

A group of people at a social gathering, possibly a bar or restaurant, holding drinks with lemons and mint. The background is blurred, showing other people and greenery. The foreground shows several hands holding glasses filled with clear liquid, ice, lemons, and mint leaves. The overall atmosphere is bright and social.

RAPPORT « PULSE » CHR France

CGA by NielsenIQ

Mars 2024



RAPPORT MENSUEL « PULSE » de CGA by NielsenIQ

- Ce rapport mensuel concernant les habitudes de consommation dans les établissements de restauration se veut une « prise de température » rapide du circuit et des consommateurs qui fréquentent les bars et les restaurants en France.
- Cette étude examine leur comportement dans les établissements au cours du mois écoulé et évalue leur intention de s'y rendre au cours du mois à venir.
- Dans d'autres pays, cette évaluation mensuelle est devenue un élément essentiel pour les fournisseurs de boissons et les autres acteurs du circuit CHR.
- Ces mises à jour mensuelles aideront les parties intéressées à se tenir au courant des intentions et des comportements des consommateurs en CHR, circuit dans lequel nous tenons tant.
- Pour le mois de **Mars 2024**, nous avons interrogé 757 consommateurs (âgés de plus de 18 ans) entre le 22 mars et le 2 avril 2024. Ces consommateurs se situaient dans toutes les régions de France et devaient se rendre généralement au moins une fois dans un établissement CHR au cours du dernier trimestre.
- Ce mois-ci les thématiques abordées sont **le développement durable, la consommation de l'eau en restaurant, la livraison à domicile et l'Euro de football 2024.**

SYNTHÈSE : FRÉQUENTATION ET MOTIVATIONS PRINCIPALES

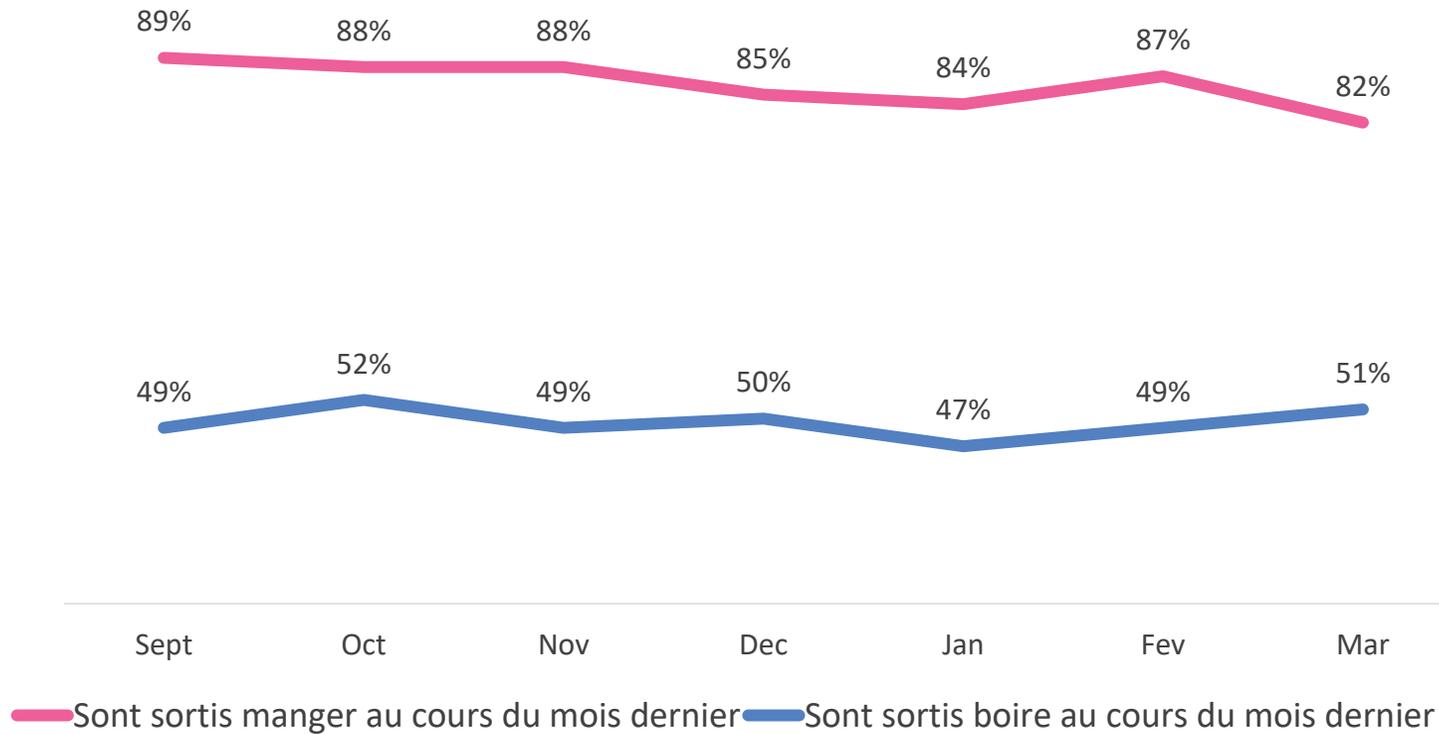
- La fréquentation des établissements de restauration continue de baisser à 82% de pénétration, celle des bars elle remonte progressivement à 51%.
- La raison principale de réduction de la fréquentation des visites en CHR reste l'impact de l'inflation sur le coût de la vie avec la hausse des prix en CHR et une baisse du pouvoir d'achat des consommateurs.
- Plus de la moitié des consommateurs se font livrer le mois dernier. La dépense moyenne mensuelle en livraison est de 75€, elle monte jusqu'à 90€ pour les 35 – 54.
- Dans un contexte d'inflation, le prix reste un facteur de décision bien plus important que les pratiques responsables et durables.
- Les consommateurs privilégient le local et la fabrication artisanale et traditionnelle lorsqu'ils doivent choisir des produits responsables et sont prêts à payer plus pour ces mêmes produits.
- La consommation d'eau en Bouteille est plus répandue dans les restaurants premium que les établissements bon marché, ce qui montre qu'au-delà du pouvoir d'achat le cadre joue sur la consommation.
- Plus de 7 consommateurs d'eau en Bouteille sur 10 peuvent être encouragés à consommer plus d'eau en bouteille notamment via un meilleur rapport qualité prix ou encore la disponibilité d'eau locale ou régionale.
- Plus des deux tiers des consommateurs vont regarder l'Euro 2024, essentiellement à leur domicile mais plus d'un consommateur sur 4 ira en CHR. La bière est de loin la boisson privilégiée pendant l'Euro.



INDICES CLÉS / FRÉQUENTATION EN CHR

CGA
Powered by NIQ

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS



96% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci
-1pp vs février



PRÉVISIONS DE FRÉQUENTATION EN CHR POUR LE MOIS À VENIR

84%

prévoient de manger
au restaurant au cours
du mois prochain

-5pp par rapport au mois de
février



54%

prévoient de sortir boire
un verre au cours du mois
prochain

=0pp par rapport au mois de février



4% ne prévoient pas de
fréquenter le circuit **au cours**
du mois prochain

=0pp par rapport au mois de
février





COMMENT COMPAREZ-VOUS VOTRE COMPORTEMENT ACTUEL ET LA FRÉQUENCE DE VOS SORTIES?

