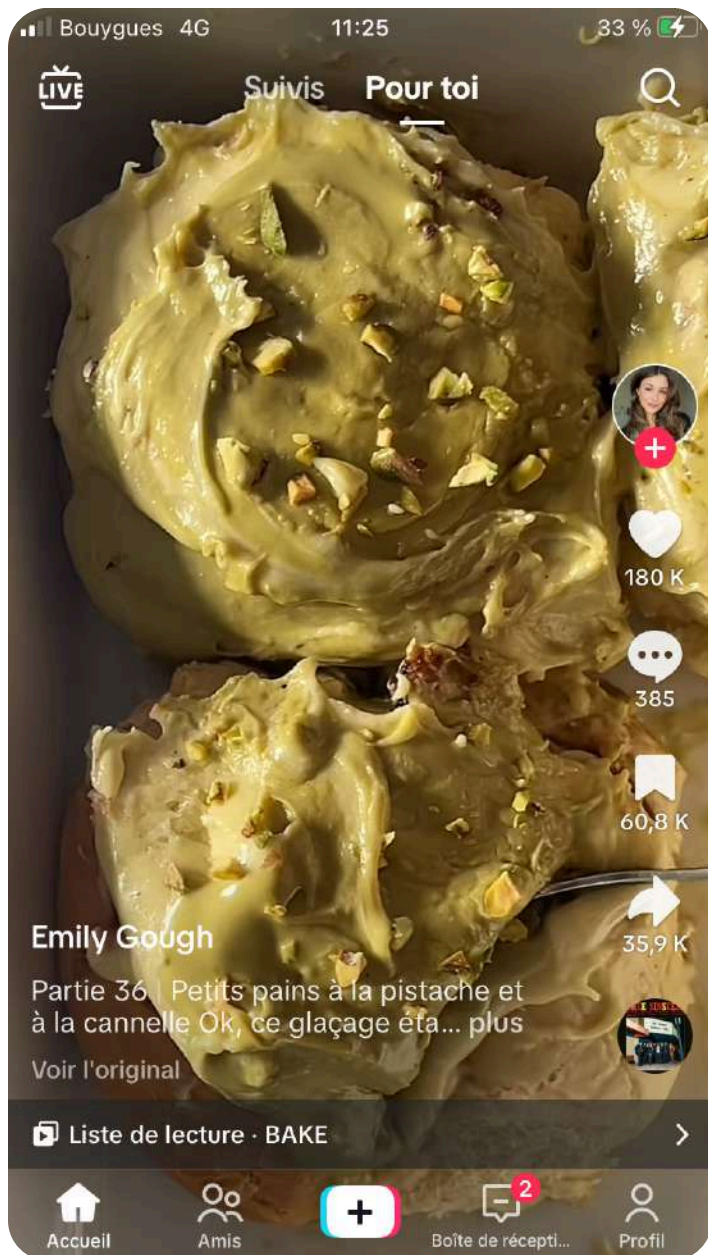
Le format "What I Eat In A Day" consiste à filmer de ses repas tout au long de la journée, du petit-déjeuner au dîner. Ce type de vidéo a émergé sur YouTube il y a quelques années et revient en force sur TikTok depuis quelques temps.

Ce format est souvent utilisé par des influenceurs fitness/ bien-être, qui partagent leurs repas sains ou adaptés à un régime spécifique (végétarien, prise de masse, perte de poids, etc) ou simplement un mode de vie "healthy".

Cependant, on observe une certaine évolution par rapport aux premières vidéos YouTube. Sur TikTok, les "What I Eat In A Day" sont plus diversifiés : certains montrent leurs repas lors de voyages, pendant le week-end, et partagent leurs écarts. L'accent est mis sur un côté plus réaliste et déculpabilisant.

Les saveurs en vogue

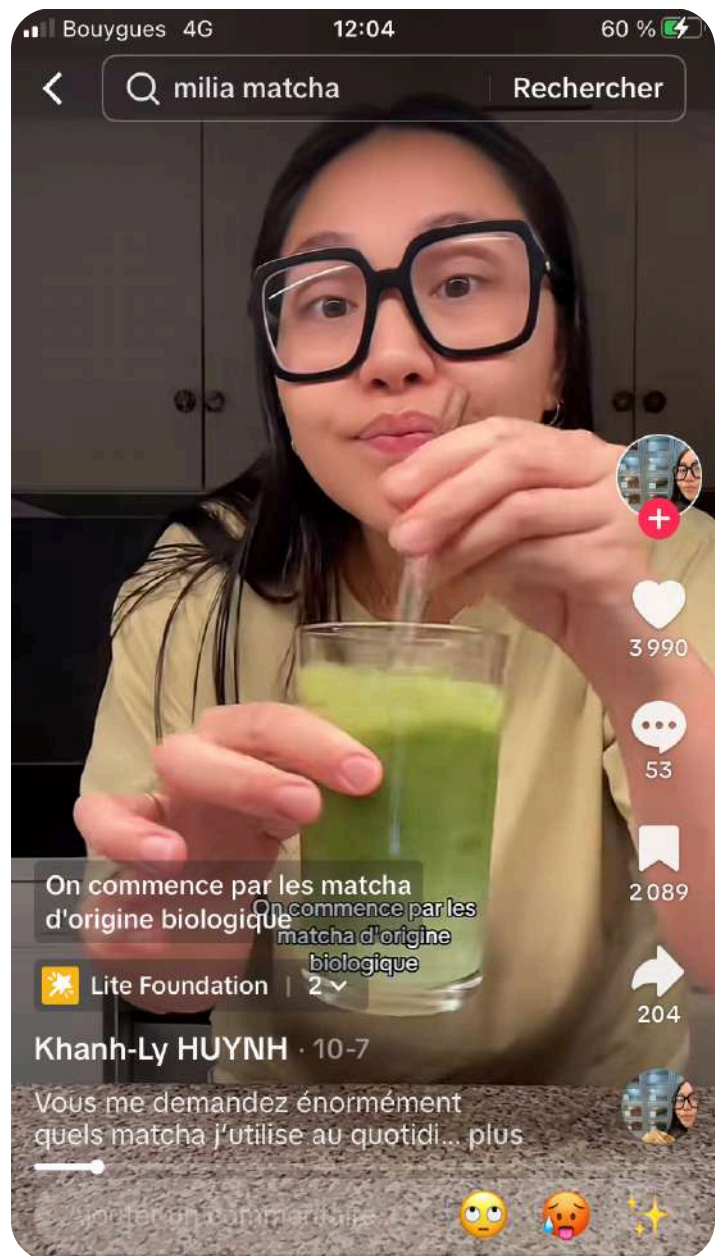
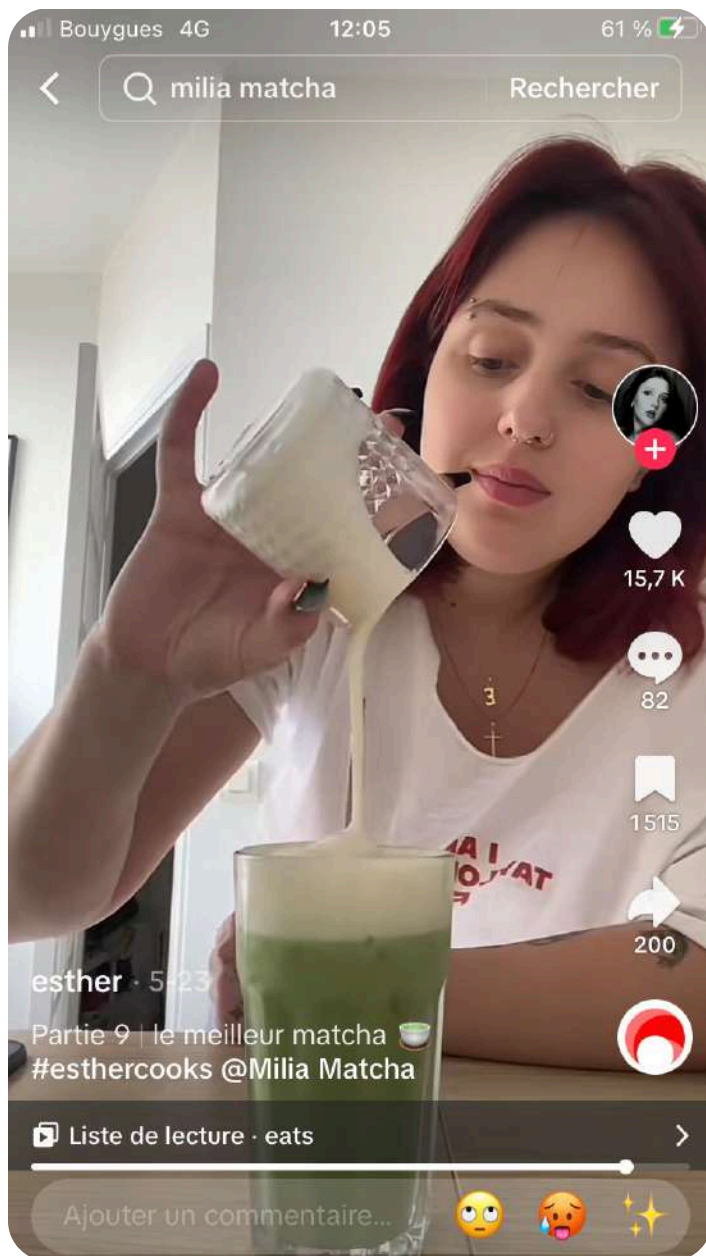
La pistache



La pistache est devenue incontournable sur Tiktok, envahissant tous les produits : croissants fourrés, cookies, flans, cafés lattés ou encore le fameux chocolat de Dubaï fourré à la pistache.

Des tiktokeurs comme Théo Fourneaux en ont même fait leur marque de fabrique. Ce dernier a d'ailleurs lancé un pop up café "[Le pavillon pistache](#)" : le premier café 100% dédié à la pistache à Paris. Il a attiré plus de 1000 visiteurs sur 4 jours du 28 Novembre au 1er décembre dernier dans le 2ème arrondissement de Paris.

Le matcha

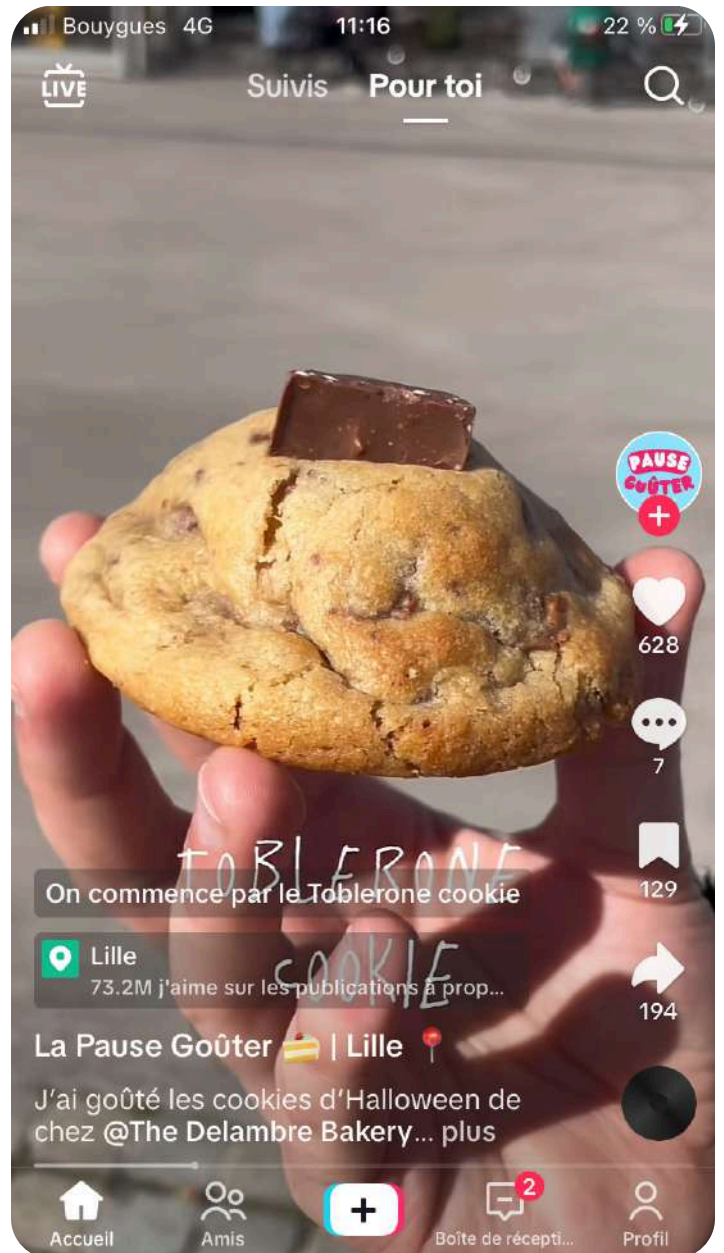
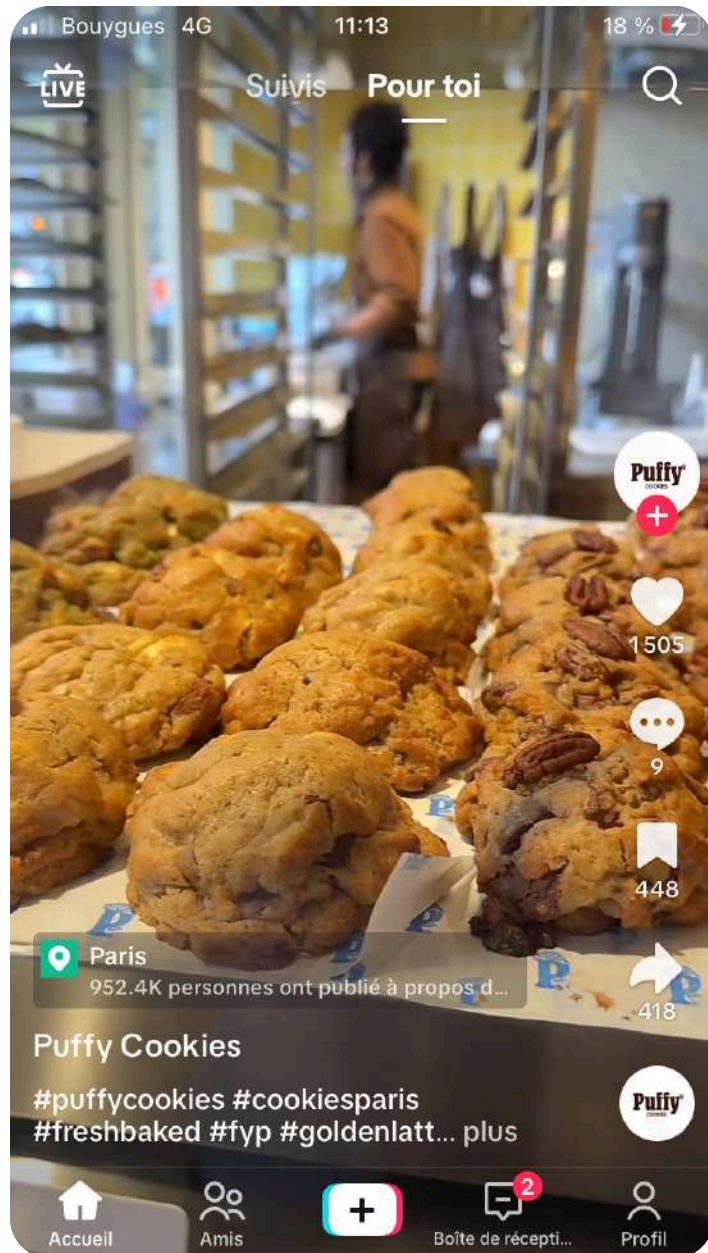


