

A group of people at a social gathering, possibly a bar or restaurant, holding glasses of refreshing drinks. The drinks are garnished with lemons and mint leaves. The background is slightly blurred, showing other people and indoor plants.

RAPPORT « PULSE » CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, Janvier 2025

RÉSUMÉ

- **Fréquentation:** Par rapport à l'année dernière, les consommateurs ont été plus nombreux en janvier à se rendre dans un établissement de restauration (+3pts) et de boissons (+2pts), limitant cependant leurs fréquences de sorties, privilégiant des sorties mensuelles.
- **Catégories:** Alors que la catégorie la plus populaire en décembre était celle des boissons chaudes, la bière se hisse à la première place en janvier. La bière est également la catégorie qui est perçue comme offrant le meilleur rapport qualité-prix, la meilleure qualité de service et qui suscite le plus d'enthousiasme. Les cocktails restent une catégorie d'expérience et d'innovation sur laquelle les consommateurs explorent la nouveauté en CHR.
- **Pronostics pour février:** Moins de consommateurs prévoient de sortir au cours du mois prochain, mais les membres de la génération Z prévoient d'augmenter le nombre de leurs sorties.

- **Hot Topic - Les Fêtes:** Le CHR continue d'attirer les consommateurs pendant les fêtes, mais les visites sont en légère baisse par rapport à la fréquentation habituelle. Les consommateurs privilégient une consommation de meilleure qualité, en réduisant leur nombre de verres mais favorisant des boissons plus chères pour se faire plaisir pendant les fêtes.
- **Hot Topic - Pronostics pour 2025:** Les habitudes des consommateurs semblent stables pour l'année à venir. Toutefois, une partie des consommateurs est à la recherche d'options plus saines et de meilleure qualité, le rapport qualité prix étant le facteur le plus important également en Italie et en Allemagne.
- **Hot Topic - Dry January:** Le Dry January, une tendance en pleine expansion en Europe, incite de plus en plus de personnes à réduire leur consommation d'alcool. Durant cette période, les sorties diminuent souvent, bien que l'offre d'alternatives sans alcool se diversifie. Cette volonté de modération tend à s'étendre au-delà du mois de janvier. Les catégories majeures restent les catégories historiques que sont les mocktails et les bières sans alcool.



Julien Veyron

Client Solutions Director – EMEA

Julien.veyron@nielseniq.com



Nos 3 hot topics reflètent une volonté croissante de modération et de qualité chez les consommateurs. Pour maintenir l'attractivité des établissements CHR et répondre aux désirs d'équilibre des Français, il devient essentiel de renforcer l'offre d'alternatives sans alcool et de l'élargir pour satisfaire une clientèle curieuse, en quête d'expériences nouvelles et qualitatives.

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 auquel nous tenons tant.
- Pour le mois de **janvier 2025**, nous avons interrogé 757 consommateurs (âgés de + de 18 ans) entre le 23 et le 28 janvier 2025. 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.

INDICES CLÉS & FRÉQUENTATION EN CHR



RÉTROSPECTIVE



87%

Des consommateurs sont sortis manger au cours du mois dernier

+2pts vs an-1

49%

Des consommateurs sont sortis boire un verre au cours du mois dernier

+1pts vs an-1



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 757 – 750

RÉTROSPECTIVE



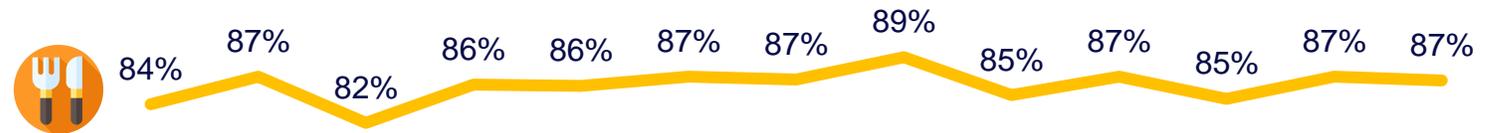
97% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci

=0pt vs an-1



FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visites dans des établissements CHR



Jan Fev Mars Avril Mai Juin Jul Août Sept Oct Nov Dec Jan

— Sont sortis manger au cours du mois dernier

— Sont sortis boire un verre au cours du mois dernier

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025— SAMPLE: 750

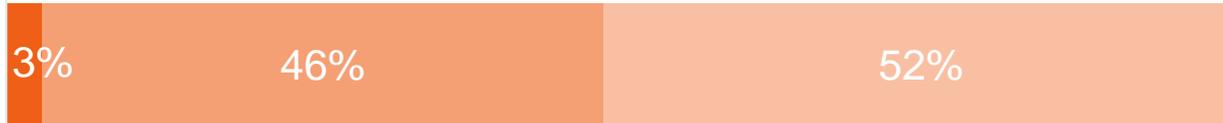
À QUELLE FRÉQUENCE VOUS ÊTES-VOUS RENDU(E) DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