Changement des habitudes de fréquentation des établissements



23%

fréquentent plus souvent que d'habitude

+1pp par rapport au mois de février

47%

fréquentent autant que d'habitude

+1pp par rapport au mois de février

30%

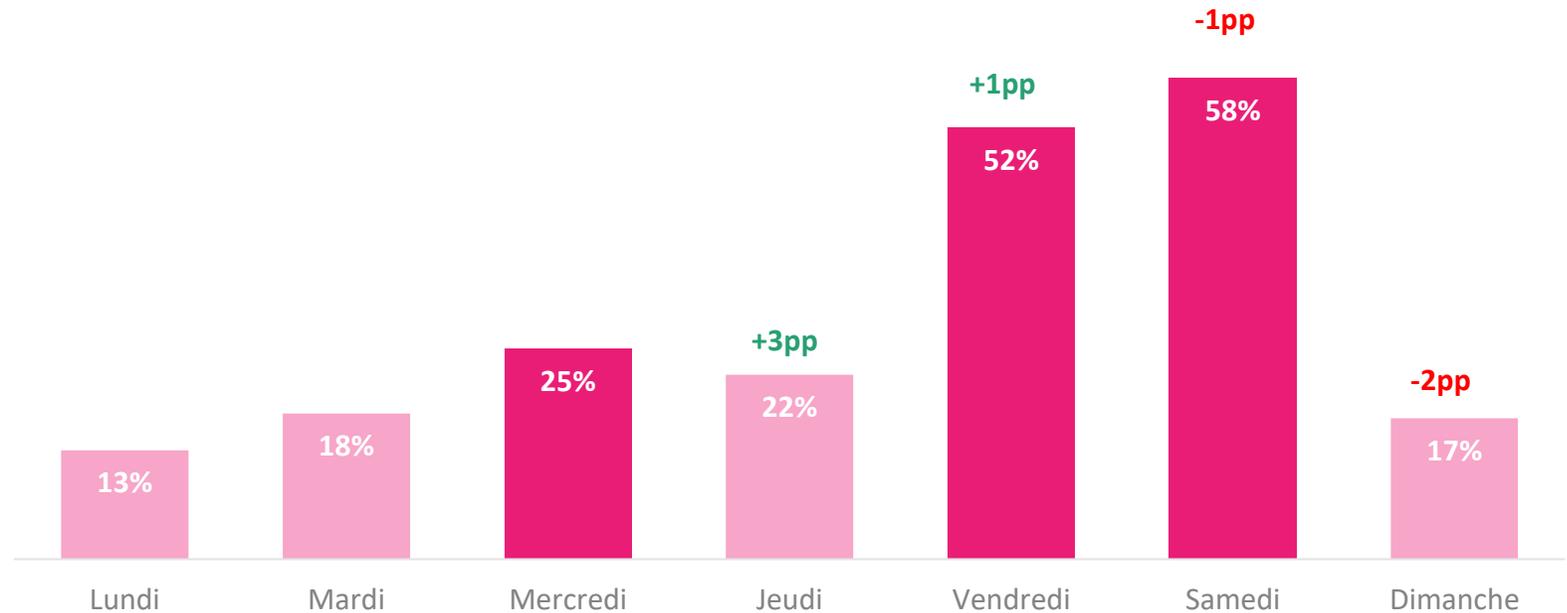
fréquentent moins souvent que d'habitude

-2pp par rapport au mois de février



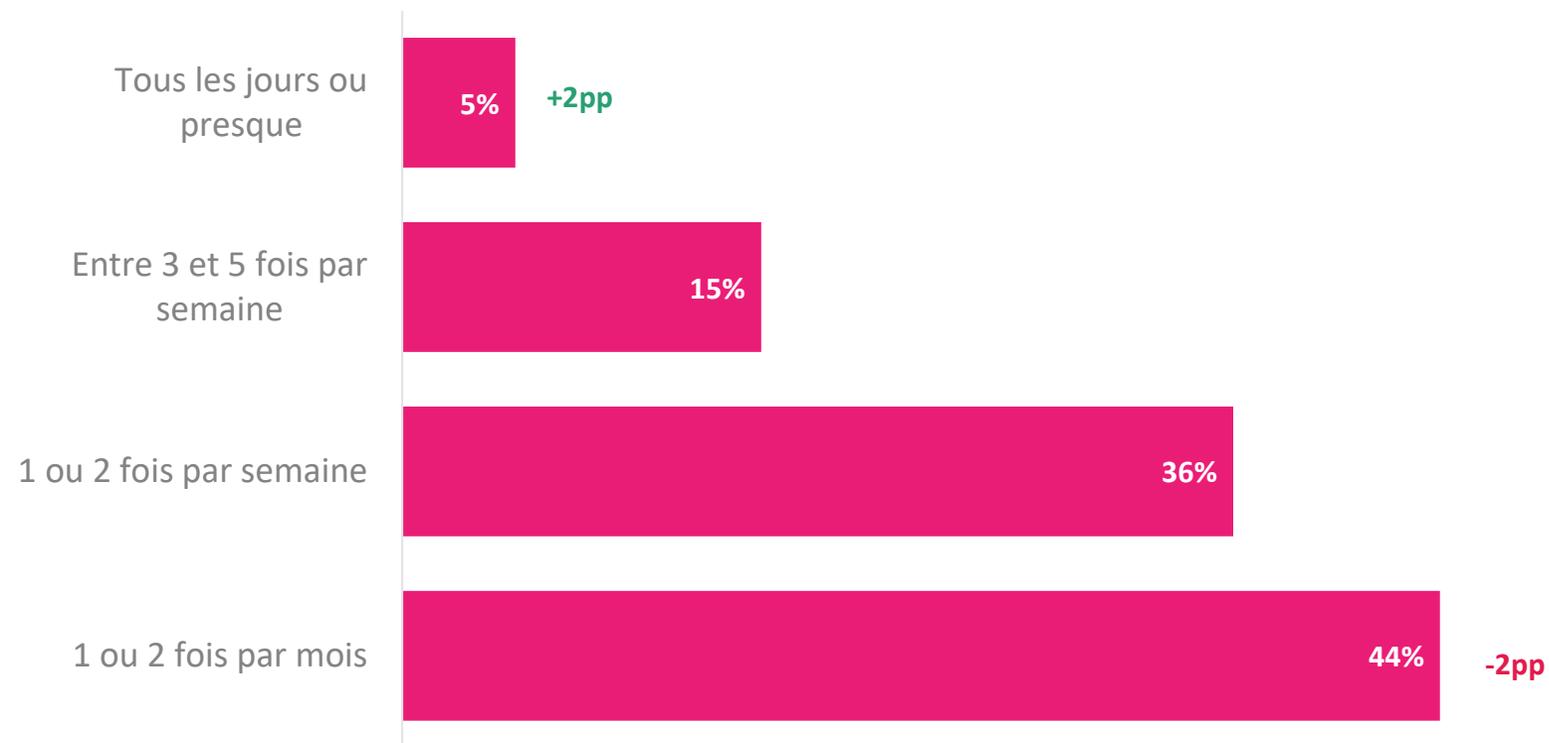
QUEL(S) JOUR(S) DE LA SEMAINE AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉ UN BAR, UN RESTAURANT OU UN AUTRE LIEU SIMILAIRE AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs fév.)



À QUELLE FRÉQUENCE VOUS ÊTES-VOUS RENDU(E) DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

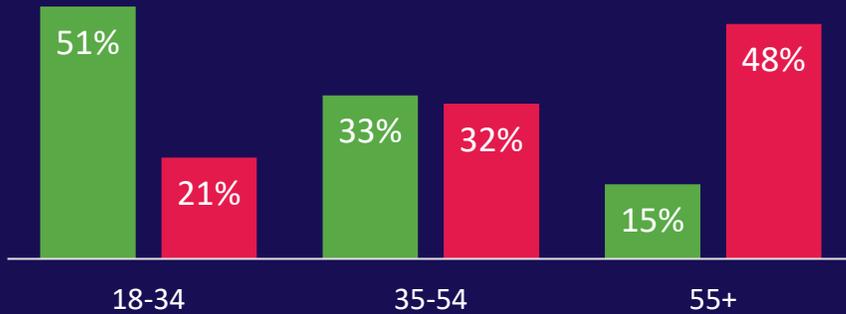
Habitudes de fréquentation (vs fév.)



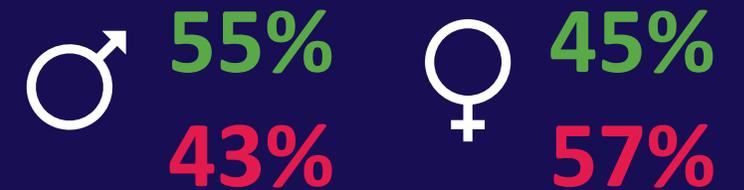
La polarisation jeunes et âgés mais aussi centres villes et périphéries continuent de s'affirmer, avec un public à cibler très engagé avec le CHR.