Le matcha est toujours aussi populaire sur Tiktok où on le retrouve dans plusieurs types de produits : boissons, pâtisseries, glaces... Mais c'est le matcha latte, qu'il soit glacé ou chaud, qui rencontre le plus grand succès. De nombreux créateurs l'ont intégré à leur routine quotidienne, souvent au petit-déjeuner ou au goûter, accompagné d'une pâtisserie. Que ce soit à emporter avant le travail ou préparé maison, il est toujours présenté comme une boisson bien-être.

On voit également des versions revisitées du matcha latte, avec des saveurs comme la framboise ou la fraise.

Les produits stars

Les cookies new-yorkais

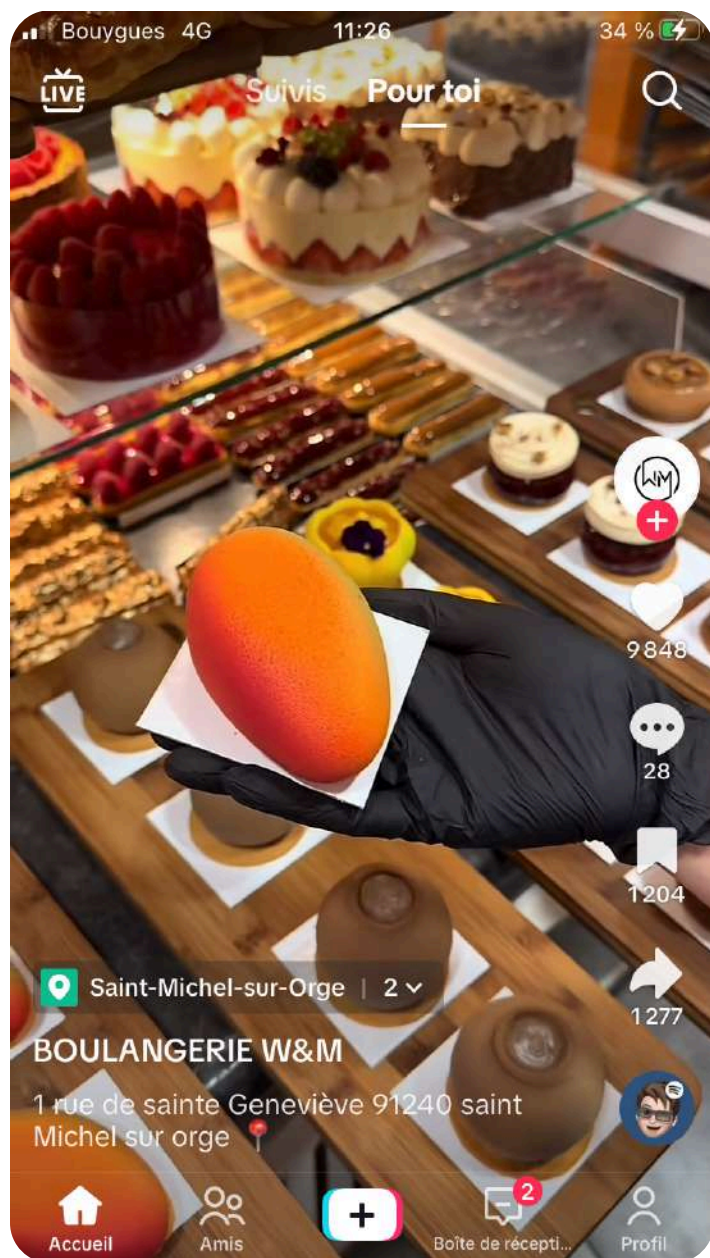


Les cookies à la New-Yorkaise, très épais et fondants à l'intérieur, ont envahi TikTok. Notamment ceux de chez [Delambre Bakery](#) (disponibles à Paris et Lille) et [Levain Bakery](#) (uniquement aux US).

Le concept est toujours le même : on filme l'ouverture du cookie pour montrer son cœur fondant, et si le cookie est fourré, c'est encore mieux ! On retrouve deux écoles : ceux qui les préfèrent bien cuits et croquants, et ceux qui optent pour des cookies plus épais et fondants.

Les cookies de chez [Holy Cookies](#) sont également en vogue en ce moment. Ces cookies énormes, servis chauds à la sortie du four dans un petit moule en carton, sont vendus pas moins de 12€ l'unité.

Les trompe-l'œil

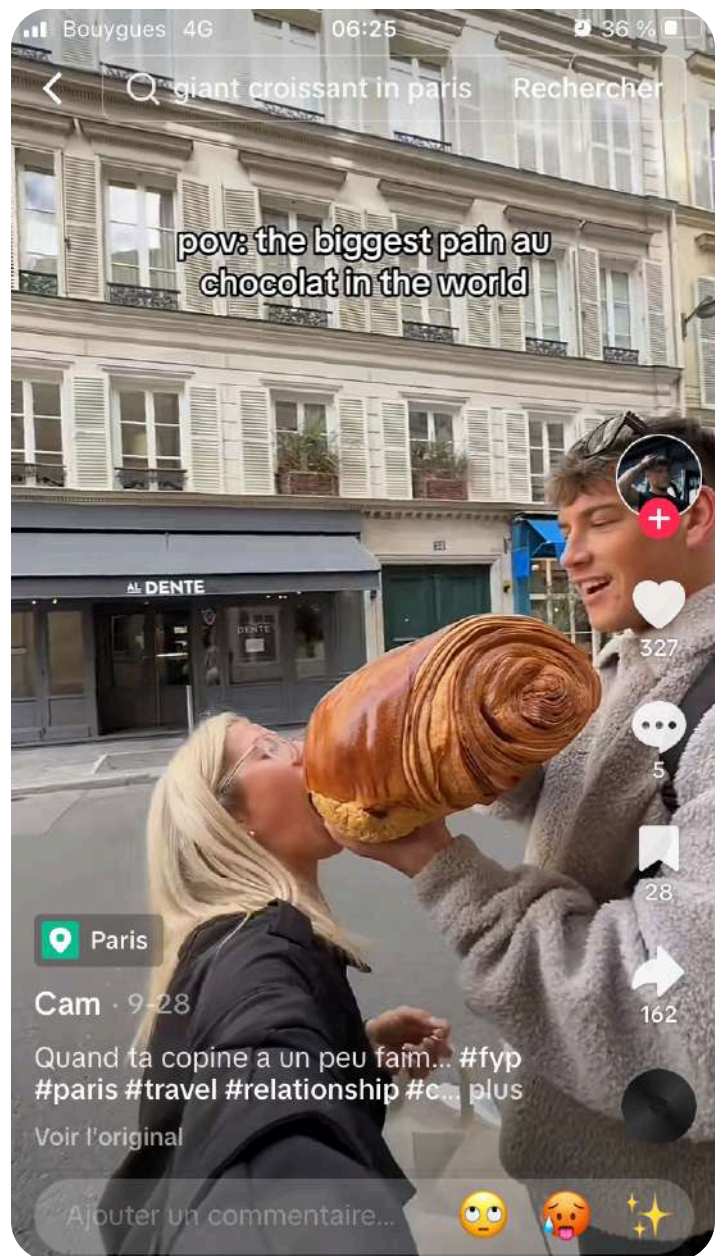
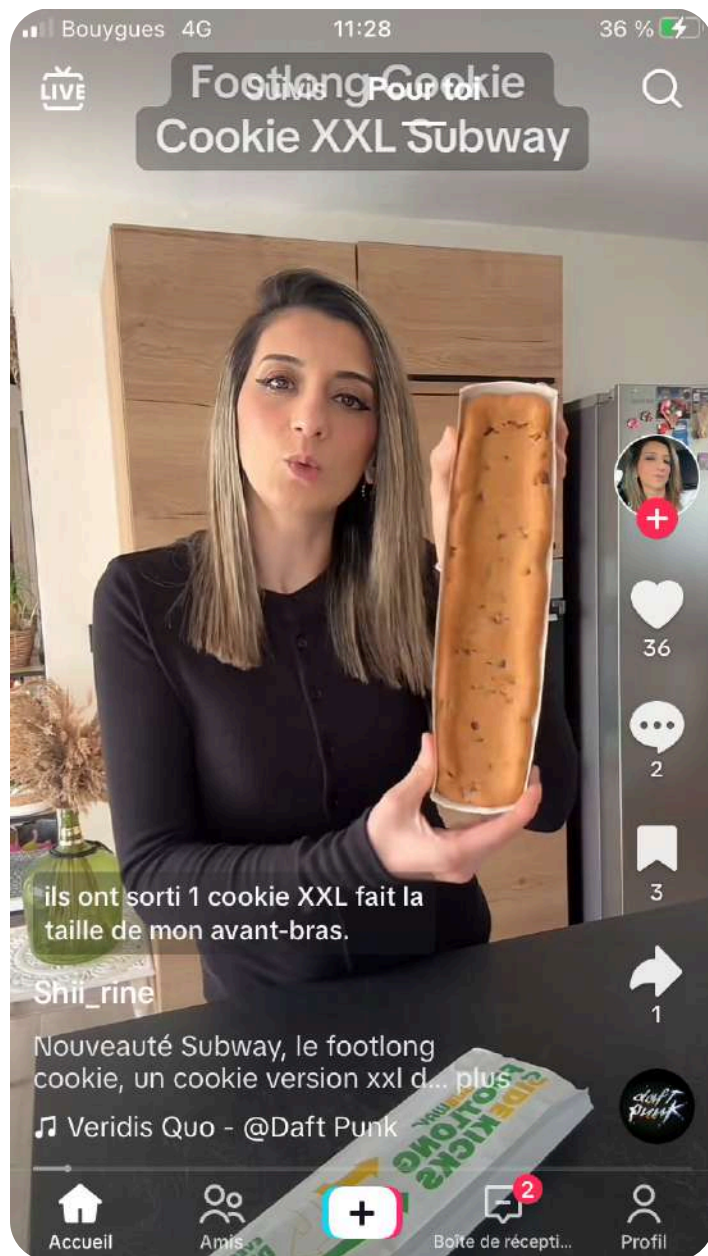


Les pâtisseries en trompe l'œil font un véritable carton sur TikTok. Tout a commencé avec les dégustations des créations du pâtissier Cédric Grolet, et rapidement, les utilisateurs ont commencé à dénicher des trompe-l'œil bon marché dans d'autres pâtisseries et à partager leurs découvertes sur la plateforme. On peut par exemple en trouver chez [Maison Ounissi](#) ou à [La Chaumière de Rosny](#).

Dans ces vidéos, les testeurs goûtent les créations et comparent leur saveur avec l'objet ou le fruit qu'elles imitent : est-ce que ça a bien le goût du fruit, de la cacahuète, ou de la gousse de vanille ?

L'été dernier, les [fruits givrés de chez Picard](#) ont fait sensation sur TikTok, avec de nombreux utilisateurs qui se sont empressés de les tester.