Fréquence de visite en CHR le mois dernier

Tous les jours/presque tous les jours Hebdomadairement Mensuellement



Généralement



-1pt vs an-1

-3pts vs an-1

+4pts vs an-1



Pour boire



Pour manger



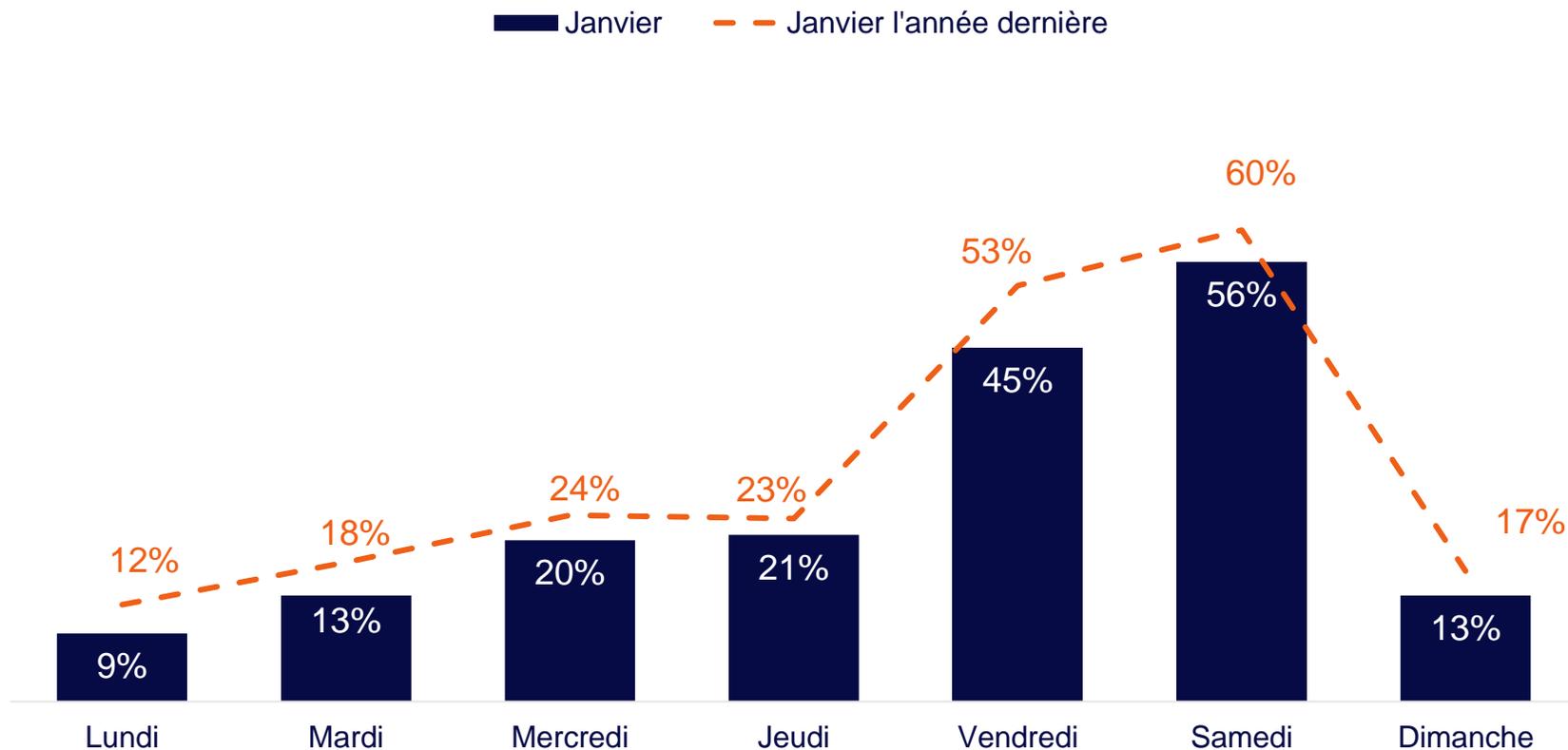
SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 728 - 724





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

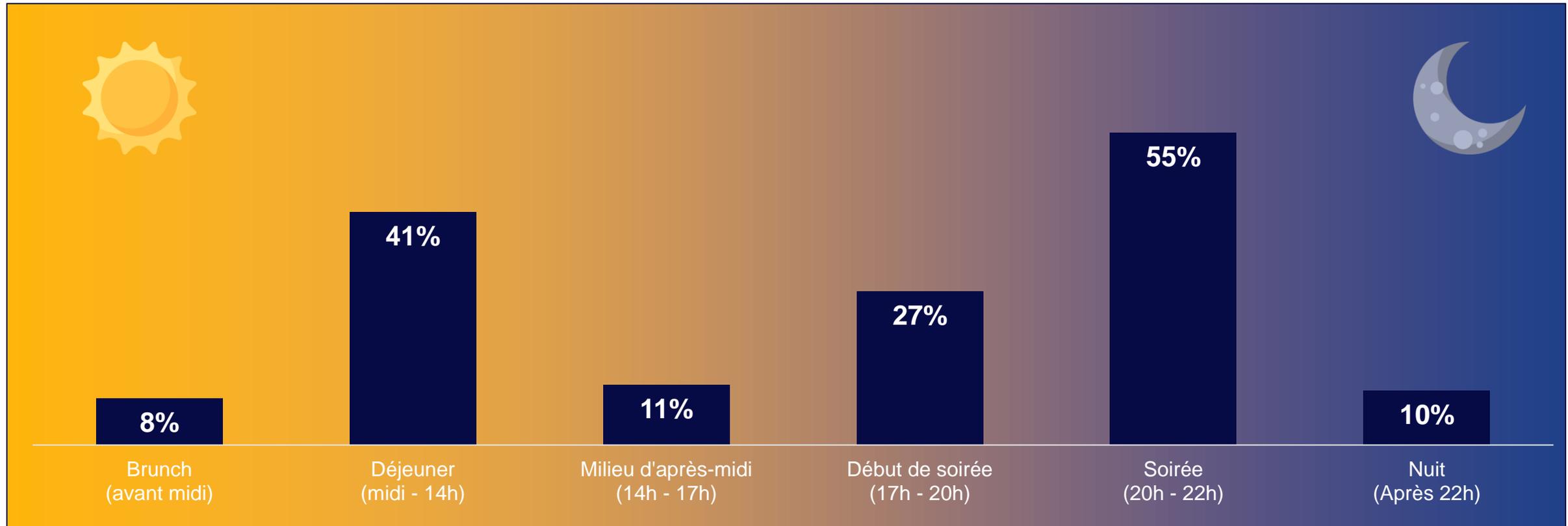
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs an-1)



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 728 - 724

A QUEL(S) MOMENT(S) DE LA JOURNÉE VOUS ÊTES-VOUS RENDUS EN CHR AU COURS DU MOIS DERNIER ?

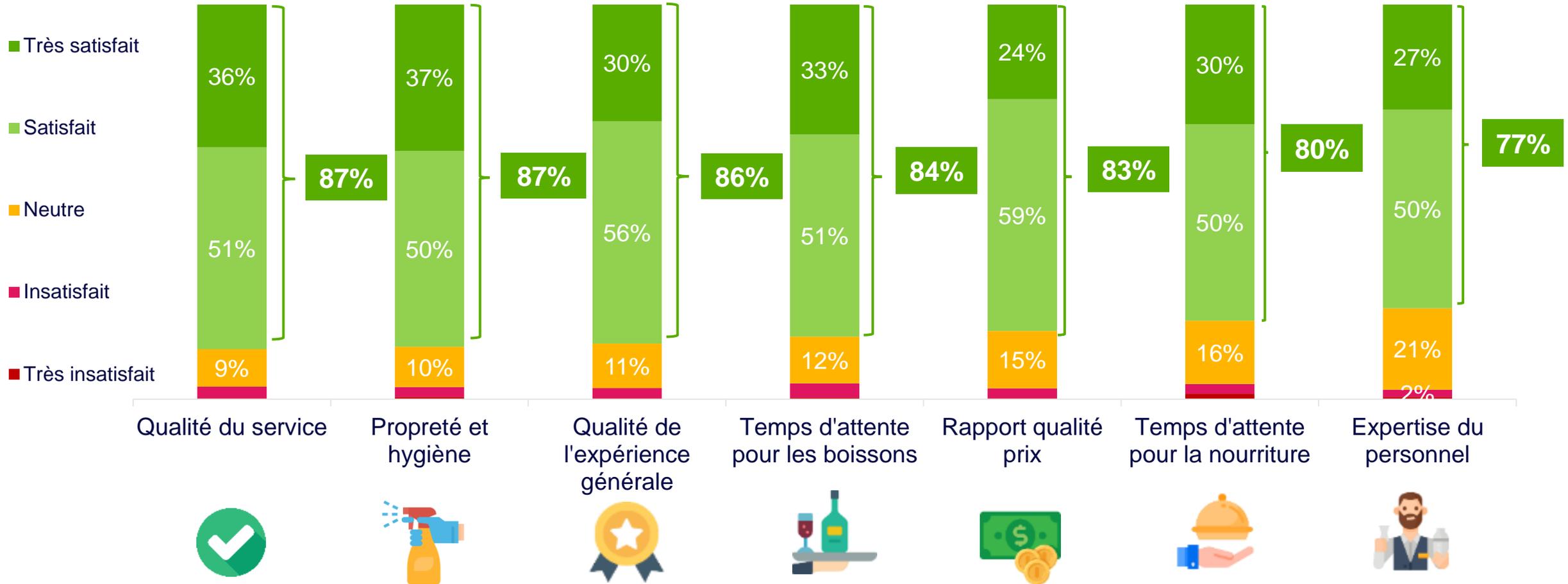
Moments de la journée pour sortir en CHR