Hausse de fréquentation | Baisse de fréquentation

Tranches d'âge



Sexe



Lieu de résidence

66% **57%**

Grande ville/centre-ville

34% **43%**

Zone rurale/banlieue urbaine

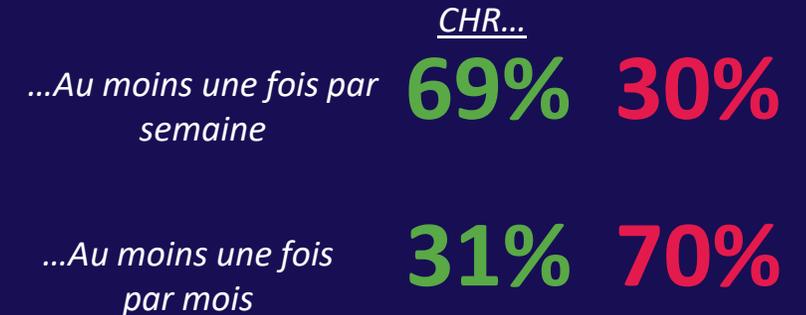


Revenus moyens du foyer

€46,370

€30,702

Se rendent généralement dans les établissements



48%

des consommateurs GenZ
sortent davantage ce
mois-ci

+25pp par rapport au
consommateur moyen

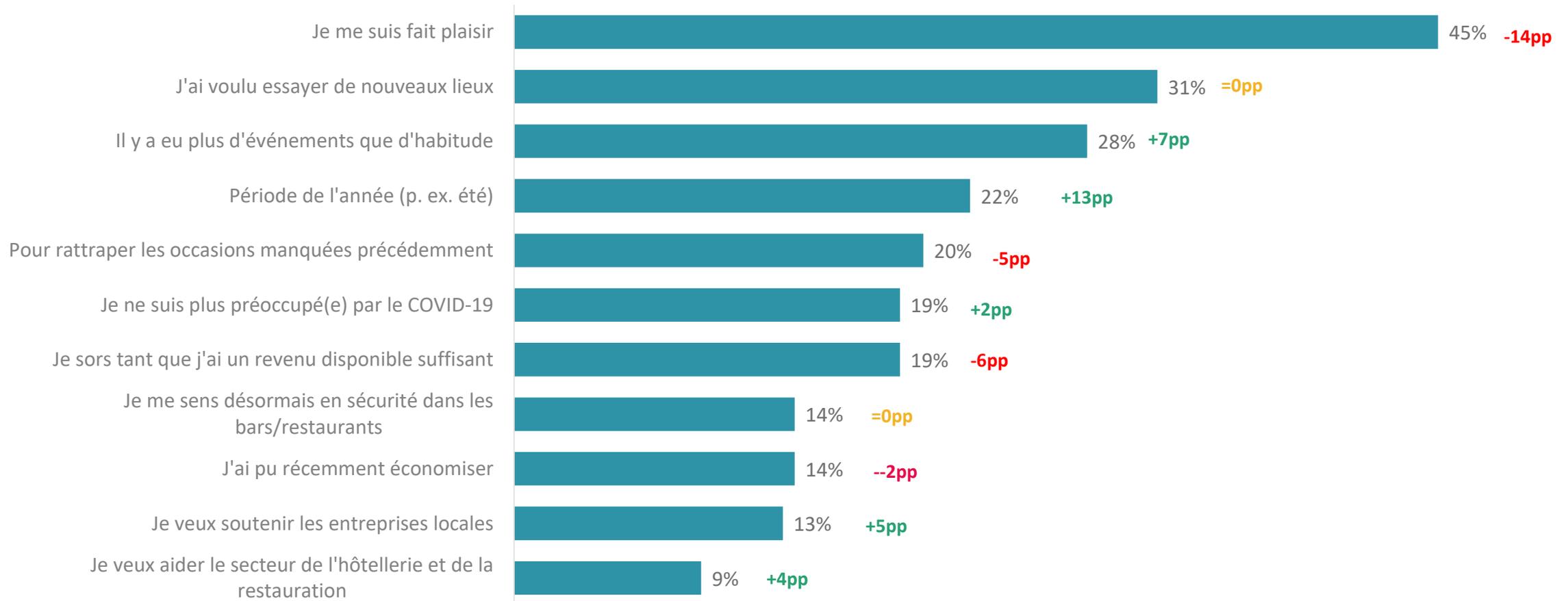
35%

des consommateurs GenZ
dépensent plus ce mois-ci

+10pp par rapport au
consommateur moyen

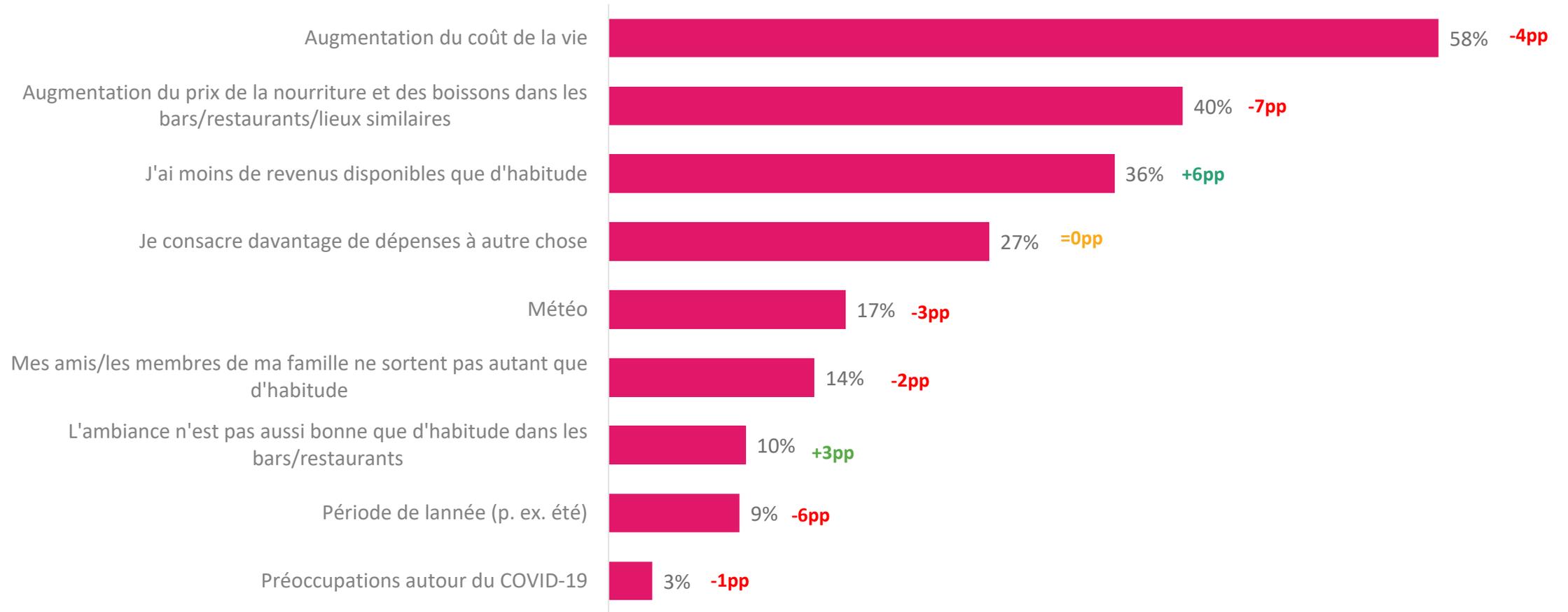
VOUS AVEZ INDIQUÉ QUE VOUS SORTIEZ ACTUELLEMENT PLUS SOUVENT QUE D'HABITUDE. POURQUOI ?

Raisons pour lesquelles vous avez fréquenté les établissements plus souvent que d'habitude (vs fév.)



VOUS AVEZ INDIQUÉ QUE VOUS SORTIEZ ACTUELLEMENT MOINS SOUVENT QUE D'HABITUDE. POURQUOI ?