La nourriture géante

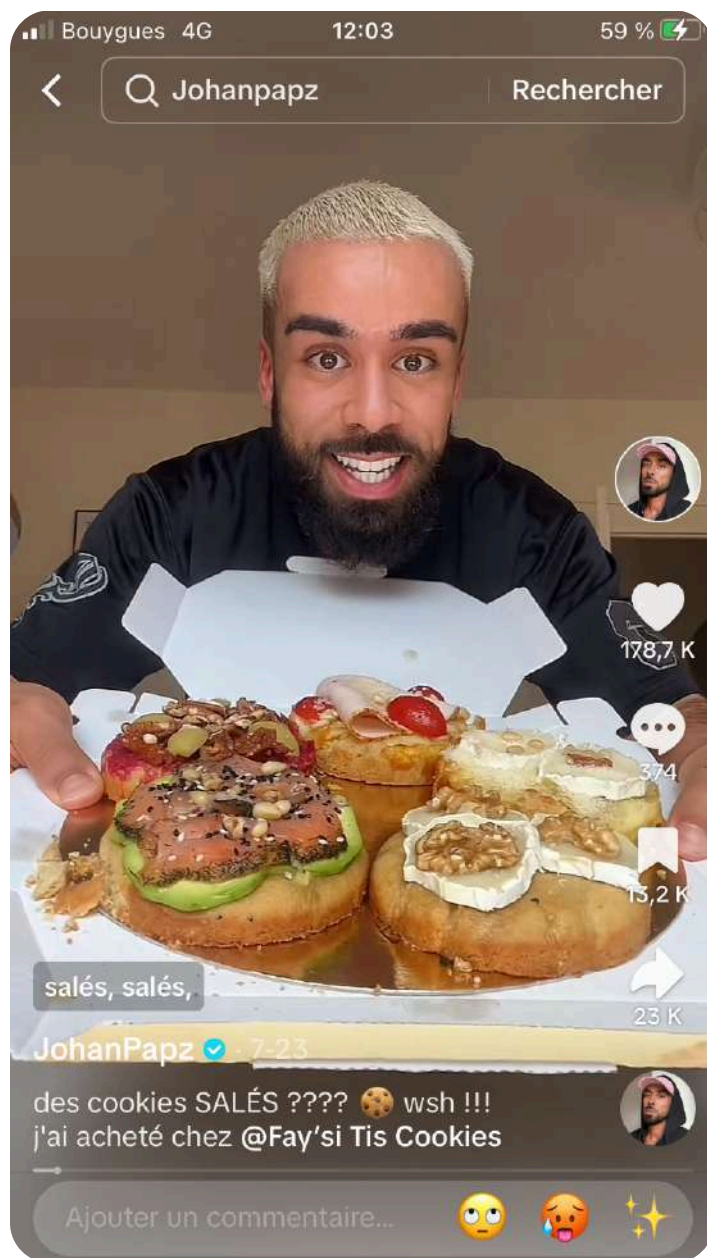
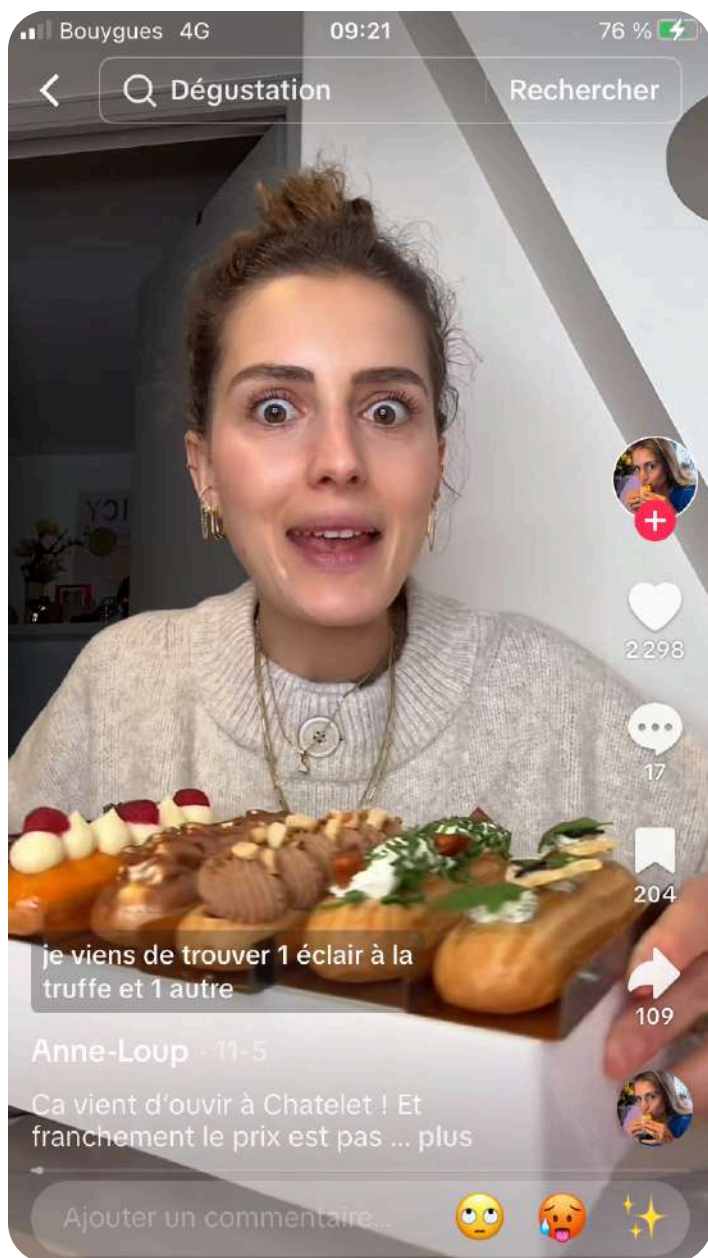


Les produits XXL rencontrent un grand succès sur TikTok. Parmi les incontournables, on retrouve les pains au chocolat géants de Philippe Conticini, ainsi que le tout récent cookie XXL de Subway. ce cookie géant de 30 cm de long – soit la taille du célèbre sandwich SUB30 – est particulièrement viral. Vendu en édition limitée jusqu'à février, son prix de 5€ donne l'impression aux gens de faire une bonne affaire, d'en avoir pour leur argent.

Côté salé, on a également les sandwiches géants de 70 cm vendus à la grande épicerie de Paris.

Ces vidéos éveillent la curiosité grâce à leur côté inédit, et les spectateurs attendent le verdict du testeur : est-ce aussi bon qu'impressionnant ? Est-ce que le produit vaut vraiment son prix ?

Les pâtisseries salées

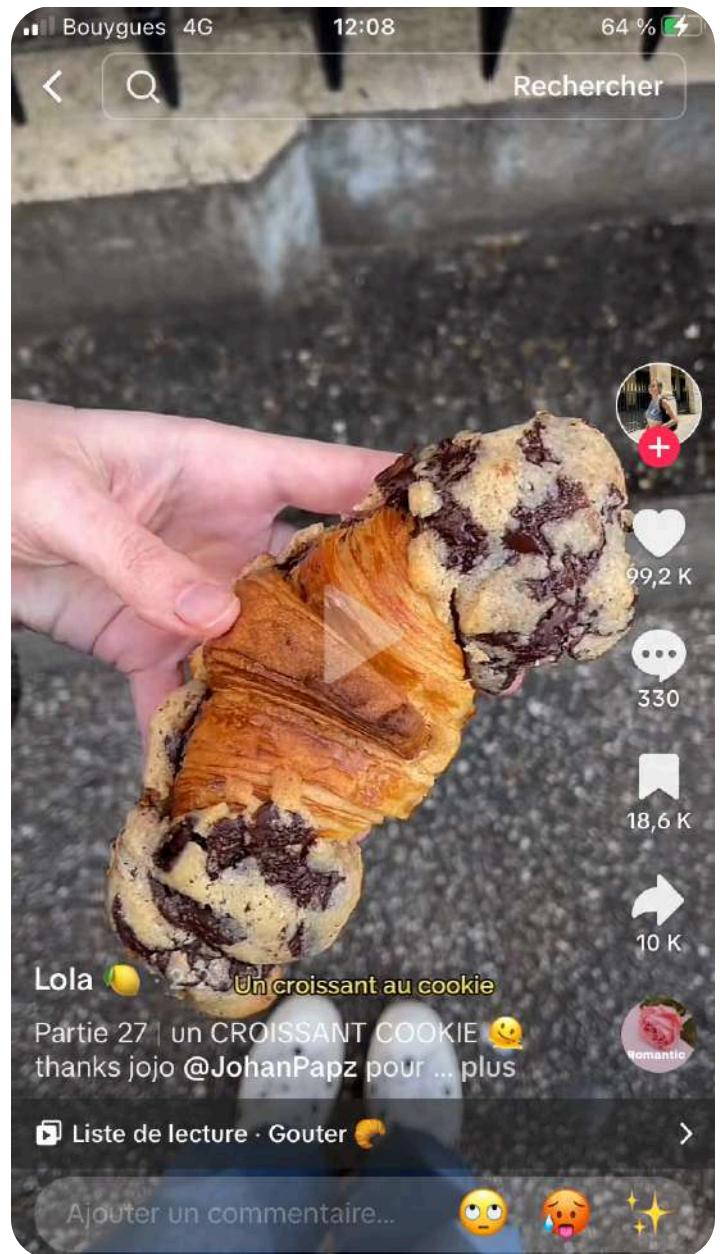
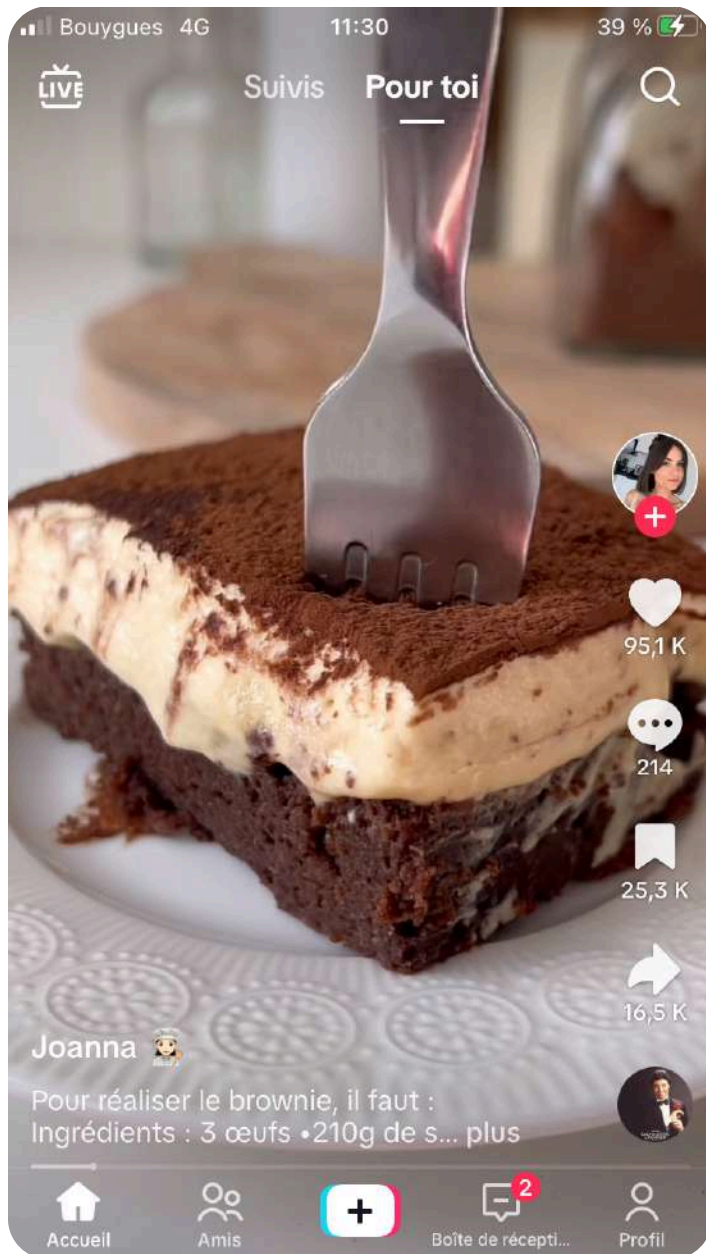


Les pâtisseries salées sont un des derniers twists culinaires de plus en plus en vogue sur Tiktok. Des créateurs testent des versions salées de recettes initialement sucrées telles que les cookies, les éclairs salés, le pain perdu, etc.

Exemples : Les cookies salés de chez [Fay'Si Tis Cookies](#), les cookies au beurre de cacahuète et à [la truffe de Holy Cookies](#), ou encore [les madeleines à la tomate et au pesto de St Michel](#).

Une fois de plus, ces produits éveillent la curiosité : on se demande si ces recettes, habituellement appréciées en version sucrée, peuvent aussi fonctionner en version salée.