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 732 - 723

SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion des consommateurs satisfaits/très satisfaits



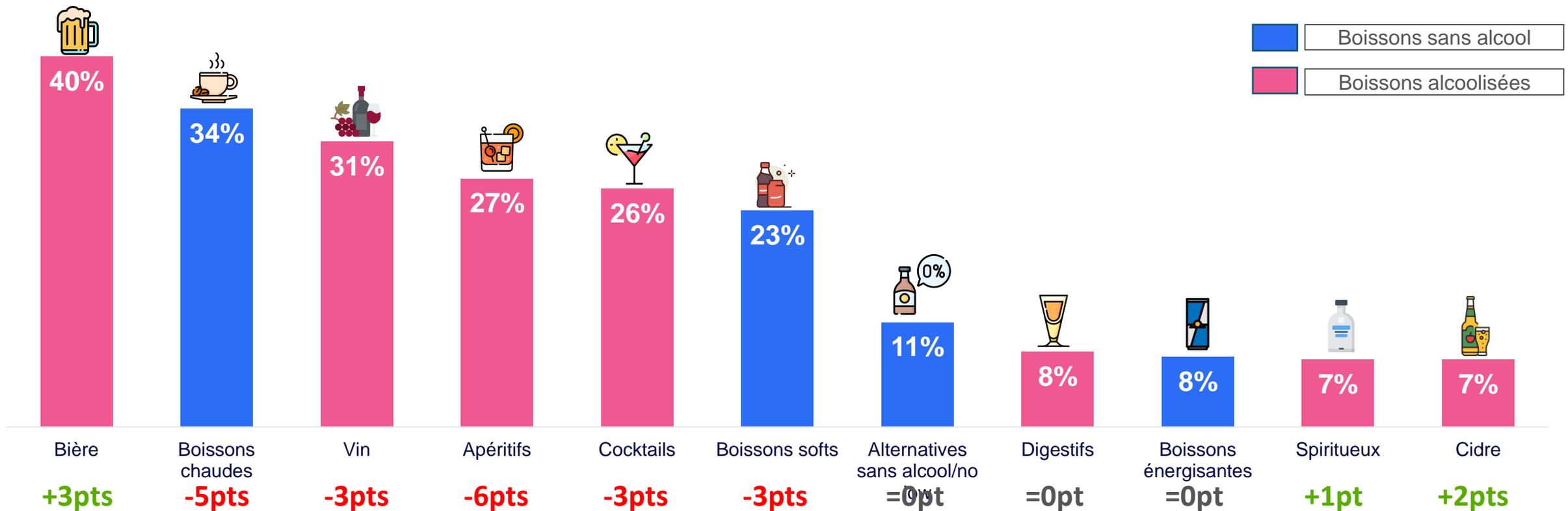
SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 362 - 750

Indices clés: Les catégories



PARMI LES PROPOSITIONS SUIVANTES, QUELS TYPES DE BOISSONS AVEZ-VOUS CONSOMMÉS EN CHR AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

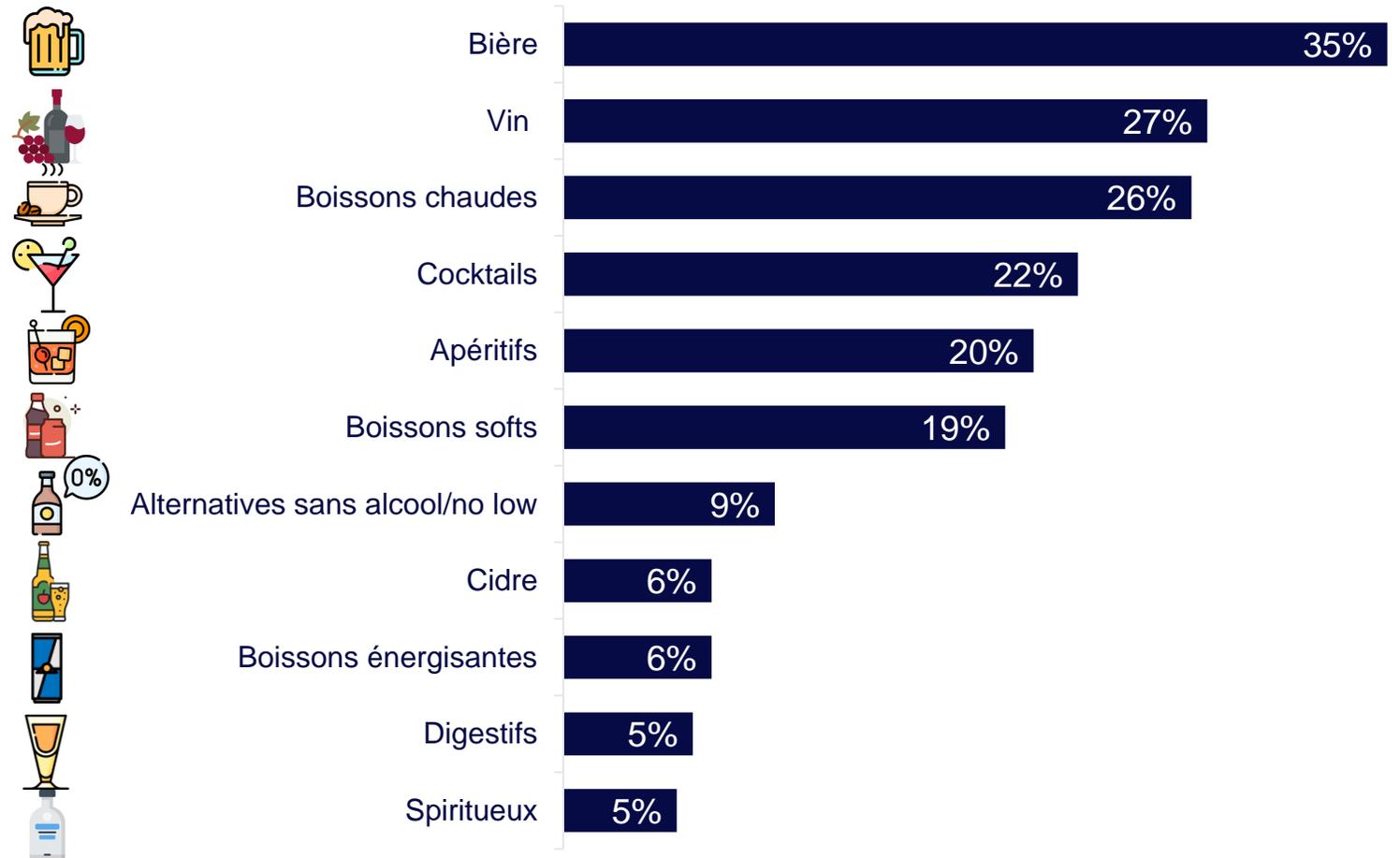
Boissons les plus populaires auprès des consommateurs | Indexé vs. an-1