Raisons pour lesquelles vous avez fréquenté les établissements moins souvent que d'habitude (vs fév)

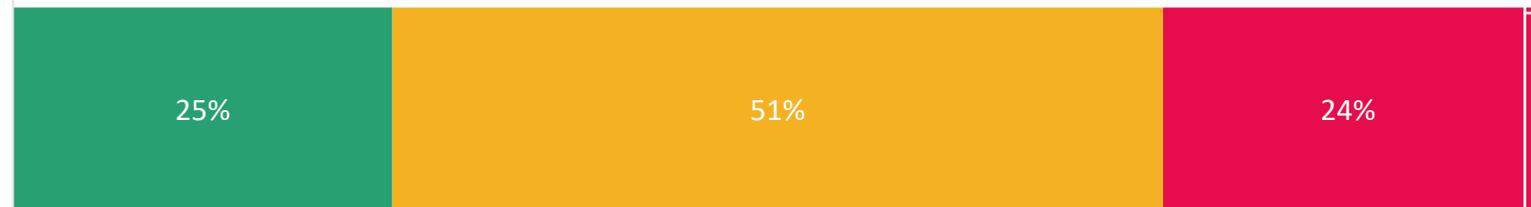


AVEZ-VOUS MODIFIÉ VOTRE COMPORTEMENT DE L'UNE DES MANIÈRES SUIVANTES AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ, PAR RAPPORT À D'HABITUDE, DANS LES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

Changement de comportements dans les établissements CHR

Variation
nette

Dépenses à chaque sortie



+1pp

Dépenses dans les cafés/bars/restaurants de manière générale

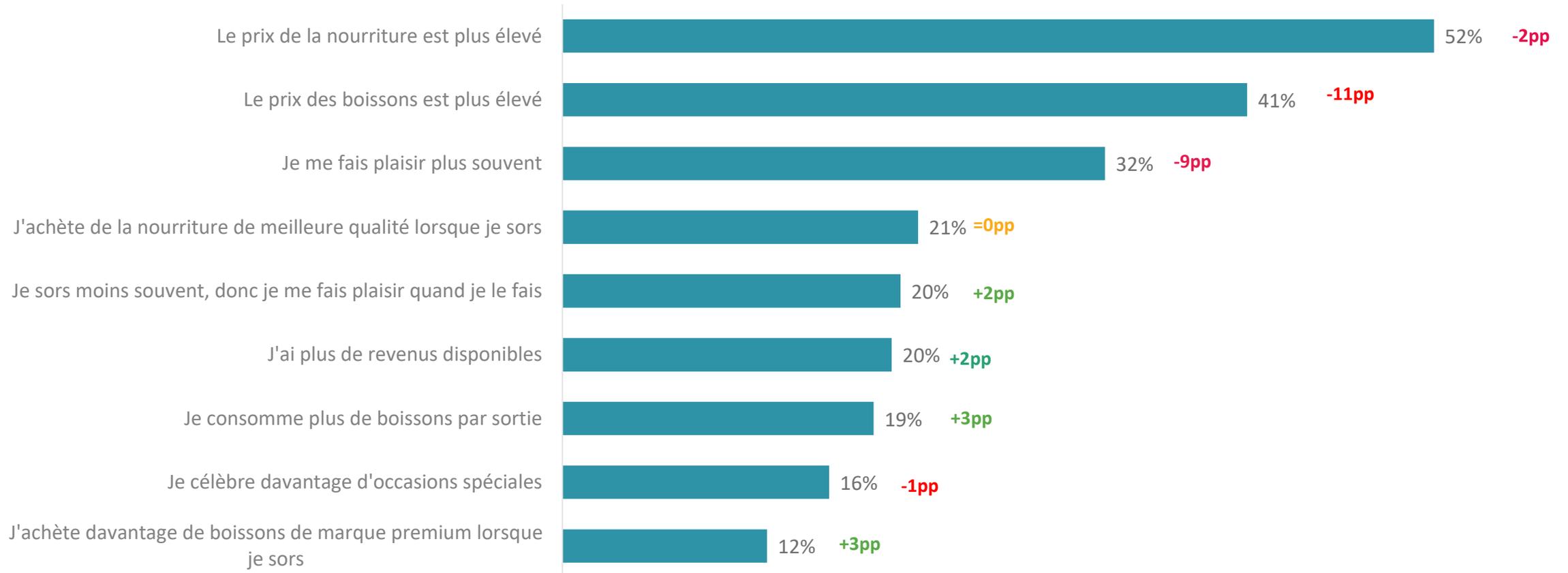


=0pp

■ Augmentation ■ Identique ■ Diminution

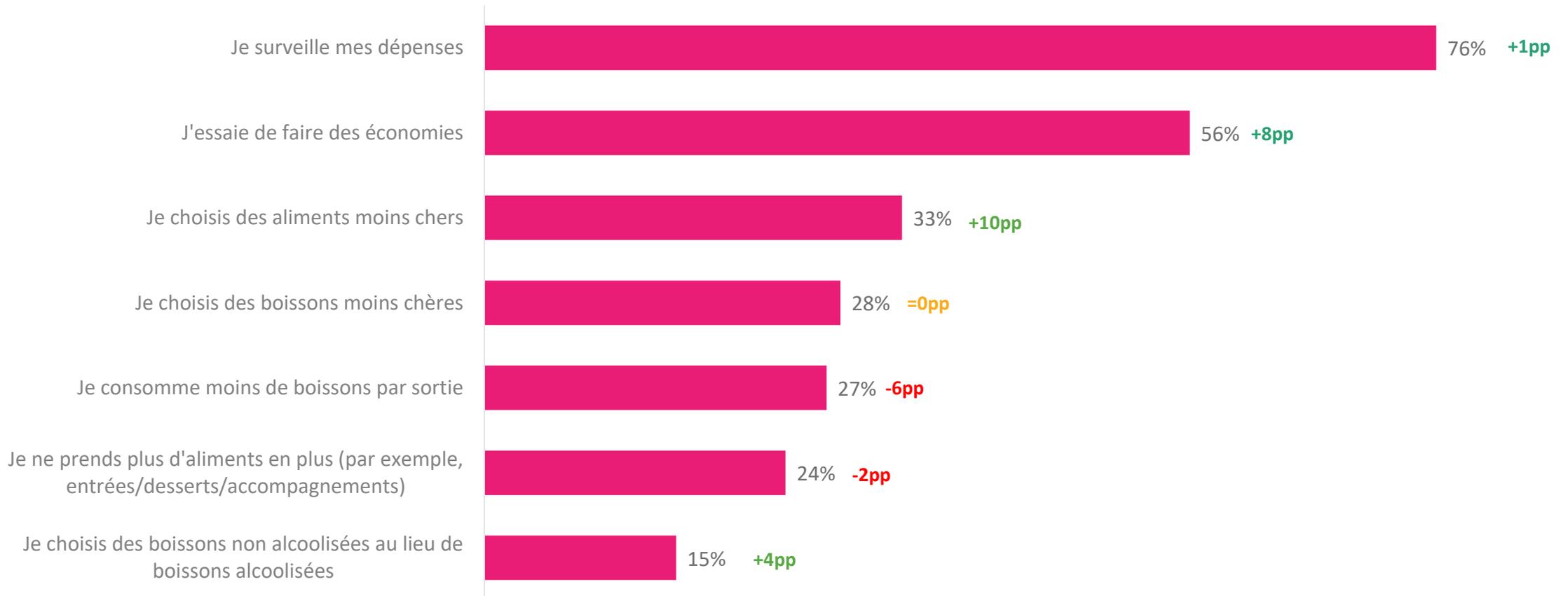
QUELLES SONT LES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DÉPENSEZ PLUS AUJOURD'HUI LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

Raisons de l'augmentation des dépenses par sortie (vs fév.)