Les mash-ups



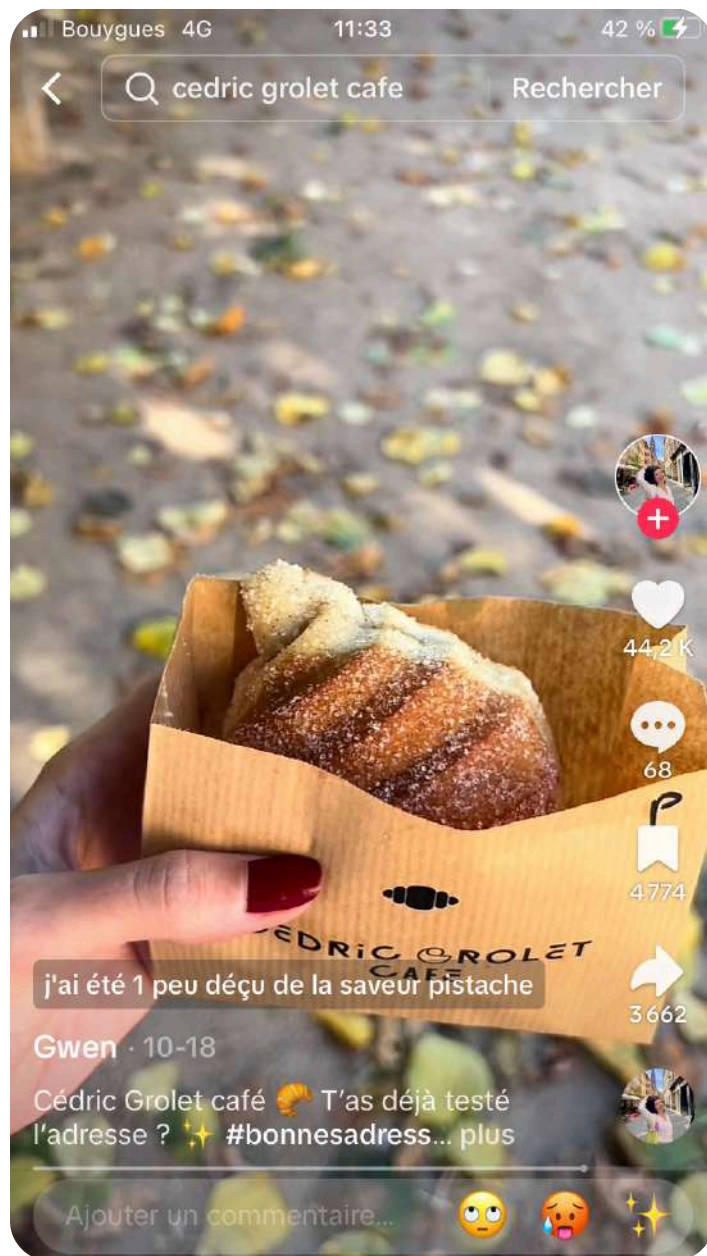
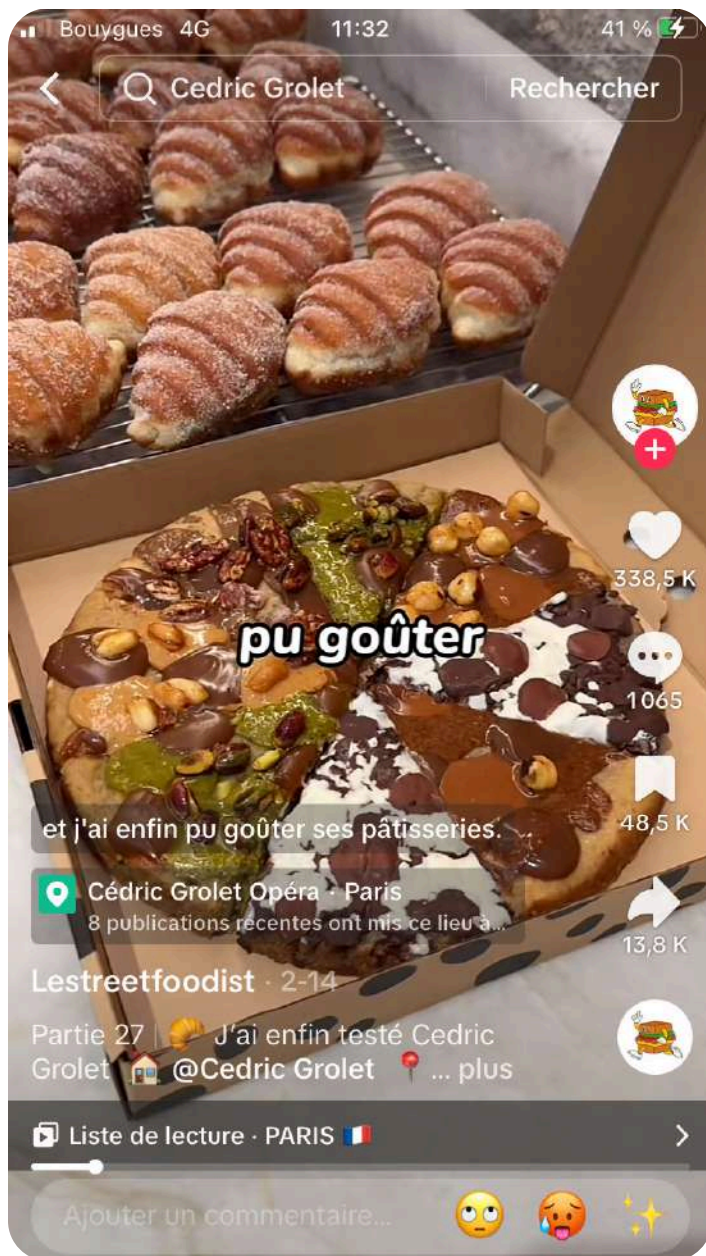
Vous connaissiez peut-être les brookies (brownie + cookie) ou les cruffins (croissant + muffin).

Sur TikTok, on voit de plus en plus de nouveaux combos surprenants, comme le cinnamon roll tiramisu, le brownie tiramisu, ou encore les tout nouveaux [BMS de chez chez The French Bastards \(Bastard Macorons Cookies\)](#).

Ces créations attirent tout de suite l'attention : on adore déjà ces deux produits, alors on se dit que les associer, c'est forcément encore mieux ! On a hâte de découvrir si c'est aussi bon qu'on l'imagine, comme une nouvelle trouvaille gourmande.

Ces produits sont soit achetés en boulangerie, soit réalisés maison.

Les pâtisseries de chez Cédric Grolet

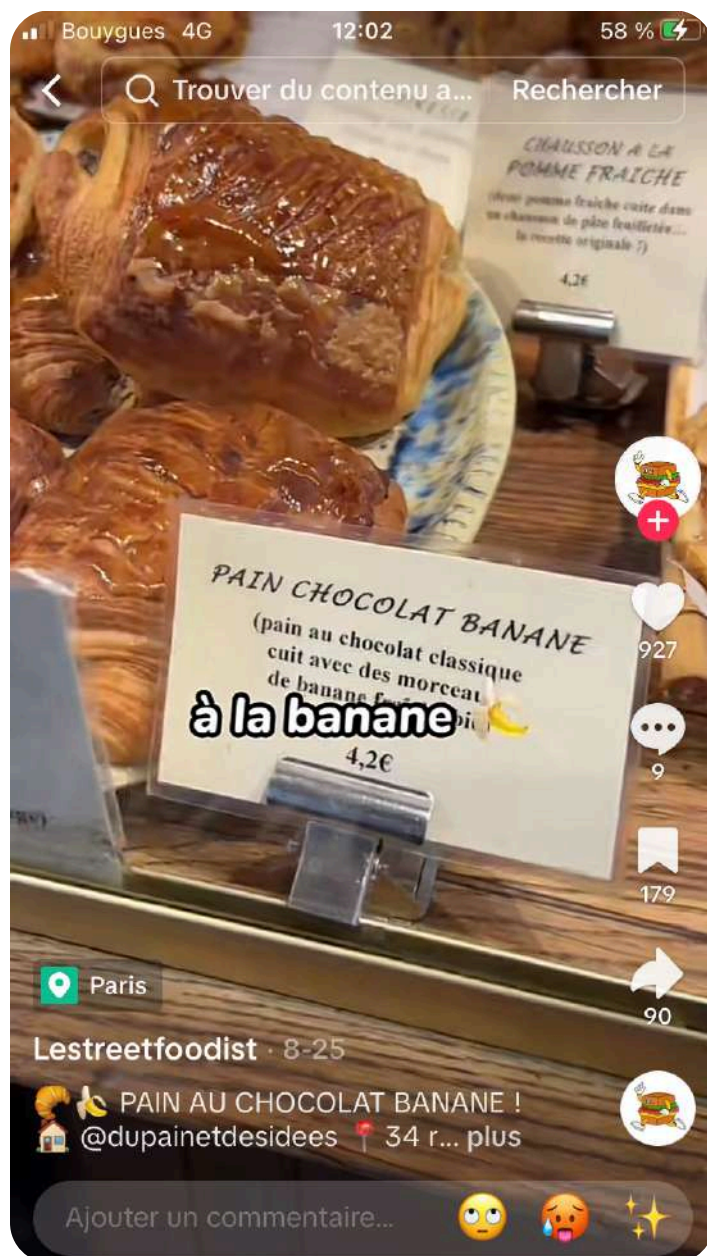


Les pâtisseries de chez Cédric Grolet suscitent un engouement énorme sur les réseaux sociaux depuis plusieurs années. Ce n'est pas un phénomène réservé aux touristes étrangers (comme beaucoup le suggèrent) : de nombreux créateurs de contenu Français se précipitent pour tester ces produits dont tout le monde parle, prêts à faire la queue pour s'offrir des pâtisseries ou viennoiseries haut de gamme.

Parmi les créations les plus virales sur TikTok, on retrouve ses célèbres trompe-l'œil et bûches de Noël, mais aussi ses nouveautés comme la [pizza cookie à 35€](#) et les beignets en forme de croissants fourrés à la vanille ou à la pistache, qui rencontrent également un énorme succès.

À chaque fois, l'objectif des vidéos est le même : savoir si ces pâtisseries valent vraiment le prix et l'attente.

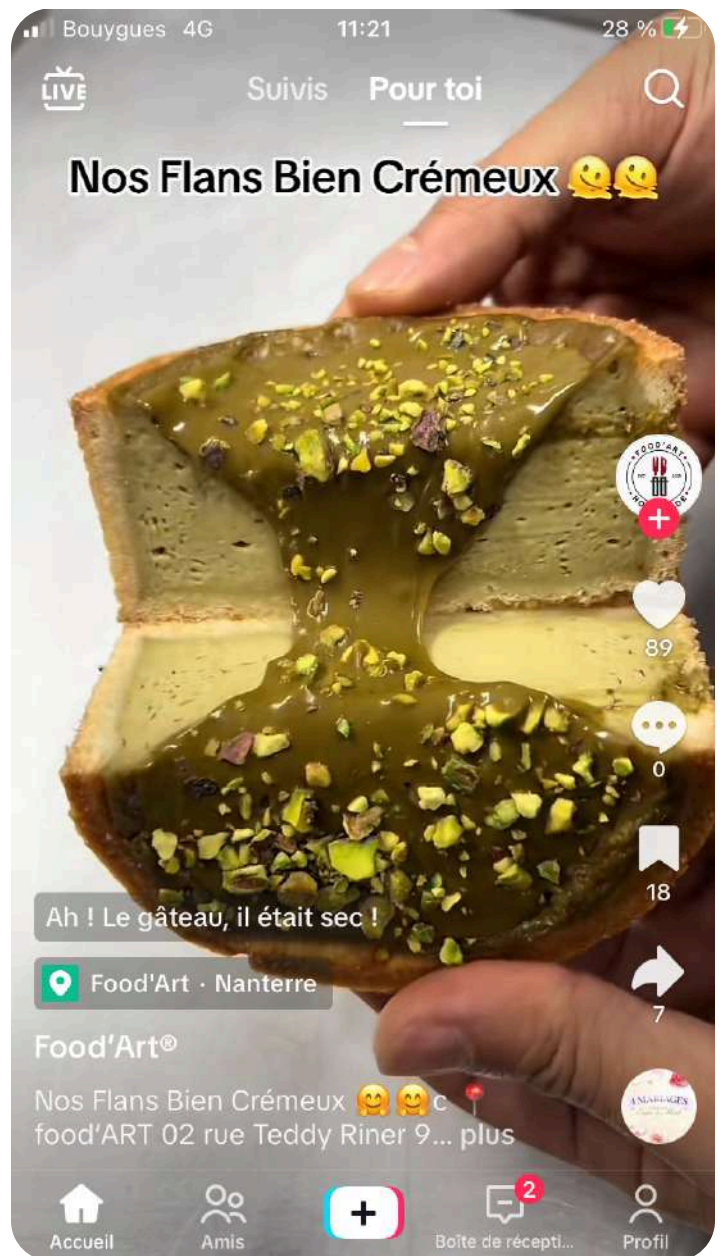
Le pain au chocolat à la banane



Ce fameux "pain au chocolat à la banane" a enflammé Tiktok récemment. Disponible uniquement à la boulangerie [Du Pain et Des Idées](#), située au 34 Rue Yves Toudic à Paris, il attire à la fois les Parisiens et les touristes venus spécialement tester cette version originale du classique français.

Bien que cette tendance soit plutôt éphémère et niche, elle reste un excellent exemple de la curiosité pour des produits innovants et des classiques revisités. Les consommateurs sont prêts à payer un prix plus élevé pour une expérience gustative originale et surprenante (4,20€ le pain au chocolat !)

Les flans



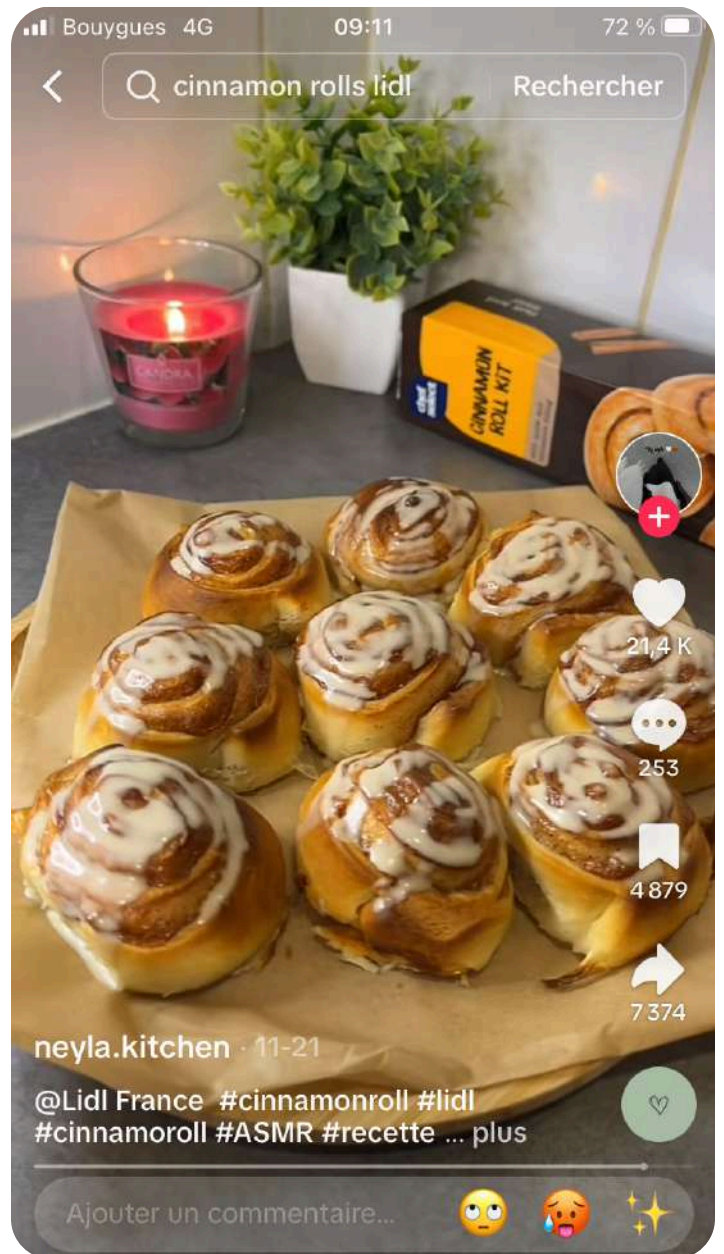
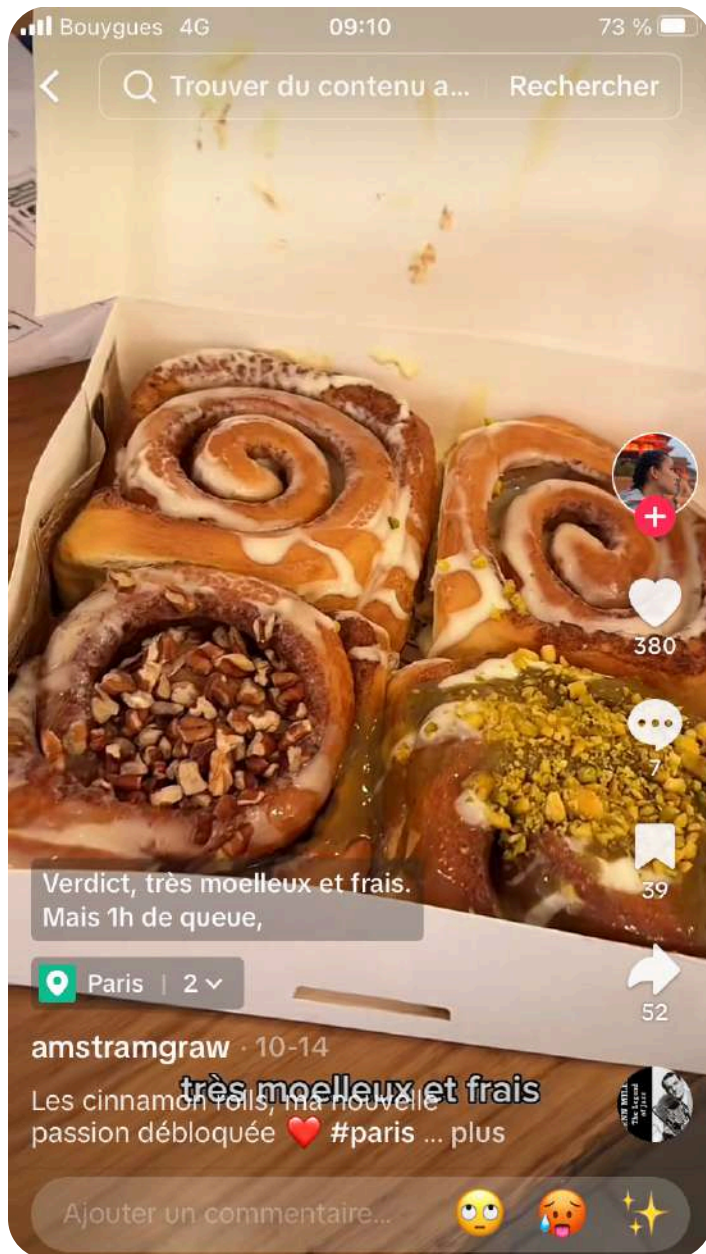
Depuis quelques temps, le flan fait son grand retour, phénomène particulièrement visible à travers les contenus Tiktok.

