Communiqué de presse CLICHY, AVRIL 2026

Burger King® revisite un monument français : le poulet du dimanche

En France, il y a des institutions intouchables : le fromage, la baguette… et le poulet du dimanche. Mais si la tradition reste solide, les Français ont clairement envie de la secouer un peu.

1 Français sur 2 reste attaché au repas du dimanche.
43 % pensent qu'il est temps de le moderniser.

Selon une étude OpinionWay* pour Burger King France, 48 % des Français restent attachés au rituel du repas du dimanche, notamment dans le Sud-Ouest où ils sont 62 % à y voir un moment familial incontournable. Mais les habitudes évoluent : 43 % estiment que cette tradition ne correspond plus vraiment à leur mode de vie, une proportion qui grimpe même à 51 % chez les Franciliens. Chez les moins de 35 ans, 14 % le perçoivent même comme une obligation qui gâche leur week-end.

Autrement dit : les Français aiment le poulet du dimanche… mais pas forcément passer la moitié du dimanche à le préparer. Une bonne raison pour Burger King® de s'attaquer à ce monument de la culture populaire française !

Quand la tradition la plus française du week-end passe à la sauce Burger King

À partir du 19 avril, l'enseigne lance le « Poulet du Dimanche » … sans le dimanche matin en cuisine. Une nouvelle offre généreuse pensée pour transformer ce grand classique en moment de partage simple, croustillant… et sans vaisselle.

Avec cette nouvelle offre, Burger King France propose une formule conçue pour les repas du week-end : généreuse, simple et faite pour être partagée. Deux formats sont disponibles :

Menu Poulet du Dimanche

Pour 2 personnes

- 5 tenders
- 10 nuggets
- 2 Smoky Chicken
- 2 frites moyennes
- 2 boissons moyennes
- 4 sauces

Soit moins de 10 euros par personne pour se régaler

Menu Poulet du Dimanche XL

Pour 4 personnes

- 10 tenders
- 20 nuggets
- 4 Smoky Chicken
- 4 frites moyennes
- 4 boissons moyennes
- 8 sauces

Soit moins de 10 euros par personne pour se régaler

Un packaging dédié pour transformer l'offre en véritable moment de partage

Nappe blanche ou canapé : la bataille du dimanche midi

Les Français aiment la tradition. Les contraintes, beaucoup moins :
Courses.
Cuisine.
Table à dresser.
Vaisselle.
Tout ça pour un seul repas.

Aujourd'hui, le poulet du dimanche oscille entre deux visions : 41 % des Français l'imaginent encore autour d'une table dressée avec nappe et belle vaisselle, tandis que 36 % préfèrent une version beaucoup plus détendue… sur le canapé.

Le poulet du dimanche, oui… mais version 2026

Pas étonnant, donc, que beaucoup soient prêts à revisiter la tradition. Selon l'étude OpinionWay pour Burger King France :

- 39 % des Français souhaitent moderniser le poulet du dimanche
- 33 % seraient prêts à l'essayer en version plus gourmande ou street-food, un chiffre qui grimpe à 56 % chez les 18-24 ans. Une option largement adoptée par les 25-34 ans (47 %), les franciliens (45 %) et les habitants des petites villes (43 %).

"Dimanche midi : les Français veulent du poulet… pas des casseroles."

Parce que le poulet du dimanche, c'est bien. Mais le poulet du dimanche avec les courses, la cuisine, la belle-mère ET surtout la vaisselle… c'est tout de suite une autre histoire !
En effet, 45 % des Français citent l'absence de préparation comme l'avantage principal ; une tendance encore plus forte chez les 65 ans et plus (52 %)

Burger King France propose donc la revisite d'une tradition adorée mais avec un petit lifting : des tenders, des nuggets, du Smoky Chicken, des frites, des sauces.

Le poulet du dimanche, version Burger King®. Parce que même les classiques ont droit à une petite mise à jour !

- Méthodologie étude : étude OpinionWay réalisée en ligne du 27 février au 2 mars 2026 auprès d'un échantillon de 1 017 Français représentatif de la population âgée de 18 ans et plus

À PROPOS DE BURGER KING FRANCE
Burger King France poursuit avec succès son implantation dans l'hexagone : un projet ambitieux porté par un produit mythique, le Whopper®, également décliné en version veggie, et un concept unique, une viande de bœuf grillée à la flamme, des ingrédients frais et des burgers préparés à la commande. Bertrand Franchise, leader français de la restauration en franchise et filiale du Groupe Bertrand, assure le développement exclusif de Burger King® en France. Burger King France, c'est plus de 600 restaurants et 180 franchisés qui font rayonner la marque localement chaque jour.

CONTACTS PRESSE
servicepresse@burgerking.fr

Restez à l'affût, et suivez-nous :