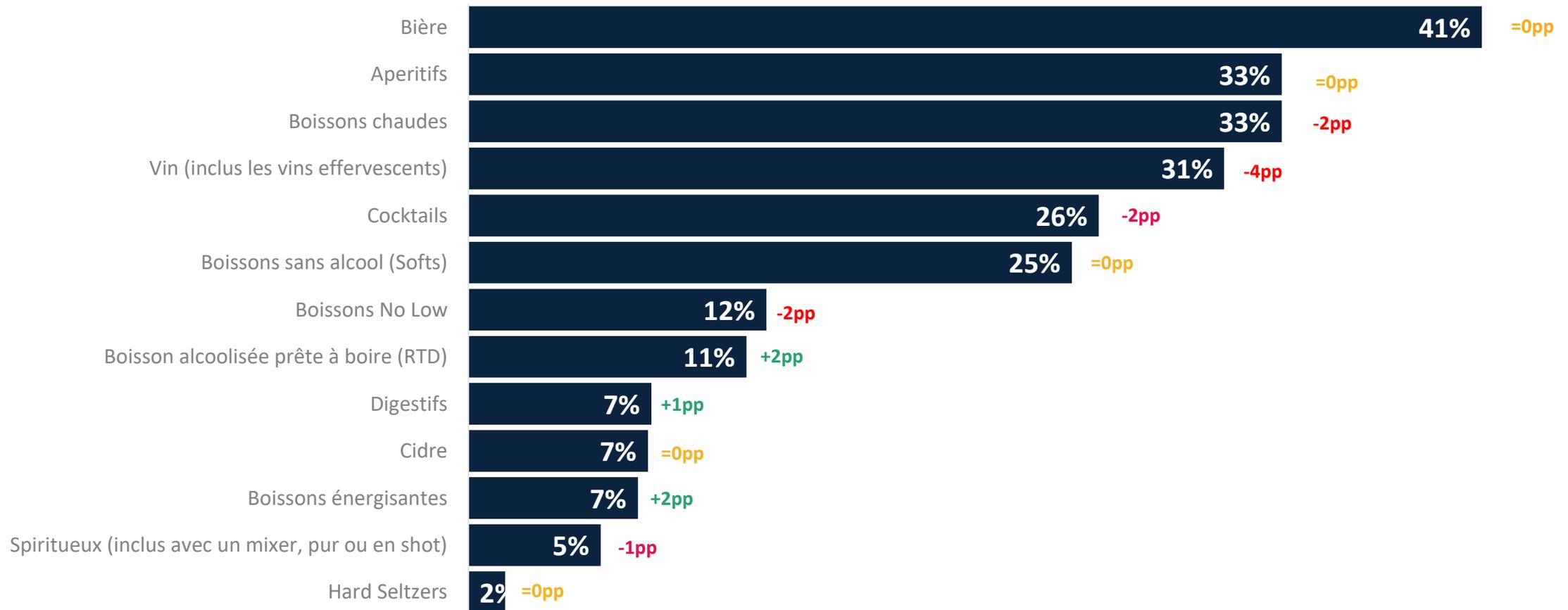
QUELLES SONT LES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DÉPENSEZ MOINS AUJOURD'HUI LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

Raisons de la baisse des dépenses par sortie (vs fév.)



PARMI LES PROPOSITIONS SUIVANTES, QUELS TYPES DE BOISSONS AVEZ-VOUS CONSOMMÉS DANS DES BARS, RESTAURANTS OU LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

Choix de boisson des personnes ayant fréquentés des établissements CHR au cours du mois écoulé (vs fév.)





À QUELLE FRÉQUENCE PRÉVOYEZ-VOUS DE VOUS RENDRE DANS DES BARS, RESTAURANTS OU LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS PROCHAIN ?

Fréquentation attendue de bars, restaurants ou lieux similaires au cours du mois prochain (vs fév.)

- Moins Freq.
- Meme Freq.
- Plus Freq.



+19pp pour la génération Z

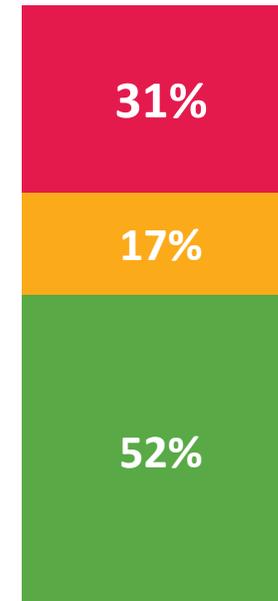
Livraison de repas à domicile





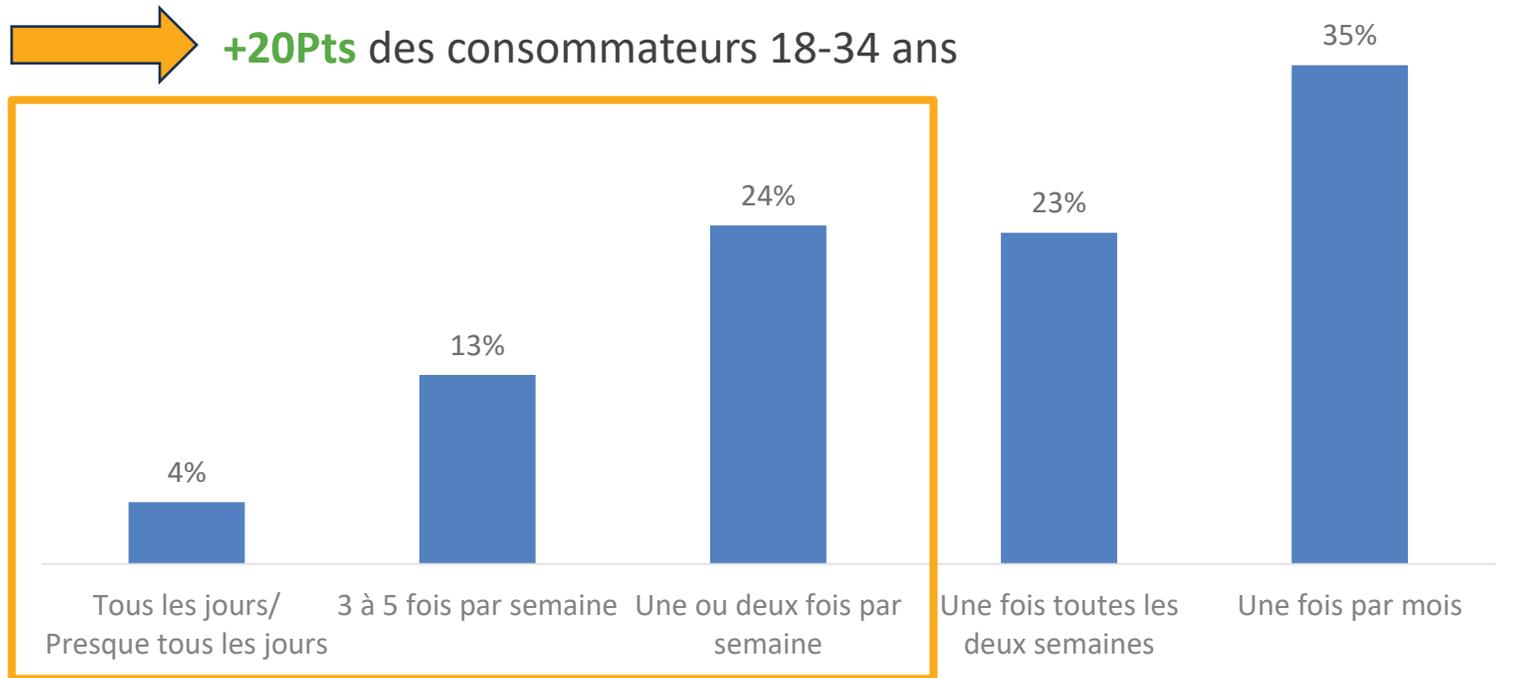
COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS COMMANDÉ UNE LIVRAISON OU UN PLAT À EMPORTER AU COURS DU DERNIER MOIS (EX. UBEREATS, DELIVEROO)?

- Je ne commande jamais de livraison
- Je n'ai pas commandé de livraison ce mois-ci
- J'ai commandé de la livraison ce mois-ci





COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS COMMANDÉ UNE LIVRAISON OU UN PLAT À EMPORTER AU COURS DU DERNIER MOIS (EX. UBEREATS, DELIVEROO)?



VOUS AVEZ DÉCLARÉ AVOIR COMMANDÉ DES LIVRAISONS AU COURS DU MOIS DERNIER. QUEL EST LE MONTANT MENSUEL HABITUEL DE VOS LIVRAISONS?