On assiste à une véritable montée en gamme et à une diversification des recettes, redonnant au flan un coup de jeune. De nouvelles saveurs émergent : pistache ou framboise par exemple, avec des toppings toujours plus gourmands.

Pourquoi cette hype ? D'abord parce que le flan est un produit classique, porteur de nostalgie, qu'on redécouvre sous un nouveau jour. En plus, étant encore une tendance assez marginale, il y a cette sensation d'être parmi les premiers à déceler le potentiel de ce dessert, ce qui donne envie de le partager : "Je suis le seul à penser que le flan est sous-côté ?"

Il existe même des comptes entièrement dédiés au flan, comme [@flanterie](#) sur TikTok.

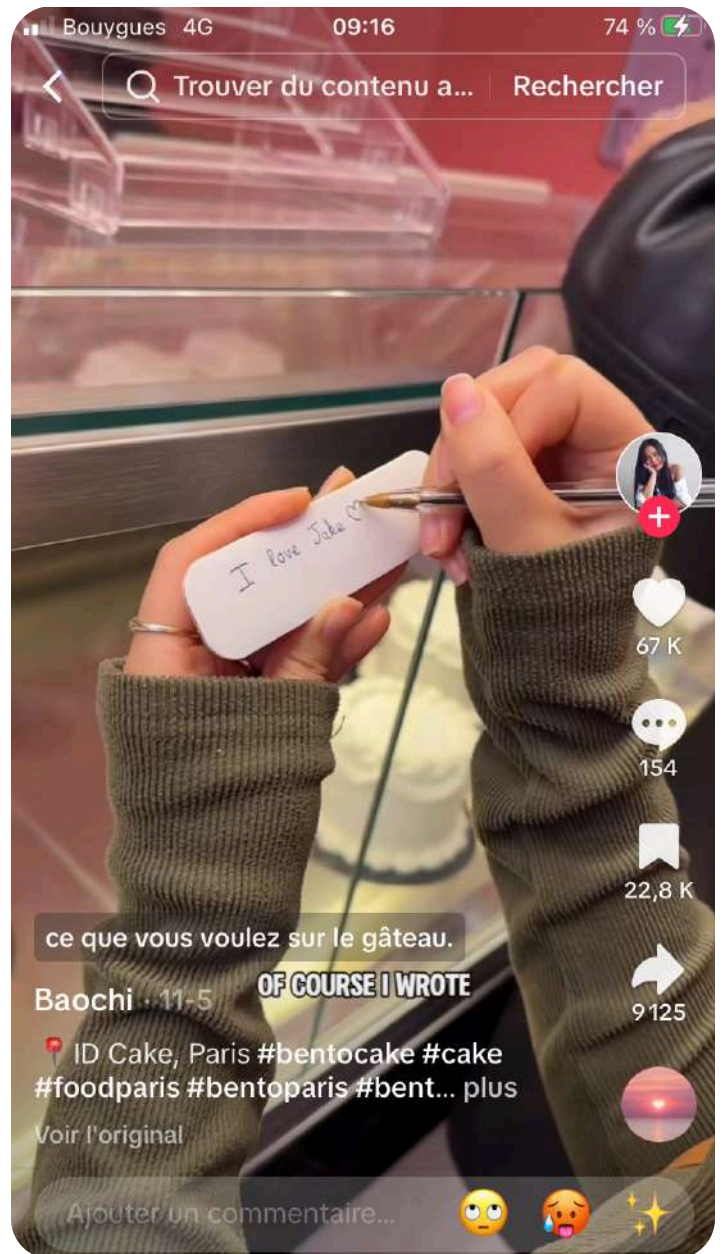
Les cinnamon rolls



Les cinnamon rolls sont très populaires sur TikTok, avec un nouveau concept qui fait particulièrement parler de lui : [Rollsy](#), située au 9 Rue Tiquetonne à Paris. C'est le premier bar à cinnamon rolls récemment ouvert à Paris. Ces roulés à la cannelle, à la pistache ou à la noisette sont fondants et recouverts d'un glaçage généreux. Le hashtag **#rollsy** cumule **59,9 millions de posts** sur Tiktok.

En parallèle, les recettes maison de cinnamon rolls ont également du succès. Récemment, Lidl a lancé un [kit de préparation pour cinnamon rolls](#), que de nombreux utilisateurs de TikTok testent et partagent.

Le bento cake de chez ID Cake

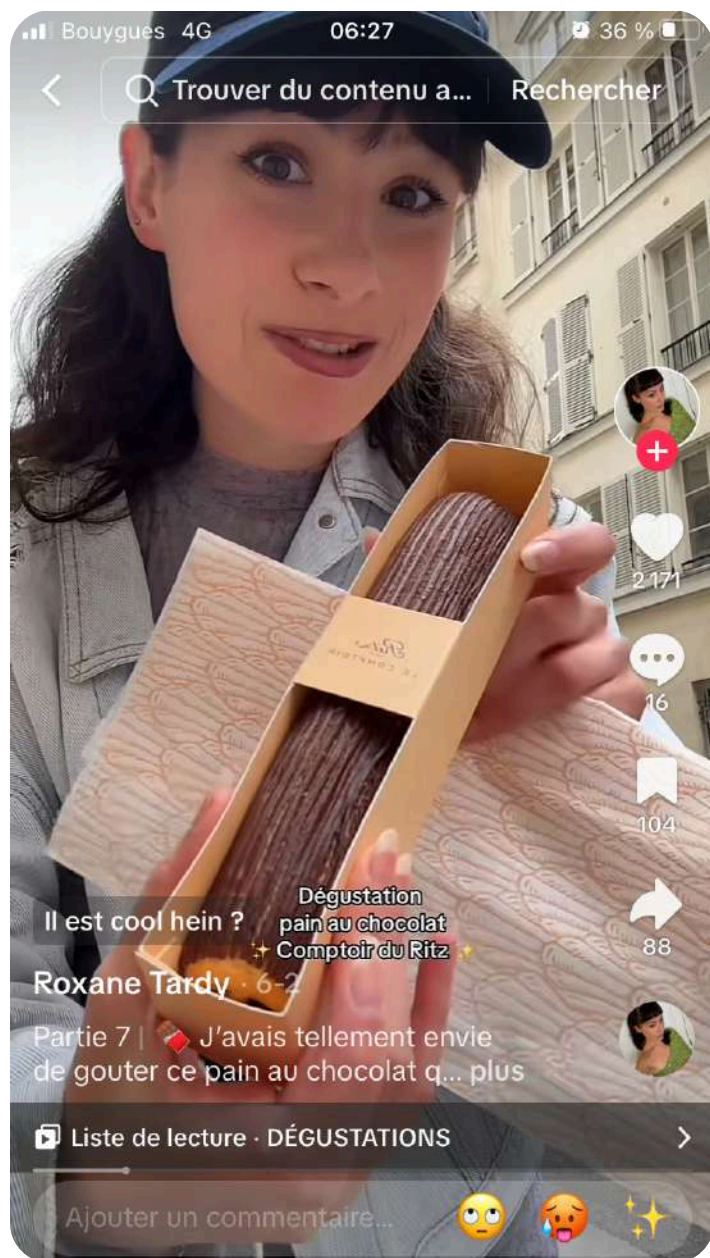


Le bento cake de chez ID cake, un gâteau coréen recouvert de crème (style "birthday cake") a conquis Tiktok il y a quelques semaines. Le concept est simple : on inscrit son prénom sur un papier et, pour seulement 10€, on repart avec un gâteau personnalisé à son nom, sans avoir besoin de réserver.

Le hashtag IDcakeparis cumule 8,3 millions de publications. L'effet de viralité s'explique par la personnalisation et le prix très attractif.

La boutique [ID Cake](#) se situe au 83 Rue Sedaine dans le 11ème arrondissement à Paris.

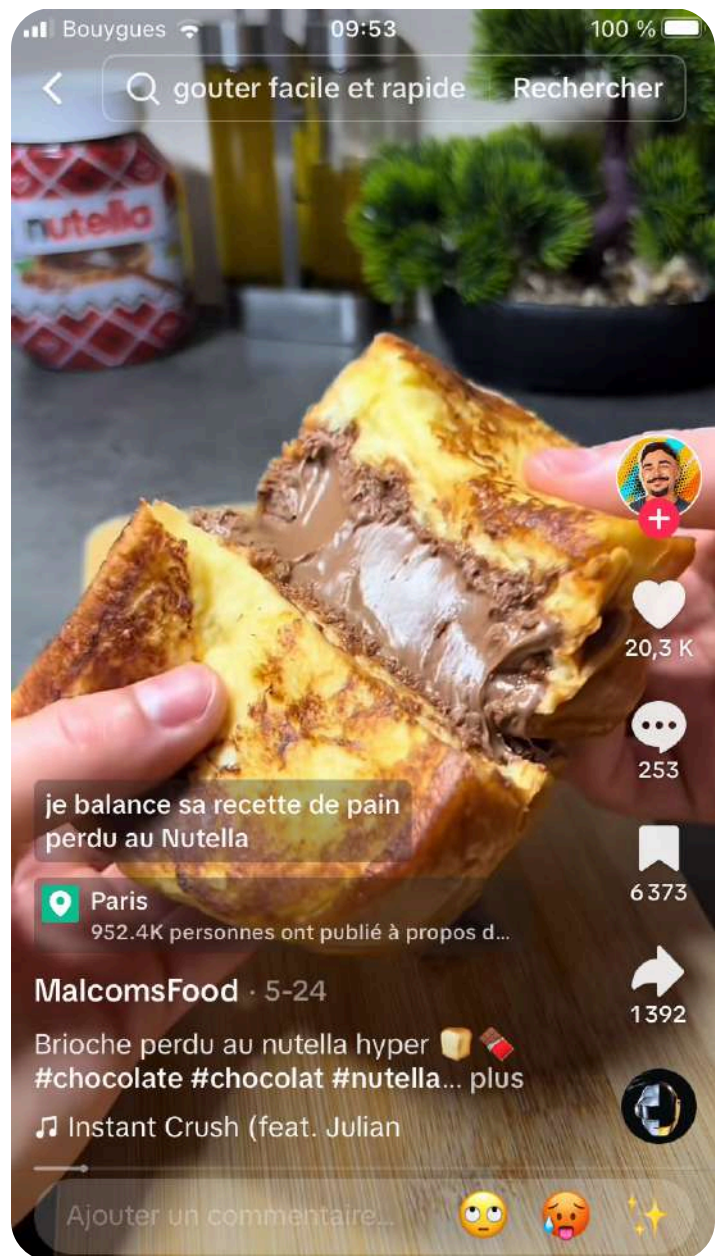
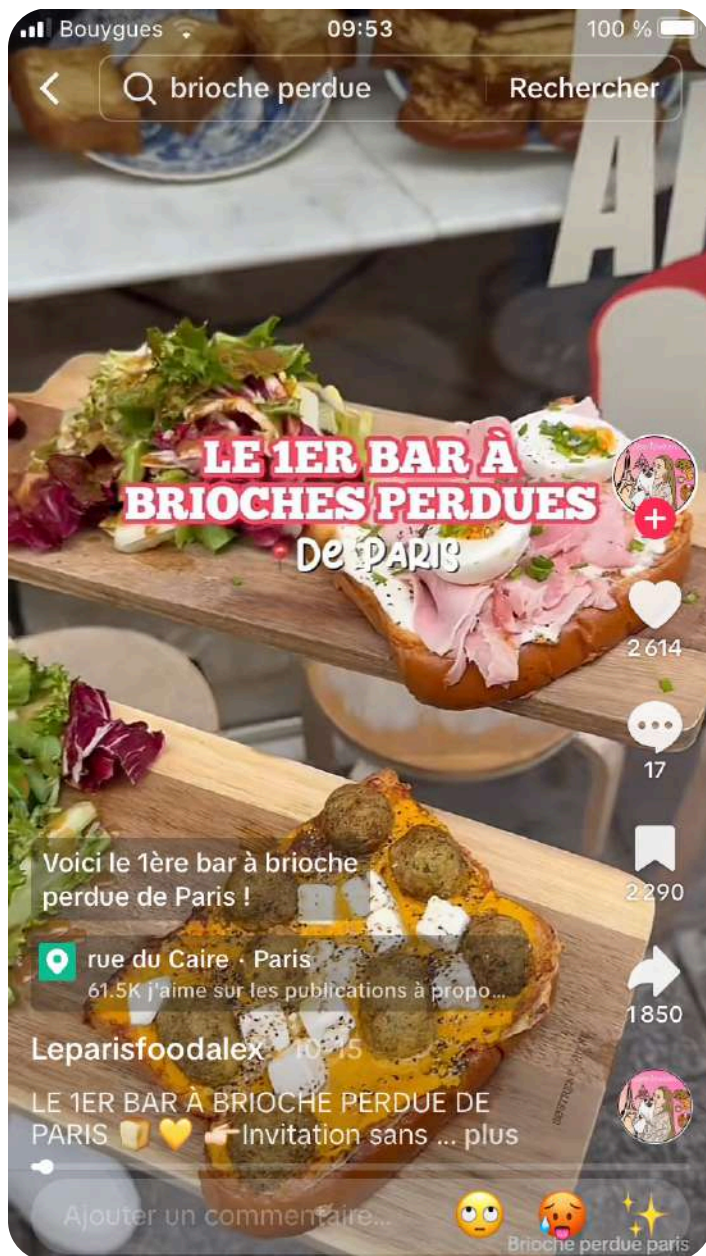
Les snacks de luxe



