

Communiqué de presse Levallois-Perret

le 14 février 2025

## #MoiJeune spécial Saint Valentin:

### Qui doit payer au premier date ? Tradition, malaise et nouvelles attentes chez les 18-34 ans

À l'occasion de la Saint-Valentin, 20 Minutes en partenariat avec OpinionWay s'est penché sur les attentes des jeunes concernant l'éternelle question du premier date : qui doit payer l'addition ? Si pour certains, il s'agit d'un simple geste de galanterie, d'autres y voient une pression sociale ou un moment de gêne. La dernière étude #MoiJeune montre que les codes de séduction évoluent... mais que certaines attentes restent bien ancrées.

#### Une tradition qui persiste, mais qui évolue

Dans la pratique, la majorité des jeunes confirment que c'est encore l'homme qui paie le plus souvent au premier rendez-vous : 58 % des 18-30 ans l'ont constaté dans leur expérience. Pourtant, les mentalités évoluent : 47 % des jeunes déclarent que l'important n'est pas de savoir qui paie, mais que chacun se sente à l'aise.

Si 60 % des répondants estiment que l'idée selon laquelle l'homme doit systématiquement inviter la femme est dépassée, ils ne sont que 38 % à privilégier le partage de l'addition par principe. 13 % considèrent encore que c'est à l'homme de payer, et 2 % pensent que l'addition devrait être réglée par celui ou celle qui gagne le plus.

#### Une pression sociale encore forte sur les hommes

Malgré cette volonté d'égalité, les stéréotypes ont la vie dure. 80 % des hommes se sentent encore obligés de payer l'addition, même s'ils préféreraient parfois partager. De leur côté, 73 % des femmes avouent attendre que l'homme règle la note, par habitude ou par convention sociale.

La perception du paiement varie également selon les genres. 42 % des jeunes trouvent gênant qu'un homme insiste pour payer, tandis que cette gêne tombe à 31 % lorsque c'est une femme qui propose de régler l'addition.

Des premiers rendez-vous aux budgets très variés

Le budget consacré à un premier rendez-vous varie fortement selon les jeunes.

- 7 % prévoient de dépenser moins de 20 euros.
- 22 % comptent mettre entre 20 et 29 euros.
- 27 % estiment qu'un budget de 30 à 49 euros est adapté.
- 28 % envisagent de dépenser entre 50 et 99 euros.
- 12 % dépassent les 100 euros.

Côté pourboires, si 65 % des jeunes déclarent qu'ils n'en laissent que si le service le mérite, 11 % avouent qu'ils le font pour faire bonne impression.

Premier date : plutôt cosy, outdoor ou culturel ?

Si la question de l'addition est importante, le cadre du premier rendez-vous l'est tout autant. Loin des clichés du dîner romantique au restaurant, les jeunes affichent des préférences variées :

- 52 % privilégient un cadre intime comme un café ou un restaurant cosy.
- 44 % optent pour une sortie en extérieur, comme une balade en ville ou dans un parc.
- 31 % préfèrent un rendez-vous culturel, que ce soit un musée, un cinéma ou un spectacle.
- 24 % affirment que l'endroit importe peu, tant que le feeling est au rendez-vous.
- 13 % aiment une ambiance plus festive, dans un bar ou lors d'un concert.
- 12 % recherchent l'originalité avec des expériences comme un escape game ou un karaoké.

Ces résultats montrent que le premier rendez-vous ne se résume plus au simple dîner aux chandelles et que les jeunes privilégient de plus en plus des moments plus authentiques et détendus pour apprendre à se connaître.

Retrouvez [ici](#) l'article de 20 Minutes

**Important :** Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : *étude #MoiJeune 20 Minutes – OpinionWay* et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Méthodologie : L'étude #MoiJeune "20 Minutes" – OpinionWay a été réalisée en ligne du 10 au 15 janvier 2025 auprès d'un échantillon représentatif de 309 jeunes âgés de 18 à 30 ans (méthode des quotas).

À propos de #MoiJeune : #MoiJeune est une initiative de 20 Minutes lancée en mars 2016 pour offrir une voix à la jeune génération. En partenariat avec OpinionWay, cette démarche a engagé plus de 5 000 jeunes et réalisé plus de 35 000 interviews pour dresser un portrait nuancé et authentique des 18-30 ans.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de Visiteurs Uniques par mois, 80 millions de vidéos vues, 7 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 franciliens vient compléter l'offre.

Contacts presse 20 Minutes :

Anne Baron [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr) 06 09 78 87 22

Sarah Garcia Del Rio [sgarcia@20minutes.fr](mailto:sgarcia@20minutes.fr) 06 98 06 08 43