75€

Ticket moyen mensuel de la livraison

	Les 18-34 ans	Les 35-54 ans	Les 55+ ans
Ticket moyen mensuel de la livraison	72€	90€	48€

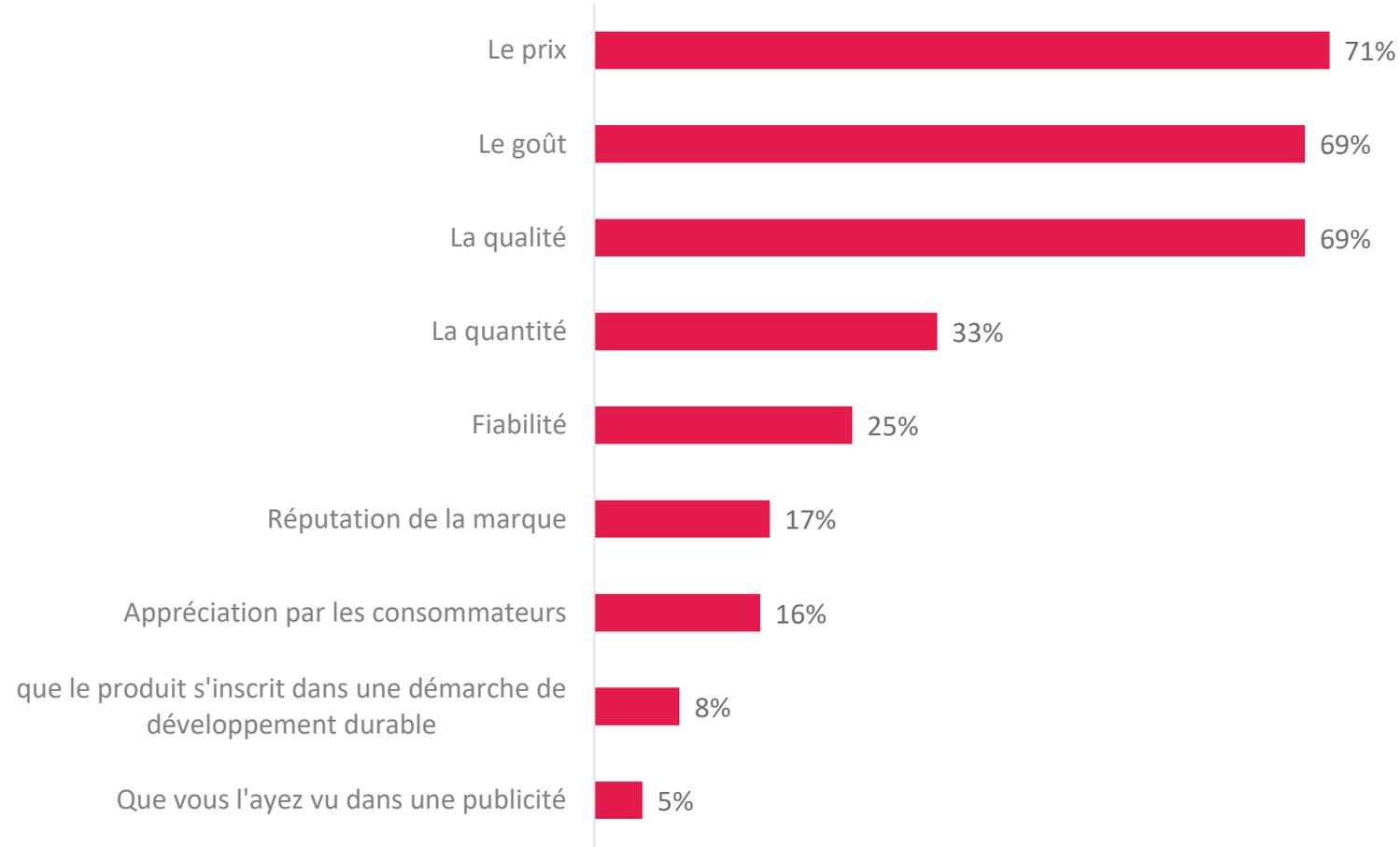


Développement durable





**Parmi les produits que vous achetez dans les bars, restaurants et autres lieux similaires, quelles sont les caractéristiques suivantes qui sont importantes pour vous ?
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent**



QUELS SONT LES FACTEURS LES PLUS IMPORTANTS POUR VOUS EN CE QUI CONCERNE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LES PRATIQUES ÉTHIQUES?



48%

production locale



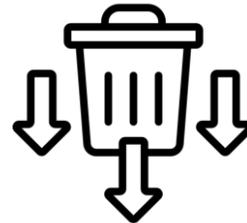
45%

fabrication artisanale /traditionnelle



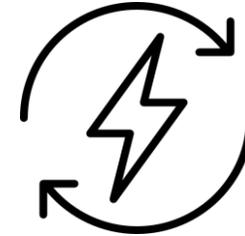
42%

recycler



41%

réduire les déchets et la pollution



23%

énergies renouvelables



15%

associations caritatives



14%

sourcing éthique et équitable

POUR UN PRODUIT QUE VOUS CONSOMMEZ EN CHR, PARMIS LES CRITERES SUIVANTS QUELS SONT CEUX POUR LESQUELS VOUS ETES PRETS A PAYER PLUS?



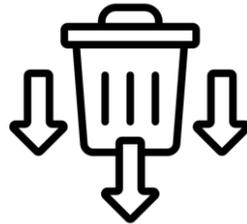
41%

production locale



40%

fabrication artisanale /traditionnelle



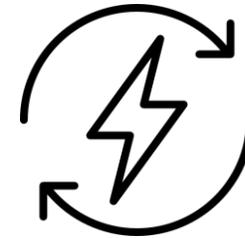
28%

réduire les déchets et la pollution



27%

recycler



18%

énergies renouvelables



17%

associations caritatives



12%

sourcing éthique et équitable

Consommation d'eau en CHR



Quel type d'eau commandez-vous habituellement dans les restaurants suivants ?

Tranquille 

Pétillante 

Les deux  

Je n'ai pas l'habitude de commander/de boire de l'eau

	Tranquille	Pétillante	Les deux	Je n'ai pas l'habitude de commander/de boire de l'eau
Établissements haut de gamme / premium	45%	26%	21%	8%
Établissements de bon rapport qualité/prix	45%	20%	22%	13%



QUELLE EST L'IMPORTANT DE DISPOSER D'UNE GAMME DE MARQUES D'EAU EN BOUTEILLE LORSQUE VOUS SORTEZ DANS DES BARS, DES RESTAURANTS OU D'AUTRES LIEUX SIMILAIRES?

46%

Important

33%

Ni important, ni sans importance

21%

Sans importance

VOUS AVEZ MENTIONNÉ LE FAIT DE COMMANDER DE L'EAU, QUEL TYPE D'EAU COMMANDEZ-VOUS DANS LES RESTAURANTS SUIVANTS QUE VOUS FRÉQUENTEZ?