Des classiques revisités en version haut de gamme, comme le coffret de [Pims "Eugénie"](#) de chez Ladurée ou le pain au chocolat et le [sandwich du Ritz](#) fonctionnent très bien sur TikTok.

Ces produits sont chers et connus de tous, ce qui attise la curiosité : on se demande si la version de luxe est réellement meilleure que l'originale, ce qui pousse à visionner la vidéo pour découvrir le verdict.

Le pain perdu



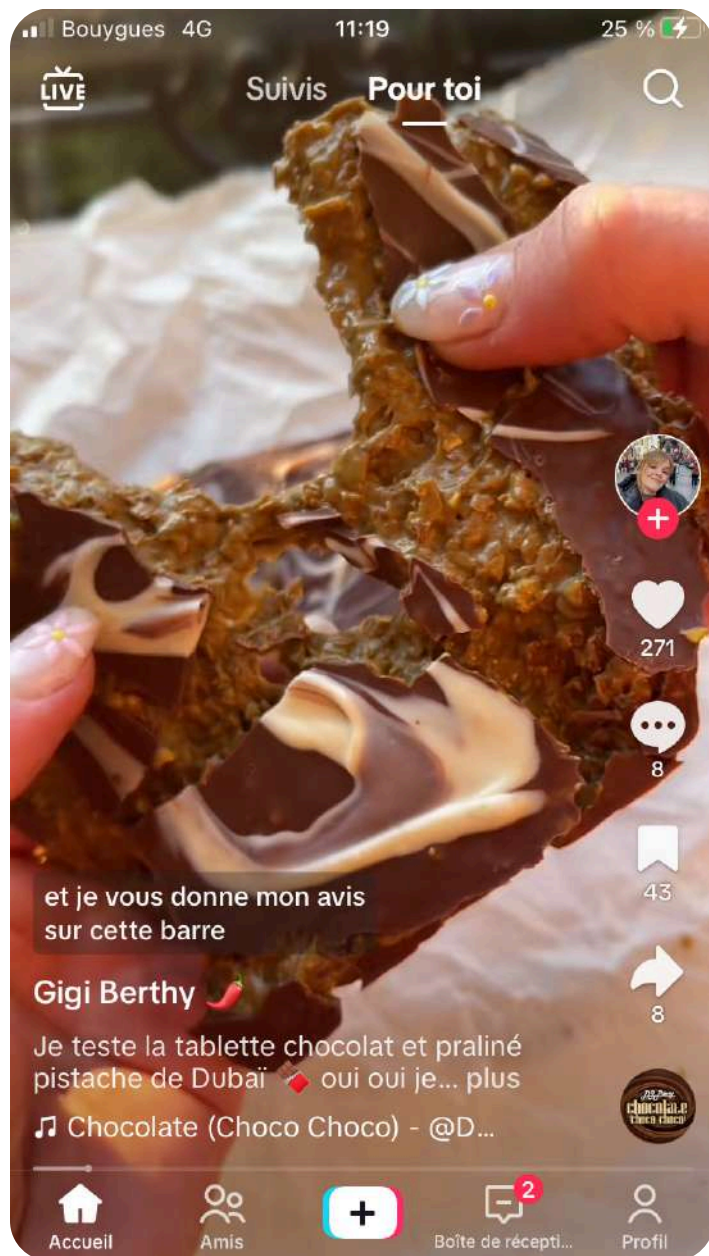
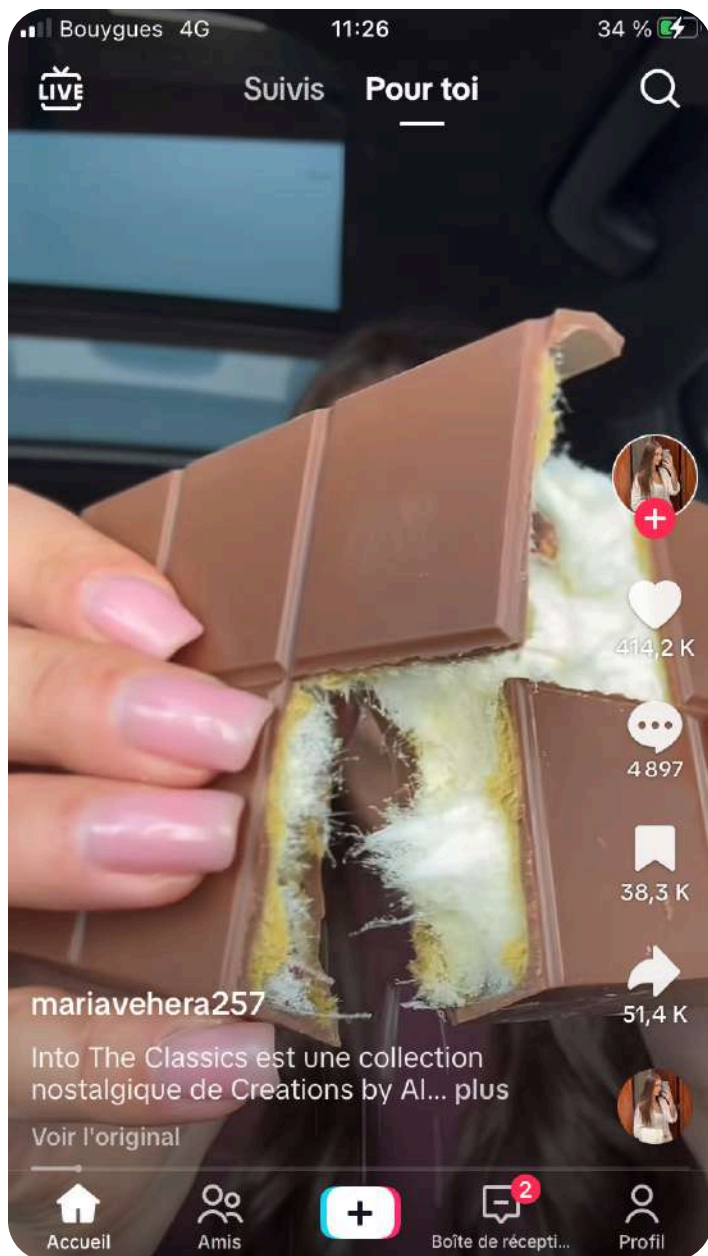
Le pain perdu, ou brioche perdue, est de plus en plus en vogue TikTok ces derniers temps.

Doré, fondant et déclinable en version sucrée ou salée, il se garnit de toppings gourmands comme Nutella, spéculoos, pistache, chantilly, fruits ou glace. Ce classique revisité fait partie des incontournables des cartes de brunchs, restaurants et coffee shops.

À Paris, des concepts dédiés au pain perdu ont même vu le jour, tels que [Le BAB \(Bar à Brioche\)](#) et [Perdue](#), qui sont relayés en vidéo.

Les recettes maison de pain perdu sont également populaires sur TikTok, plébiscitées pour leur simplicité, leur côté réconfortant et les nombreuses possibilités de personnalisation.

Le chocolat de Dubaï



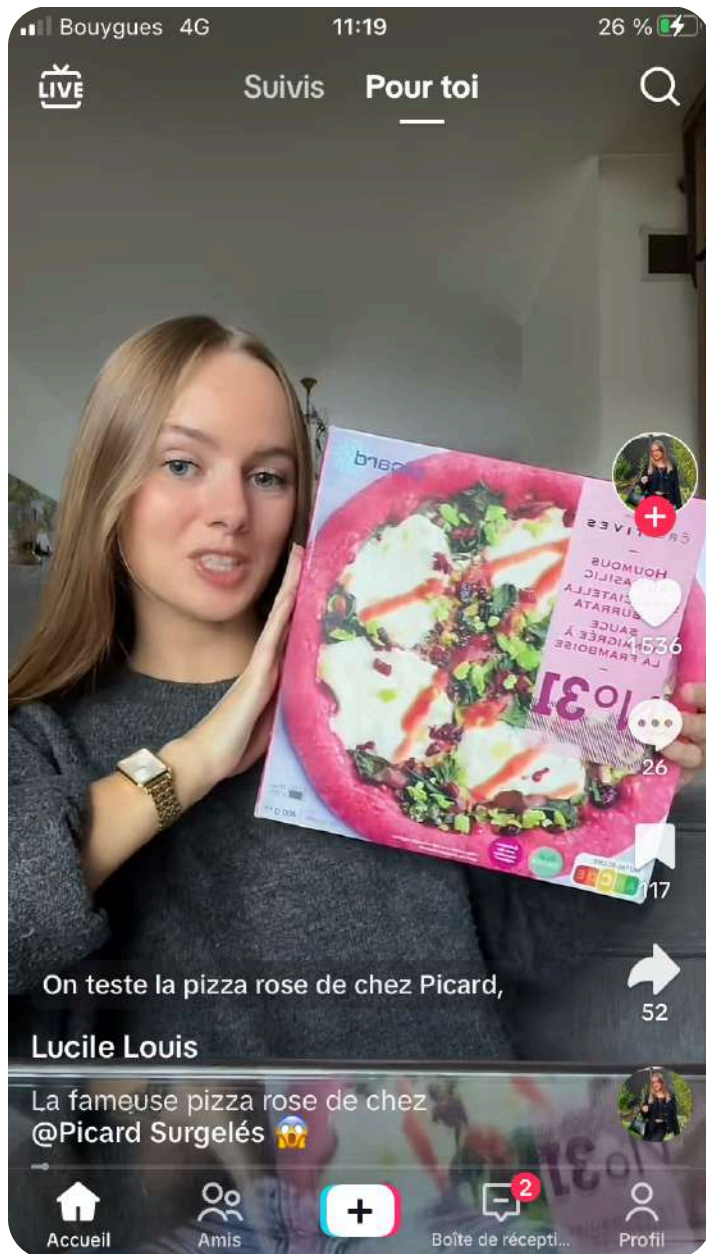
Le chocolat de Dubaï, fourré à la pistache, à la pâte de tahini et au knafeh croustillant (un dessert du Moyen-Orient), a récemment enflammé TikTok. Tablette très épaisse, esthétique avec des traces de peinture sur la coque en chocolat. Il est disponible chez [Fix Dessert](#) à Dubaï et Abu Dhabi uniquement ou en livraison à plus de 30 dollars la petite tablette.

Sur TikTok, plusieurs formats viraux ont émergé : certains testent le véritable chocolat de Dubaï, d'autres dénichent des alternatives plus accessibles, comme celles proposées par Lindt, qui a lancé son propre chocolat fourré à la pistache en réponse à cette tendance. Certains créateurs tentent aussi de recréer la recette à la maison.

La mise en scène est toujours identique : présenter la tablette de chocolat, la couper en deux pour dévoiler le fourrage, croquer dedans pour capturer le bruit croustillant et montrer le fourrage qui déborde. Un effet ASMR assuré.

Effet de viralité : un produit difficile à se procurer, cher, visuellement beau, gourmand, qui suscite la curiosité et l'envie de découvrir ce que ça donne une fois ouvert.

Les produits de chez Picard



De nombreuses vidéos TikTok mettent en avant des produits Picard.

Pourquoi ces produits rencontrent-ils un tel succès sur la plateforme ? Parce qu'ils sont abordables, faciles à préparer et gourmands. En plus, Picard lance régulièrement des nouveautés et des éditions limitées en fonction des saisons ou des événements, comme la pizza rose, les fruits givrés, ou leurs collections spéciales pour les fêtes.

On voit également beaucoup de "hauls Picard" où les créateurs partagent leur dernière virée chez le célèbre surgelé. [@alixgrousset](#), par exemple, fait partie des influenceuses TikTok qui présente régulièrement des produits Picard. Notamment en cette période de fêtes où elle teste les différentes bûches glacées.