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 723 - 733

QUELLES CATÉGORIES DE BOISSONS AVEZ-VOUS CONSOMMÉES LORS DE VOTRE DERNIÈRE VISITE EN CHR?

Dernière consommation en CHR déclarée



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 754

A QUEL POINT ÉTIEZ-VOUS SATISFAIT DES BOISSONS CONSOMMÉES LORS DE VOTRE DERNIÈRE VISITE CONCERNANT LEUR RAPPORT QUALITÉ-PRIX ?

Présentée aux consommateurs de la catégorie en question lors de leurs dernières visites

% **très satisfait / satisfait** pour **le rapport qualité-prix** 



Bière	Apéritifs	Vin	Boissons chaudes	Alternatives sans alcool/no low	Boissons softs	Cocktails
86%	84%	84%	83%	82%	80%	75%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 65 - 259

A QUEL POINT ÉTIEZ-VOUS SATISFAIT DES BOISSONS CONSOMMÉES LORS DE VOTRE DERNIÈRE VISITE EN CHR CONCERNANT LEUR ATTRACTIVITÉ ?

Présentée aux consommateurs de la catégorie en question lors de leurs dernières visites

% **très satisfait / satisfait** par l'**attractivité** 🤩



Bière

Vin

Cocktails

Boissons softs

Boissons chaudes

Alternatives sans alcool/no low

Apéritifs

87%

84%

83%

73%

82%

76%

85%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 62 - 258

A QUEL POINT ÉTIEZ-VOUS SATISFAIT DES BOISSONS CONSOMMÉES LORS DE VOTRE DERNIÈRE VISITE CONCERNANT LA QUALITÉ DU SERVICE ?

Présentée aux consommateurs de la catégorie en question lors de leurs dernières visites

% très satisfait / satisfait de la qualité de service



Bière	Vin	Cocktails	Boissons softs	Boissons chaudes	Alternatives sans alcool/no low	Apéritifs
89%	88%	88%	81%	91%	80%	88%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 65 - 259



AVEZ-VOUS ESSAYÉ UNE NOUVELLE BOISSON LORS D'UNE SORTIE AU COURS DU MOIS DERNIER ?

Essai de nouvelles boissons en CHR par ceux qui sortent manger et/ou boire un verre

+33pts pour la
Gen-Z

+19pts pour les
Parisiens



28%

Oui



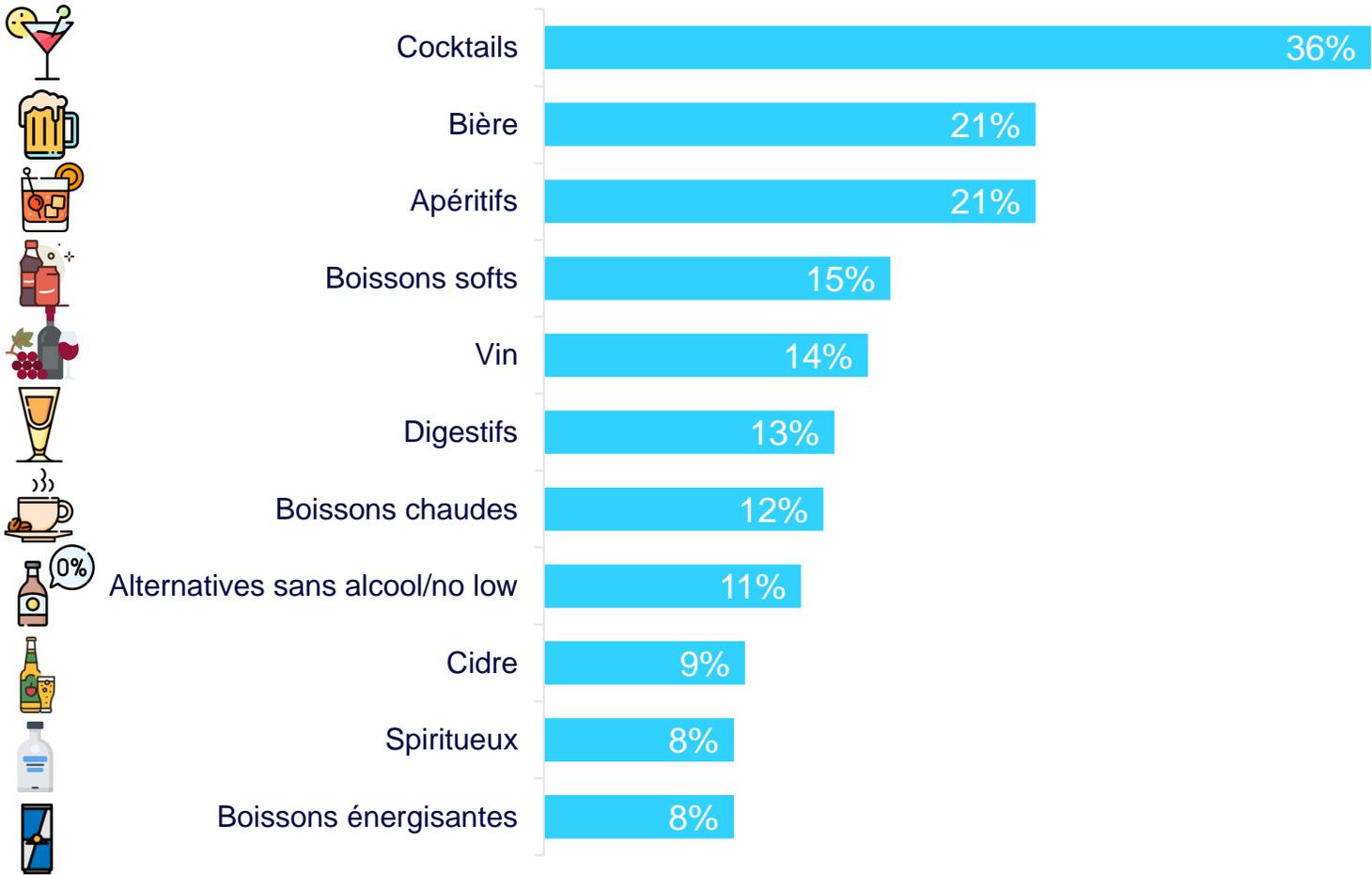
72%

Non

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 126 - 754

À QUELLE CATÉGORIE APPARTENAIT LA NOUVELLE BOISSON ESSAYÉE ?