Eau en
bouteille 

Carafe
d'eau 

Eau
microfiltrée 

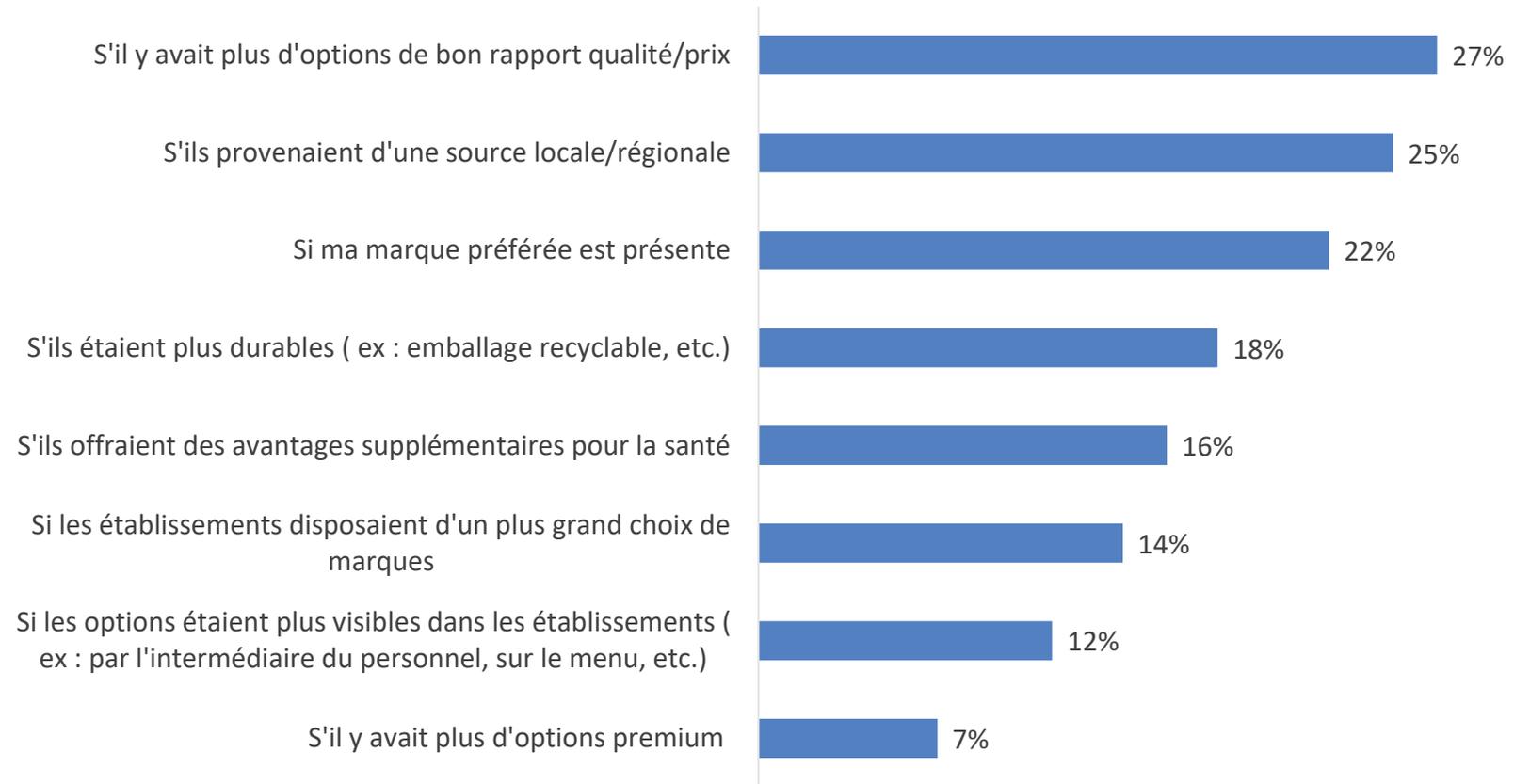
Établissements haut de gamme / premium	62%	44%	12%
Établissements de bon rapport qualité/prix	50%	62%	6%



QU'EST-CE QUI VOUS INCITERAIT, LE CAS ÉCHÉANT, À COMMANDER D'AVANTAGE DE BOUTEILLES D'EAU LORSQUE VOUS SORTEZ DANS DES BARS, DES RESTAURANTS OU D'AUTRES LIEUX SIMILAIRES?

29%

Rien ne m'inciterait à commander plus de bouteilles d'eau lorsque je sors



Championnat d'Europe 2024 - Allemagne





Comptez-vous suivre l'Euro 2024 organisé en Allemagne cette année ?

67%

Oui

8%

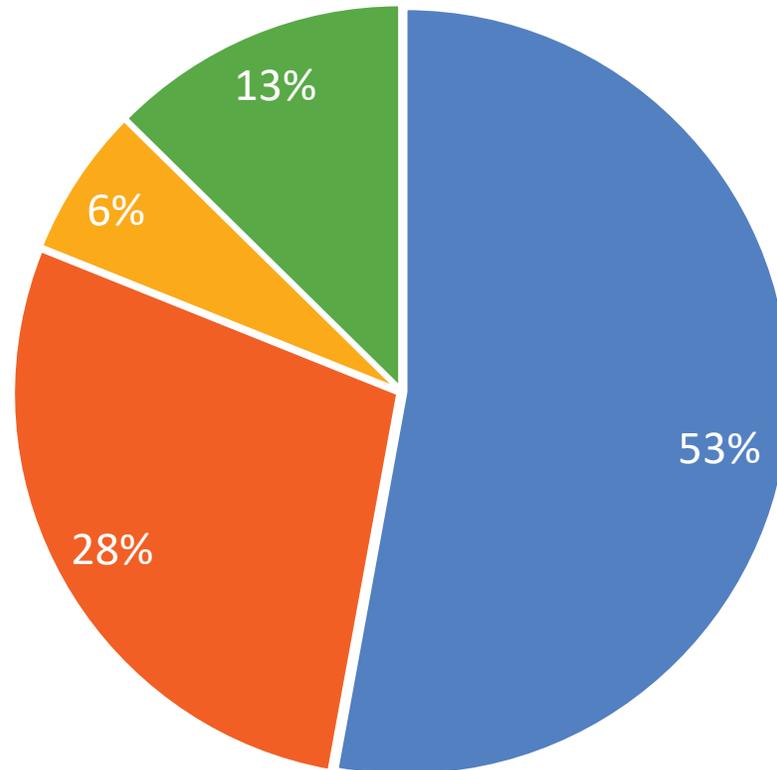
Je n'ai pas
encore décidé

25%

Non

CETTE ANNÉE, L'ALLEMAGNE HÉBERGE LA COMPÉTITION EUROPÉENNE DE FOOTBALL EURO 2024 DU 14 JUIN AU 14 JUILLET. PRÉVOYEZ-VOUS DE LA REGARDER DANS L'UN DES LIEUX SUIVANTS?

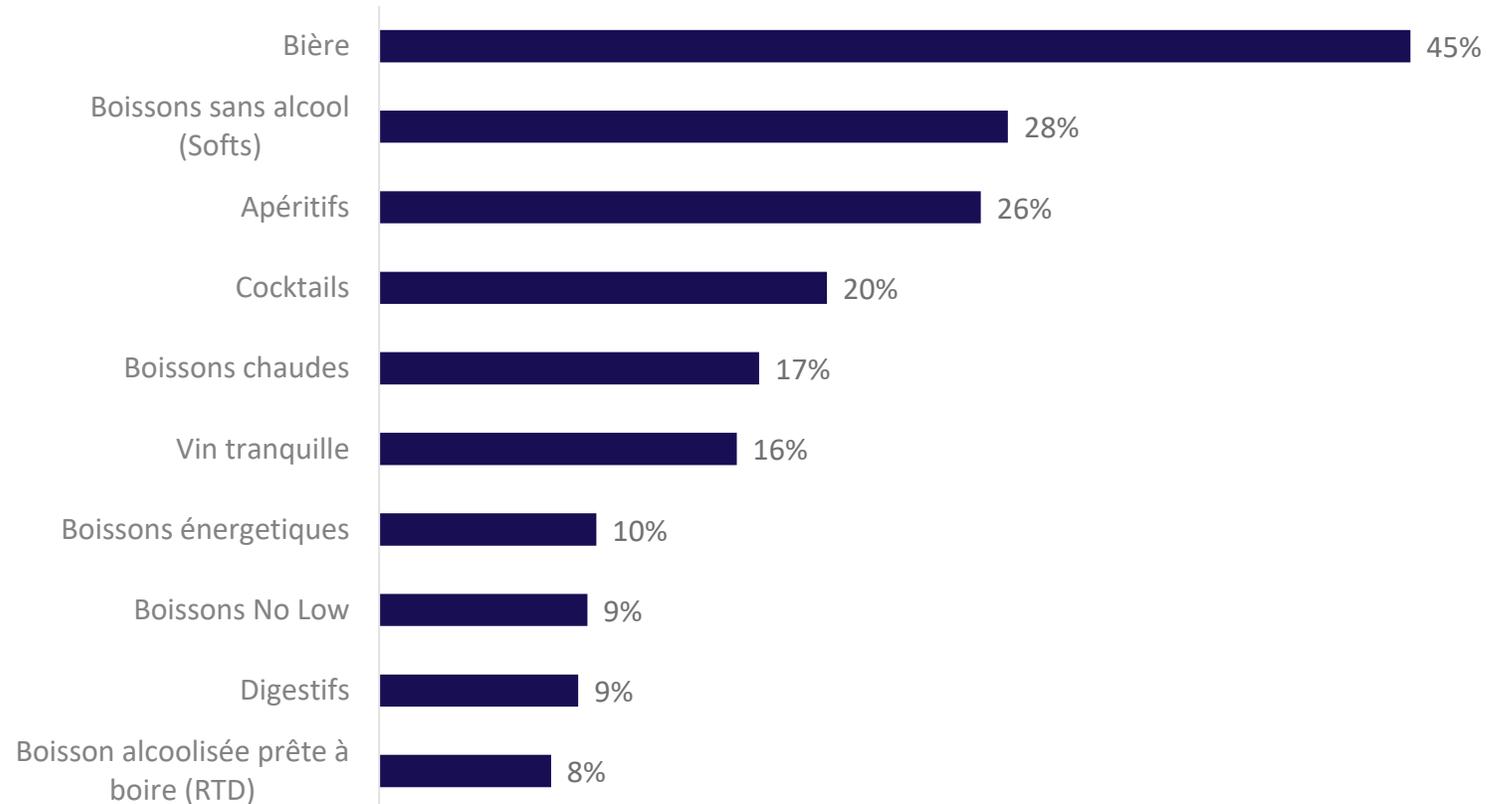
- Oui, à la maison
- Oui, dans un bar/pub
- Oui, je me rendrai en Allemagne pour assister au match dans le stade
- Oui, dans des lieux de diffusion publique