Picard bénéficie d'une image positive sur la plateforme, s'imposant comme une véritable valeur sûre.

Les alternatives à la pâte à tartiner El Mordjene



Le phénomène El Mordjene, qui a enflammé les réseaux sociaux l'été dernier, a laissé une véritable empreinte.

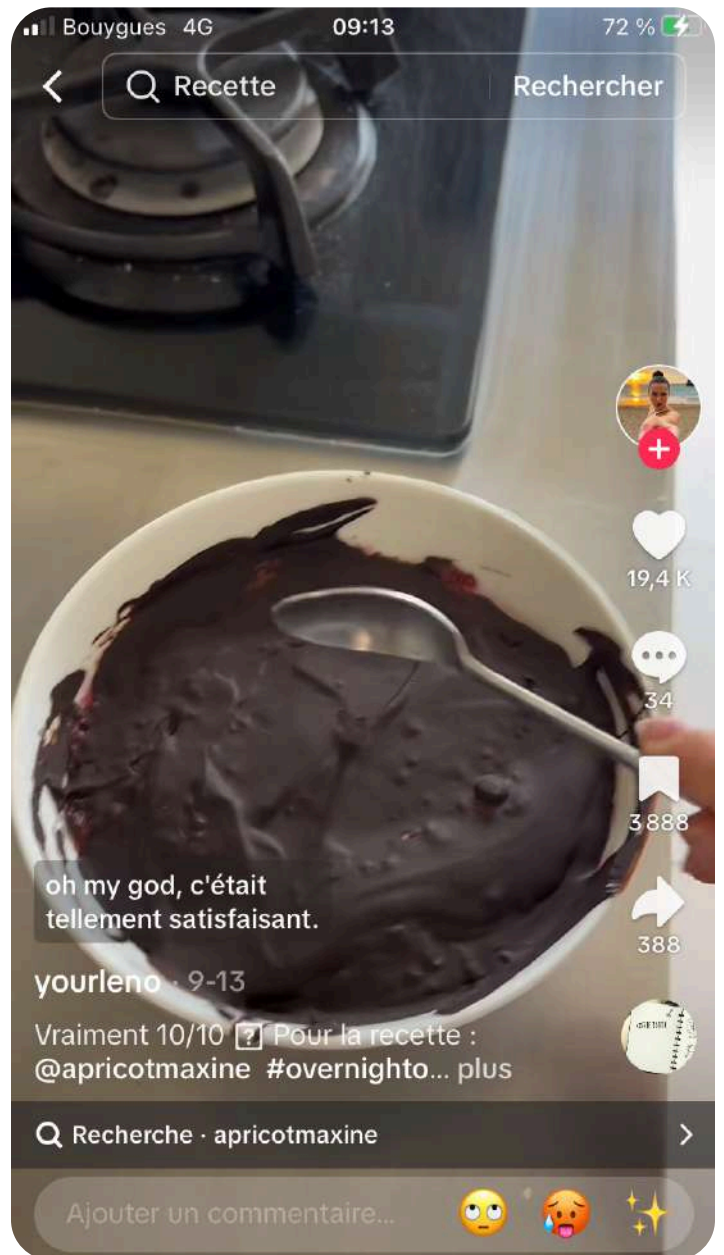
Aujourd'hui, tout le monde cherche des alternatives à cette fameuse pâte à tartiner. Parmi les plus populaires, on trouve la Nocciolata, mais surtout, plus récemment, la pâte à tartiner "[Noisette Intense](#)" de Super U, disponible en édition limitée, fait le buzz sur la plateforme.

Il y a un vrai sentiment de satisfaction à avoir déniché un bon plan avant tout le monde.

Sur TikTok, les créateurs comparent, testent et classent les différentes alternatives à El Mordjene pour voir laquelle se rapproche le plus (voire est meilleure) de l'originale.

Les recettes faites maison

Les overnight oats

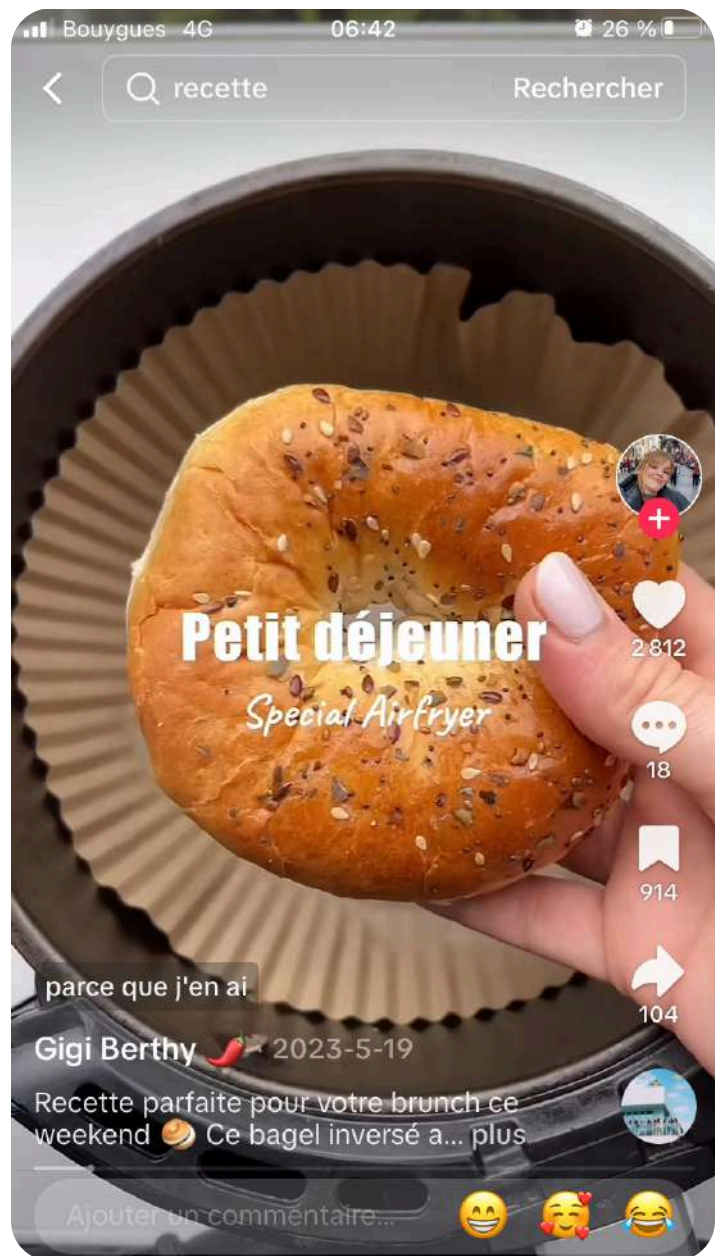
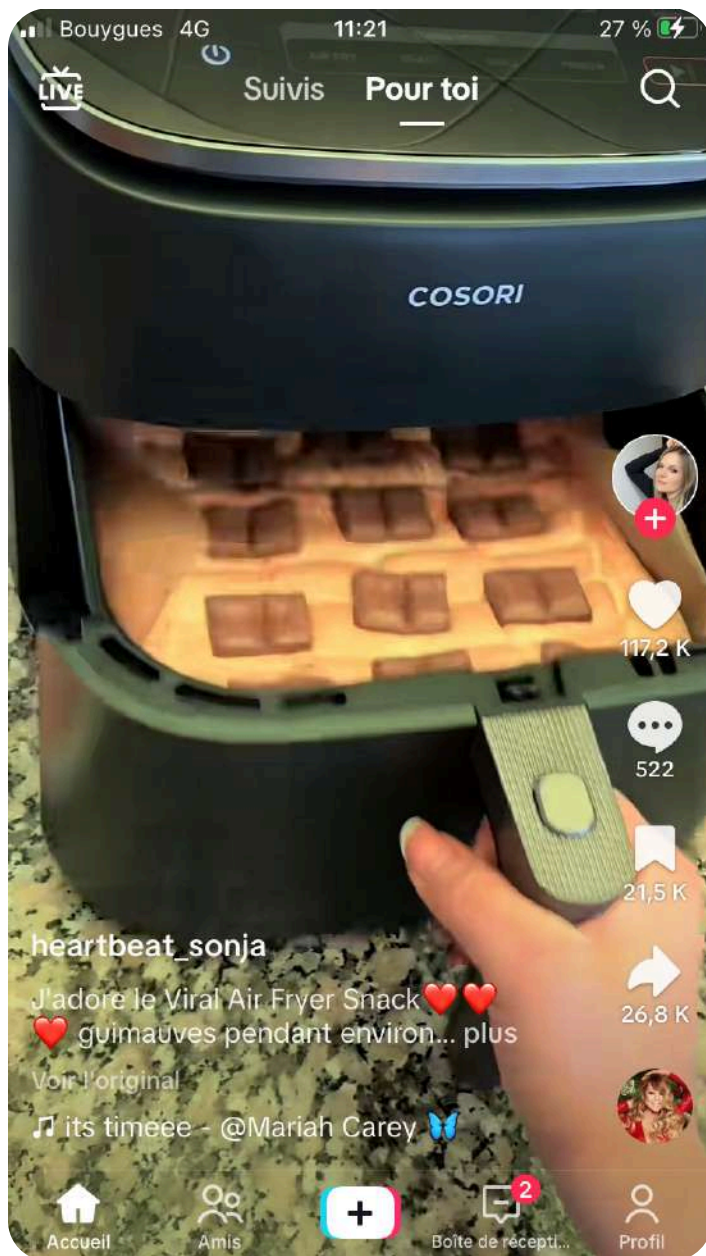


Les *overnight* oats sont populaires sur TikTok grâce à leur côté pratique, sain et gourmand. Cette recette, qui combine flocons d'avoine, graines de chia, lait végétal et toppings, se prépare la veille pour être dégustée le lendemain matin au petit déjeuner.

Ce qui séduit particulièrement : la simplicité de reproduction et la multitude de façons de personnaliser la recette (beurre de cacahuètes, fruits, chocolat, etc.), ce qui incite chacun à partager sa version. Un autre élément de viralité réside dans la coque en chocolat qui recouvre souvent les overnight oats. En début de vidéo, les créateurs cassent la coque, créant un moment ASMR et attise la curiosité de découvrir ce qui se cache en dessous. Ce phénomène rappelle d'ailleurs l'engouement autour de la glace au Nutella l'été dernier, qui exploitait également l'effet satisfaisant de casser une coque en chocolat.

Parmi les tiktokeuses qui ont popularisé cette tendance, on retrouve notamment [@apricotmaxine](#).

Les recettes au Airfryer

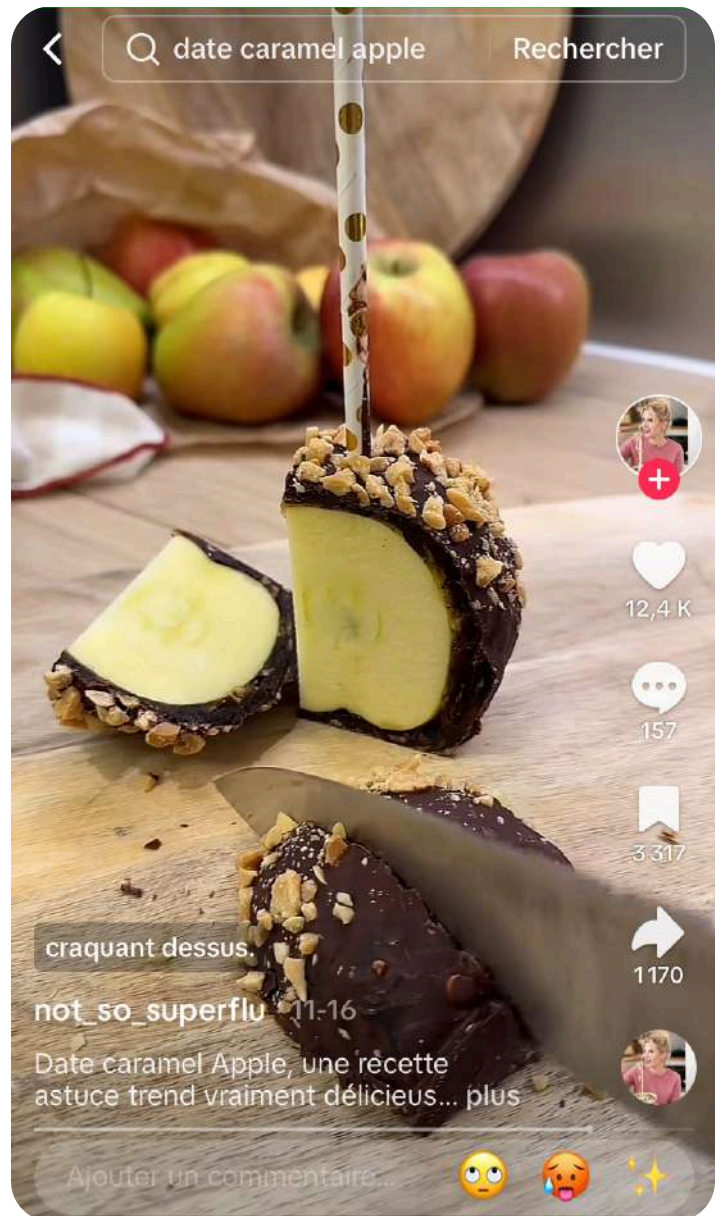


Les recettes à l'AirFryer ont gagné en popularité sur TikTok depuis un peu plus d'un an. Cet appareil permet de préparer une large variété de plats, des classiques comme le poulet frit ou les cookies, aux créations plus originales, comme les pâtes à l'AirFryer, récemment devenues virales.

Ce qui plaît dans ces recettes, c'est leur facilité de préparation, la texture croustillante obtenue sans huile et la liberté créative qu'elles offrent. De nombreux utilisateurs se lancent dans des expérimentations pour découvrir des plats inédits, souvent surprenants, qu'on n'aurait pas pensé pouvoir préparer avec un AirFryer.

Bien que cette technologie existe depuis 20 ans, elle connaît aujourd'hui un véritable renouveau, notamment grâce à sa popularité grandissante sur les réseaux sociaux.