Nouvelles boissons testées par les consommateurs sortant en CHR



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 206

Indices clés :
Pronostics pour
le mois prochain





78%

prévoient de sortir manger au restaurant au cours du mois prochain

-9pts vs an-1

37%

Prévoient de sortir boire un verre au cours du mois prochain

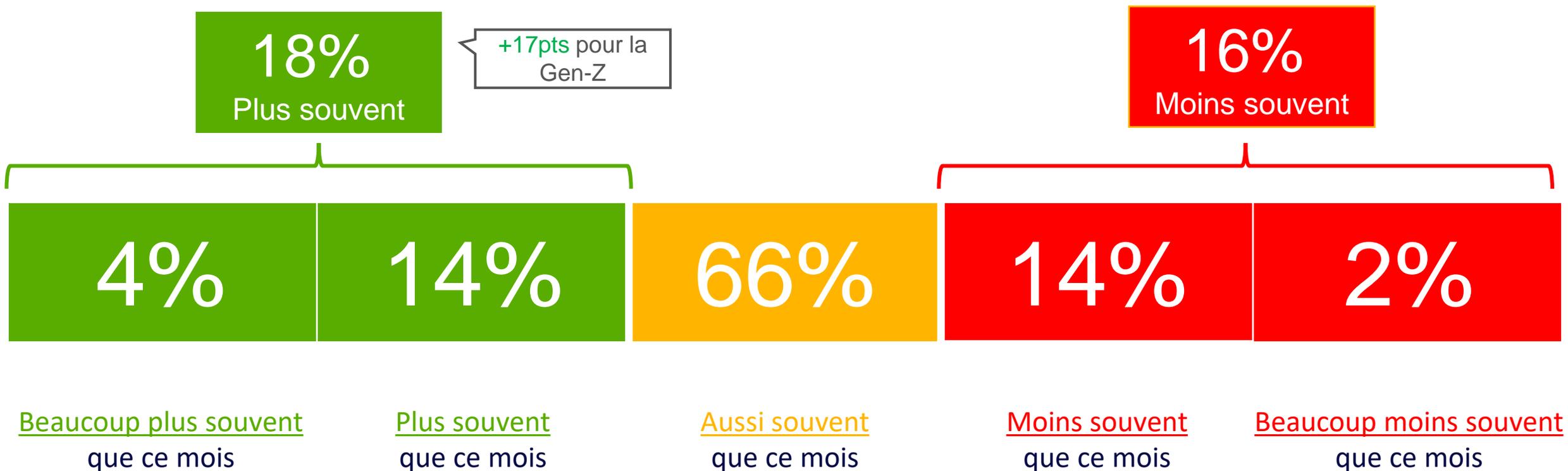
-15pts vs an-1



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 756 - 750

QUELLES FRÉQUENCES DE VISITE EN CHR PRÉVOYEZ-VOUS POUR LE MOIS PROCHAIN ?

Demandé à ceux qui prévoient de sortir en CHR au cours du mois prochain



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 112 - 687

Hot Topic: La consommation pendant les fêtes





COMPARÉ À VOTRE COMPORTEMENT HABITUEL TOUT AU LONG DE L'ANNÉE 2024, À QUELLE FRÉQUENCE ÊTES-VOUS SORTI(E) POUR MANGER ET/OU BOIRE PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL ?



24%

Je suis sorti(e) **plus régulièrement** pendant les fêtes



34%

Je suis sorti(e) **aussi souvent** pendant les fêtes



27%

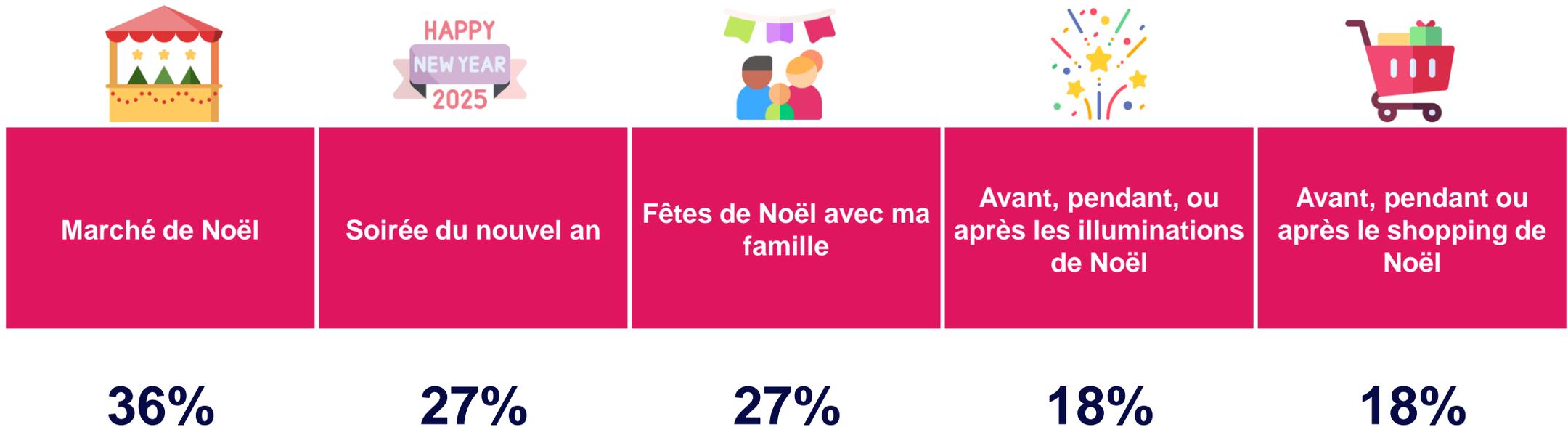
Je suis sorti(e) **moins régulièrement** pendant les fêtes

15% des répondants ne sont **pas du tout sortis** pendant les fêtes

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 754

ÊTES-VOUS SORTI(E) EN CHR POUR MANGER ET/OU BOIRE PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL 2024, POUR L'UNE DES OCCASIONS SUIVANTES ?