QUE PRÉVOYEZ-VOUS DE BOIRE LORSQUE VOUS REGARDEREZ L'EURO 2024 DANS DES BARS, DES RESTAURANTS OU D'AUTRES LIEUX SIMILAIRES?

Top 10 des boissons que les français prévoient de consommer pendant l'Euro



Optimise your On Premise channel strategy with CGA's On Premise User Survey

Identify which channels to

New advertisement Slide

Under
factors
choic
Pre

your
e the
your
rs

Global Bartender Reports

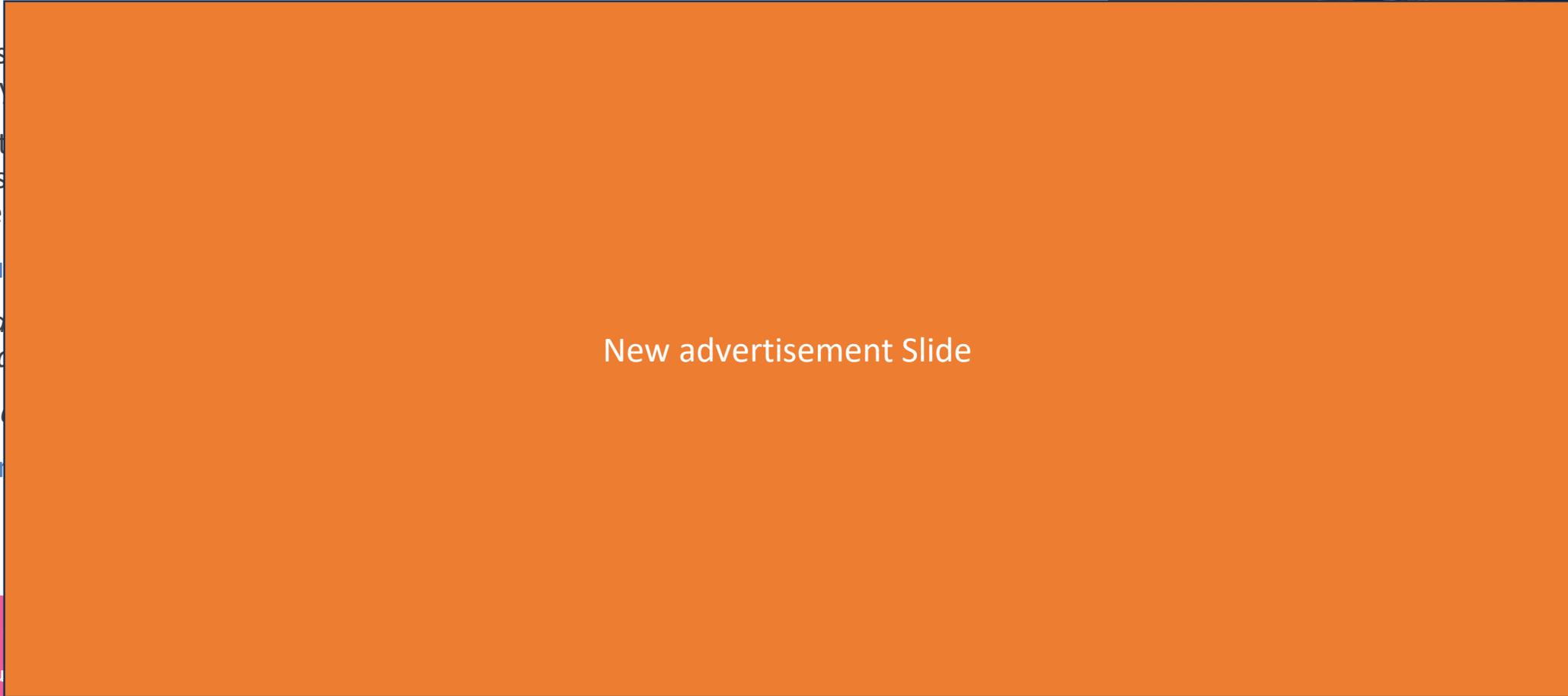
Market-specific insights based on a robust sample of 150 bartenders per country

- Understands... level by...
- Market... rich ins... the tre...

What you

- An in-d... to build...
- A virtu...

Investment



UK



South Korea



Germany - \$19,967



Australia - \$17,525



Canada - \$17,748



Spain - \$16,417



Comment les tendances mondiales influencent actuellement le CHR français ?



Présentation REACH globale

Chez CGA, en mai nous publions notre rapport annuel « Global On Premise insights - REACH ».

En dehors de l'évaluation habituelle de la fréquentation des consommateurs en CHR, des catégories en vogue et des facteurs de choix des lieux, le rapport de cette année se penche sur les questions d'actualité qui touchent le secteur, telles que le développement durable, la crise de l'inflation, les réseaux sociaux et la sensibilisation associée, l'éducation et bien d'autres.

Si vous souhaitez une présentation dédiée pour vous et votre équipe, veuillez nous contacter en utilisant les coordonnées figurant sur la slide finale.



Rapports REACH régionaux

Dans le prolongement de notre rapport annuel REACH à l'échelle mondiale, nous générerons des rapports régionaux REACH afin d'étudier de plus près les nuances entre les différents marchés en fonction de leur situation géographique.

En ce qui concerne l'étude auprès des établissements en France, cela se fera sous la forme d'un rapport EUROPE dédié.

Contactez-nous afin de discuter des options disponibles.



Offre OPUS Lite

Si vous souhaitez une solution plus adaptée à votre environnement, 2023 verra le lancement de notre offre OPUS Lite, qui fournit des informations sur les tendances du marché ayant un impact sur le CHR à l'échelle mondiale.

Des options flexibles sont disponibles pour répondre aux besoins de vos équipes, qu'il s'agisse d'un rapport d'analyse prêt à l'emploi ou d'un accès complet à l'ensemble des données.

Contactez-nous pour en savoir plus.

Approfondissez votre compréhension du consommateur au sein du CHR français !



OPUS Select

Si vous voulez creuser un sujet spécifique à votre activité ou votre problématique business, nous lançons en 2023 la formule OPUS Select. Cela vous fournit des données marché sur un sujet particulier tel que:

- Zoom sur un circuit / une Occasion
- Zoom sur une catégorie
- Hot topic (sujet d'actualité)
- Des business cases sur mesure
- Zoom sur les profils démographiques
- Et bien plus!

Contactez-nous pour
en savoir plus.

OPUS Core

La souscription à OPUS Core vous permet de rentrer en profondeur et en détail dans les comportements du consommateur en CHR aussi bien sur les différents circuits, que les occasions ou les catégories de boissons mais aussi d'identifier les tendances clés qui impactent l'industrie du CHR.

Contactez-nous pour
en savoir plus.

Contact Us

To learn more or to speak to a member of the team, please feel free to get in touch:



JULIEN VEYRON

CLIENT SOLUTIONS DIRECTOR

Julien.veyron@nielseniq.com



STEPHEN WANN

CLIENT DIRECTOR – EMEA

Stephen.wann@nielseniq.com



BETH LARMER

SENIOR CONSUMER RESEARCH
EXECUTIVE

Beth.larmer@nielseniq.com

[Click here](#) to receive latest and exclusive insights from France On Premise directly to your inbox