Les snacks aux dattes



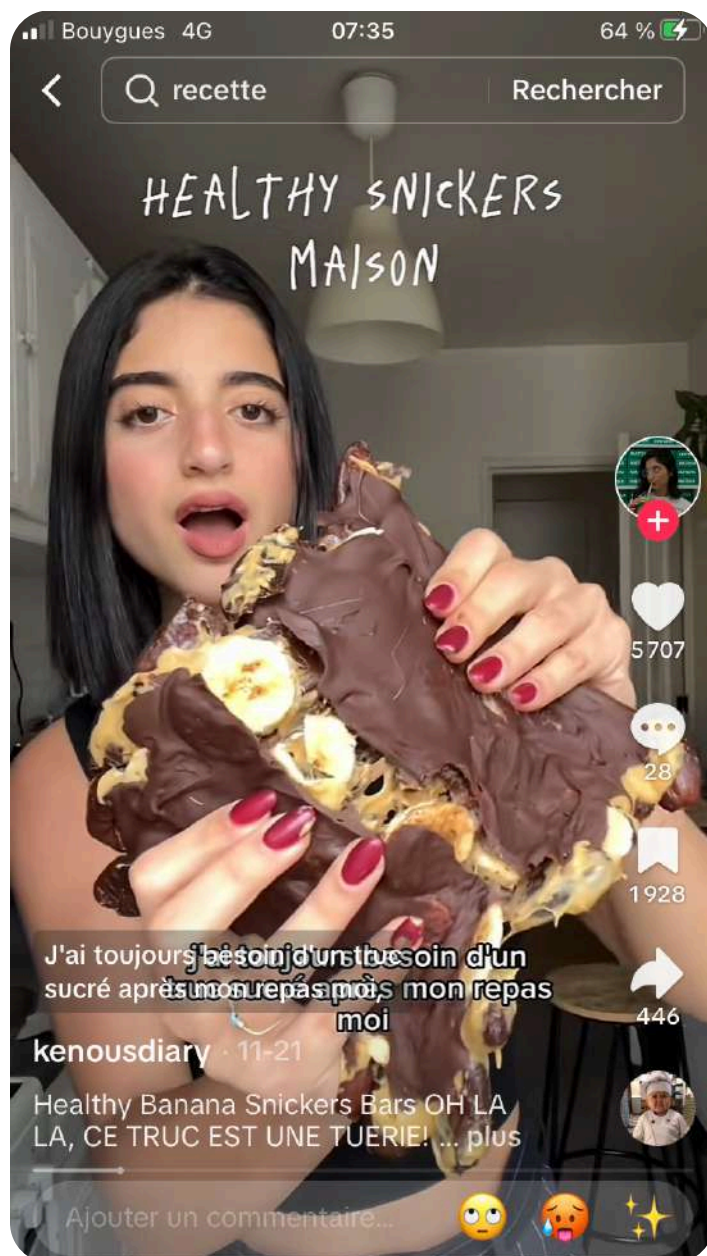
Les dattes sont un essor sur la plateforme.

Elles sont dégustées déjà préparées, fourrées à la pâte d'amande ou enrobées de chocolat ; ainsi qu'à travers des recettes maison pour créer des encas sains, comme une version de Snickers à base de dattes.

Un autre phénomène tendance est le "date caramel apple", une pomme enrobée de dattes et de chocolat.

Les dattes sont mises en avant pour leurs bienfaits nutritionnels et leur utilisation encore "sous-cotée".

Les snacks aux fruits frais



Les recettes surgelées à base de fruits frais enrobés de chocolat sont de plus en plus populaires.

Parmi les incontournables, le "banana Snickers" (banane, chocolat et beurre de cacahuète) rencontre un grand succès, tout comme les Franuí maison — ces framboises enrobées de chocolat qui ont déferlé sur TikTok l'été dernier.

Ces encas sont faciles à préparer et nécessitent peu d'ingrédients : on enrobe simplement le fruit de chocolat, on le place au congélateur, et on obtient un snack à la fois sain et gourmand.

Les nouveaux régimes alimentaires

La cure de sucre

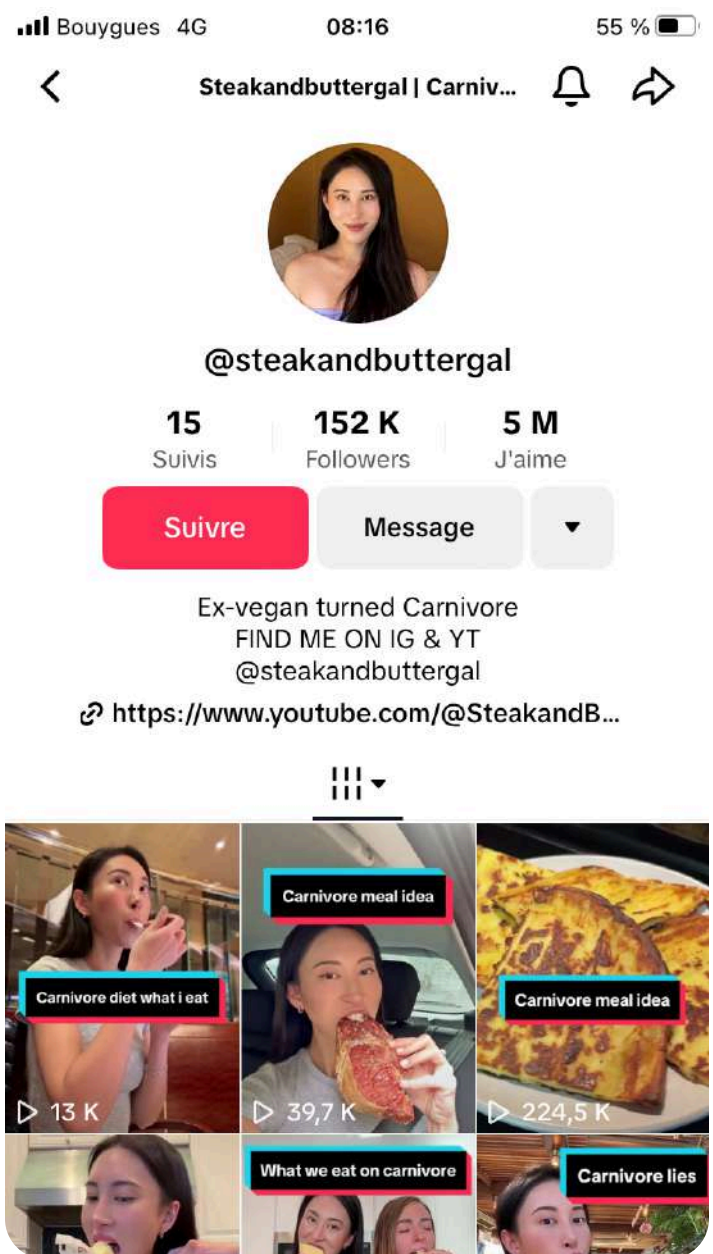
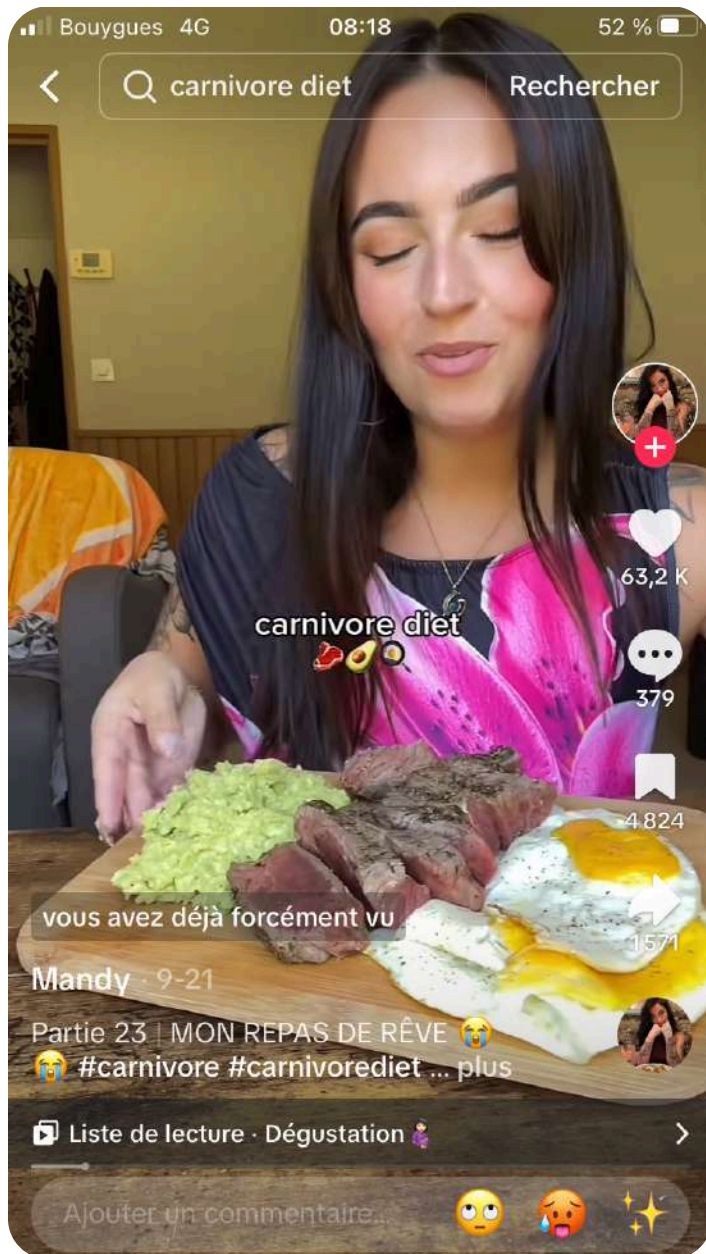


La cure de sucre, qui consiste à éliminer totalement le sucre ajouté de son alimentation pendant une période donnée (souvent un mois), est une tendance naissante sur TikTok. Les utilisateurs partagent leur retour d'expérience sous le hashtag #nosugar, mettant notamment en avant les effets sur leur peau, leur poids et leur bien-être général.

Le déclencheur est souvent le même : une prise de conscience d'une consommation excessive de sucre et de son côté addictif. Les bilans partagés sont généralement similaires : au début, la cure est difficile, mais après quelques jours, l'habitude se dissipe. Les résultats sont visibles, avec une peau plus claire et un visage plus affiné qui "dégonfle". Après un mois, l'envie de sucre disparaît, et beaucoup trouvent même que les aliments sucrés sont désormais trop sucrés.

Bien que cette tendance soit encore assez niche, elle pourrait influencer progressivement la manière dont on perçoit le sucre et ses effets sur la santé.

Le régime carnivore



Le régime carnivore est une tendance grandissante sur TikTok, principalement aux États-Unis. Ce régime, qui consiste à ne consommer que des produits d'origine animale (viande, beurre, œufs, etc.), suscite un véritable engouement. Sous le hashtag #CarnivoreDiet, des créateurs de contenu partagent des vidéos où ils se filment en train de croquer dans des côtes de viande crue, du foie ou même du beurre. Ce régime est censé favoriser la perte de poids et augmenter l'énergie. L'influenceuse américaine @steakandbuttergal est l'une des figures les plus emblématiques.

Une assiette en particulier est devenue virale : la "carnivore plate" composée de viande rouge, d'œufs au plat et d'avocat.

Bien que la tendance soit encore assez niche en France, elle attise la curiosité de certains TikTokers comme @dymanpasplus.

Cette mouvance semble en partie une réaction contre les régimes végétariens et vegans, qui dominent actuellement les réseaux sociaux. Il sera intéressant de voir si cette tendance prend plus d'ampleur en France.

Conclusion

- **Le sucre** est au cœur des tendances virales, principalement parce qu'il se retrouve dans de nombreux **snacks**, créant ainsi des occasions multiples de consommation tout au long de la journée, et donc de partage vidéo. Ces snacks sont souvent gourmands et accessibles, ce qui contribue à leur popularité.
- La **profusion** est un élément central sur TikTok : dans les hauls *Too Good To Go*, les calendriers de l'avent, les mukbangs ou les formats XXL. L'idée est d'en avoir pour son argent, d'obtenir une grande quantité tout en **dépensant le moins possible**.
- Les utilisateurs cherchent également des **alternatives aux produits populaires** qui font le buzz, comme le chocolat de Dubaï, les Franuí, les pâtisseries trompe-l'œil ou la pâte à tartiner El Morjene. Cela passe par des marques offrant des versions plus abordables ou des recettes maison.
- La **personnalisation** occupe une place importante : trouver des recettes innovantes au Airfryer, personnaliser son bento cake, ou ajouter des toppings sur les cookies ou les *overnight oats* pour les adapter à ses goûts personnels.
- L'**attrait pour la nouveauté** est également très présent, avec l'envie de tester des produits inédits ou de découvrir les nouvelles gammes disponibles en supermarché.
- La **créativité** est également un moteur puissant : trouver de nouvelles associations de saveurs, expérimenter des hacks ou imaginer des goûts inédits reste un élément clé de la viralité sur la plateforme.
- Certains sont prêts à **payer le prix fort** pour des produits haut-de-gamme, comme les chocolats de Dubaï, les cookies Holy Cookies, les pâtisseries Cédric Grolet ou encore les Franuí.
- La prise de **conscience des effets de l'alimentation** sur la santé est de plus en plus forte, avec des tendances comme la cure de sucre ou les vidéos *What I Eat In A Day*.
- Cependant, une place importante est accordée à l'**indulgence et à la gourmandise**, qui sont au cœur du réseau social. Les utilisateurs viennent avant tout pour se divertir, plutôt que pour culpabiliser avec des recettes difficiles à reproduire, peu authentiques, ou des régimes trop restrictifs.

N'hésitez pas à me faire part de vos retours et à partager le lien de ce rapport à vos collègues !

Vous pouvez m'écrire par email : sandra.lafargue@essec.edu ou me contacter sur LinkedIn [ici](#).