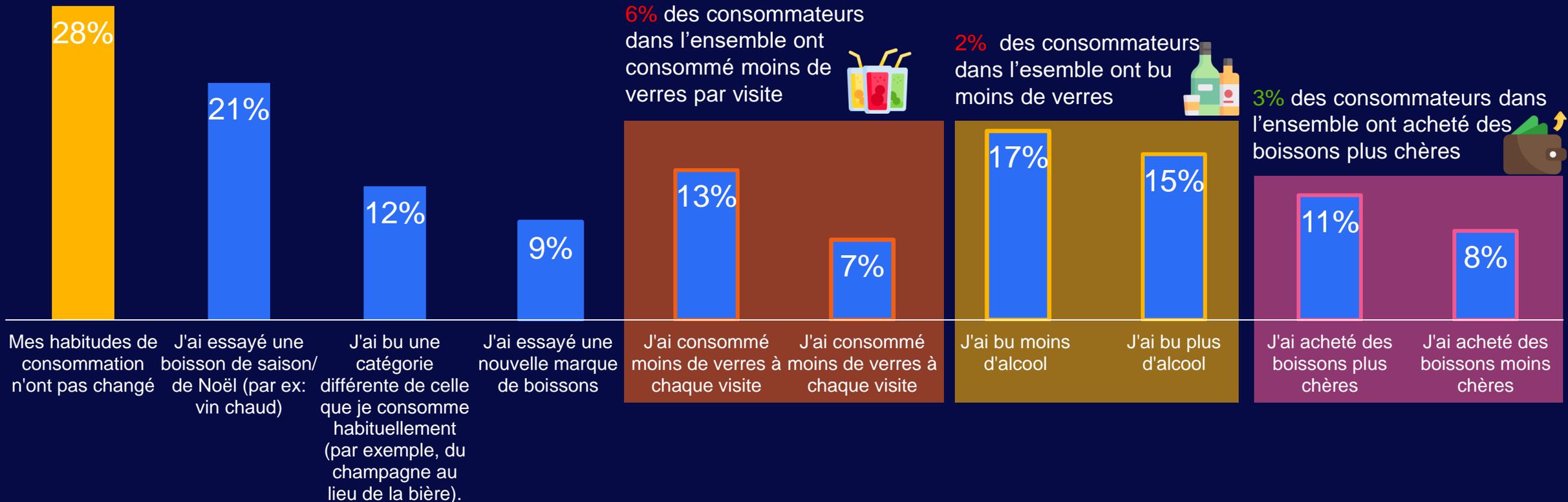
Top 5 des occasions les plus populaires



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 639

DE QUELLE MANIÈRE VOS HABITUDES DE CONSOMMATION D'ALCOOL ONT-ELLES CHANGÉ LORSQUE VOUS VOUS ÊTES RENDU DANS DES ÉTABLISSEMENTS CHR AU COURS DES FÊTES DE 2024 ?

Changement des habitudes de consommation durant la période des fêtes



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 112 - 687

Hot Topic: Résolutions pour la nouvelle année



NielsenIQ



PARMI LES ÉLÉMENTS SUIVANTS, LESQUELS SERONT IMPORTANTS POUR VOUS LORS DE VOS SORTIES EN CHR EN 2025 ?

Pour la France 

Un bon rapport qualité-prix



62%

Les offres et promotions



33%

Des options locales



30%

Choisir des options de meilleure qualité



26%

Divertissements dans les lieux



21%

Des options santé



19%

Des options de nourriture/boissons bon marché



18%

Expériences immersives



14%

Choisir des options innovantes



12%

Des options plus écologiques/durables



11%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 112 - 687

PARMI LES ÉLÉMENTS SUIVANTS, LESQUELS SERONT IMPORTANTS POUR VOUS LORS DE VOS SORTIES EN CHR EN 2025 ?

Pour l'Italie



Un bon rapport qualité-prix



51%

Les offres et promotions



36%

Des options locales



32%

Choisir des options de meilleure qualité



28%

Des options santé



24%

Des options de nourriture/boissons bon marché



22%

Divertissements dans les lieux



21%

Choisir des options innovantes



17%

Expériences immersives



14%

Des options plus écologiques/durables



13%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 751

PARMI LES ÉLÉMENTS SUIVANTS, LESQUELS SERONT IMPORTANTS POUR VOUS LORS DE VOS SORTIES EN CHR EN 2025 ?

Pour l'Allemagne 

Un bon rapport qualité-prix



59%

Des options locales



37%

Les offres et promotions



31%

Des options de nourriture/boissons bon marché



31%

Des options santé



26%

Choisir des options de meilleure qualité



23%

Des options plus écologiques/durables



15%

Divertissements dans les lieux



15%

Choisir des options innovantes



15%

Expériences immersives

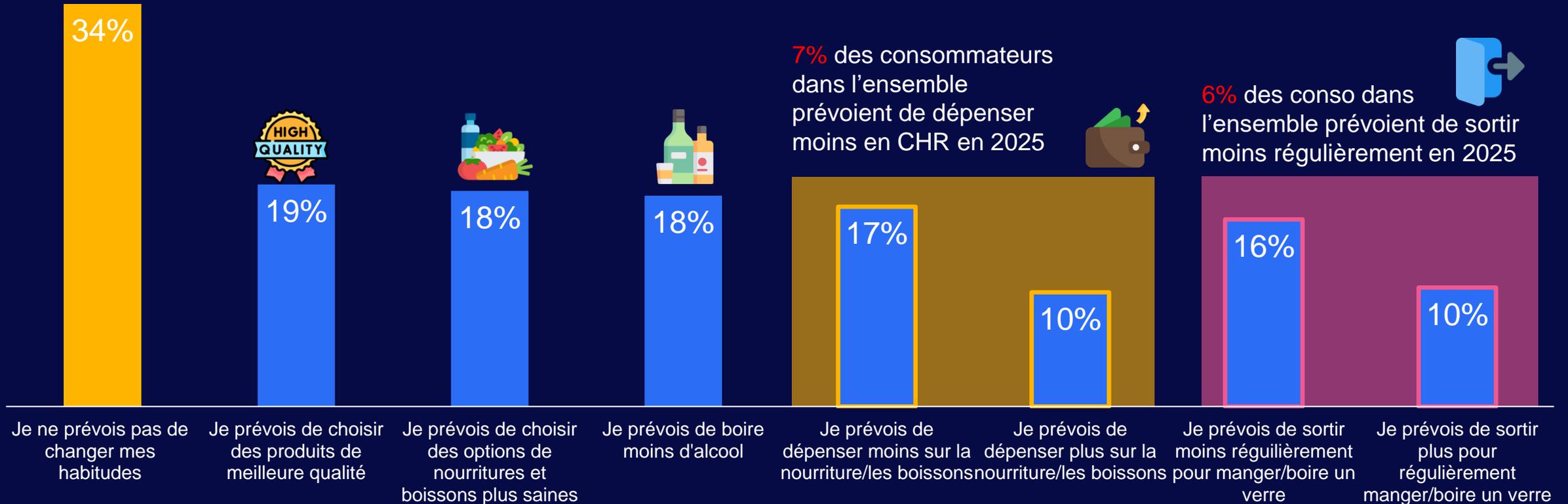


7%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 1008

QUE PRÉVOYEZ-VOUS DE PRIORISER EN 2025 LORSQU'IL S'AGIT DU CHR ? (VEUILLEZ SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT)

Pronostics de consommation pour 2025



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 112 - 687



Hot Topic: Dry January



PARTICIPEZ-VOUS ACTUELLEMENT AU DRY JANUARY ?

■ Taux de participation en 2025 ■ Taux de participation en 2024



France

19%

18%



Allemagne

18%

13%



Italie

13%

9%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 1000 - 750

TOUT AU LONG DU MOIS DE DRY JANUARY, AVEZ-VOUS CHANGÉ LA FRÉQUENCE DE VOS VISITES EN CHR PARCE QUE VOUS Y PARTICIPIEZ ?



6%

Je suis sorti(e)
plus régulièrement



31%

Je suis sorti(e)
aussi souvent

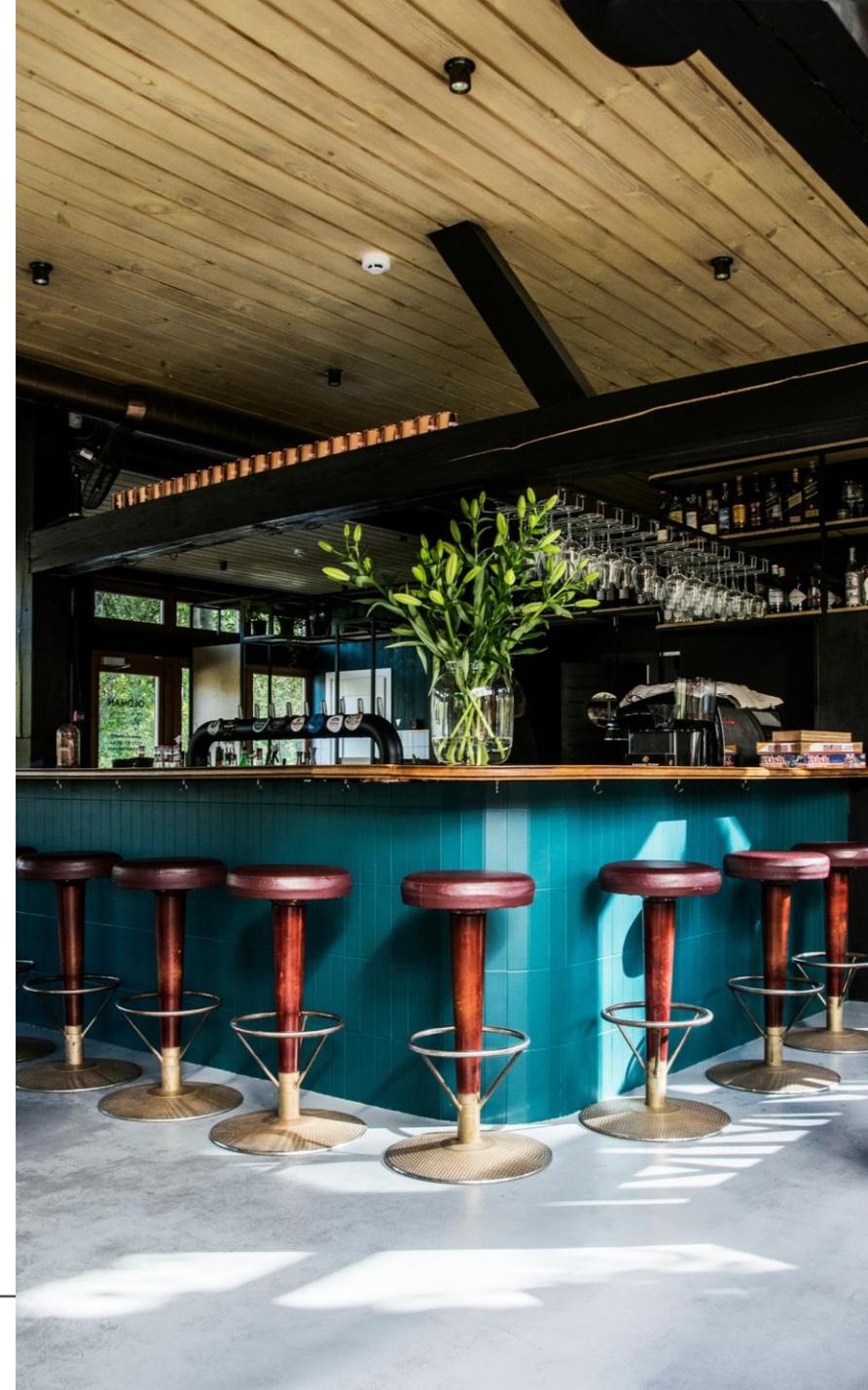


59%

Je suis sorti(e)
moins
régulièrement

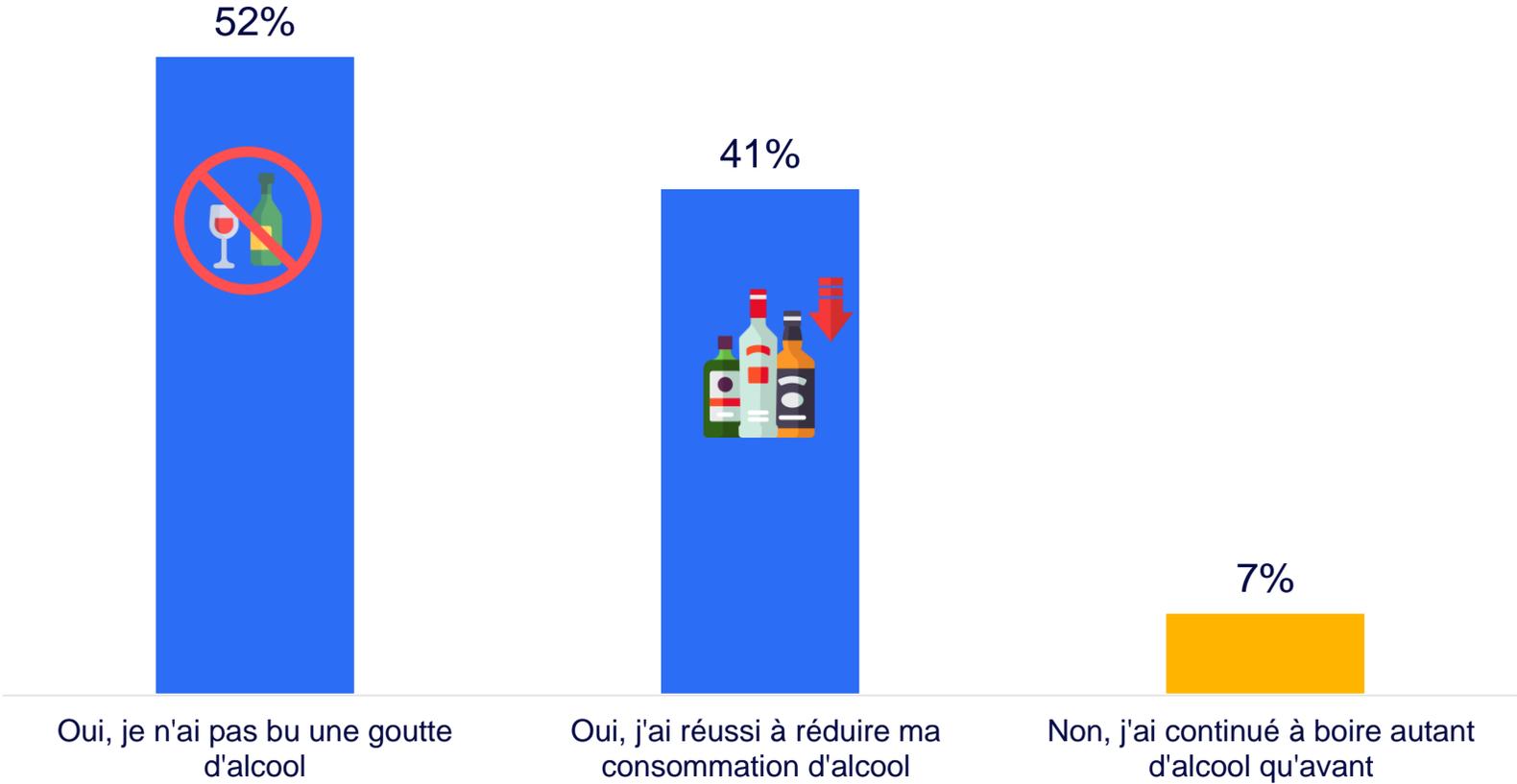
5% ne sont pas du tout sortis en CHR au cours du Dry January

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 177





JUSQU'À PRÉSENT, VOUS ÊTES-VOUS ABSTENU DE BOIRE DE L'ALCOOL COMME PRÉVU ?



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 177

POURQUOI AVEZ-VOUS PRÉVU DE PRENDRE PART AU "DRY JANUARY" ?



Pour avoir un mode de vie plus sain

33%



Pour économiser

28%



Mes amis/proches le font

23%



Pour baisser ma consommation d'alcool

21%



Il existe de meilleures options sans alcool

20%



Mon partenaire le fait

15%



D'autres membres de ma famille le font

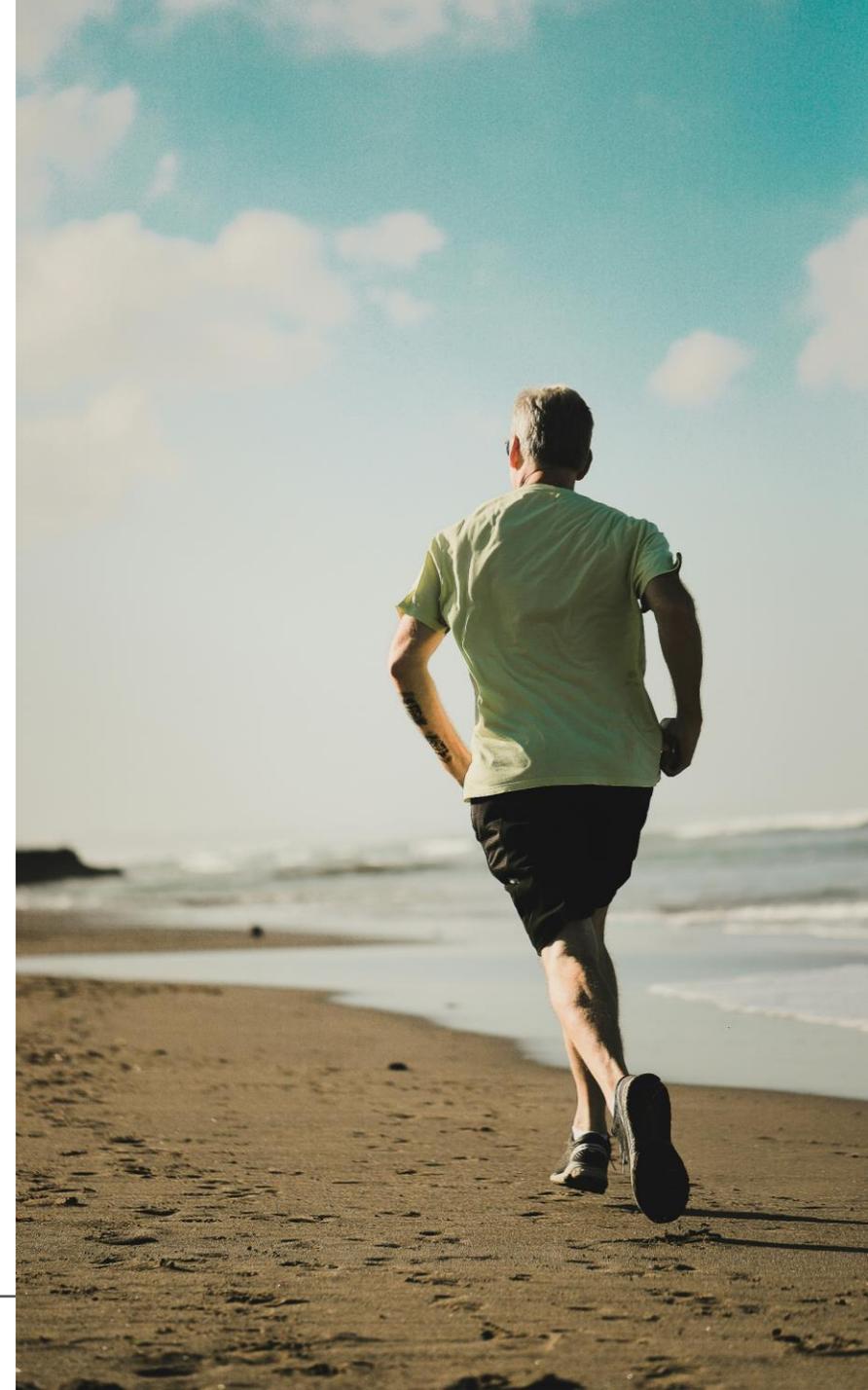
14%



J'ai été influencé(e) par les réseaux sociaux

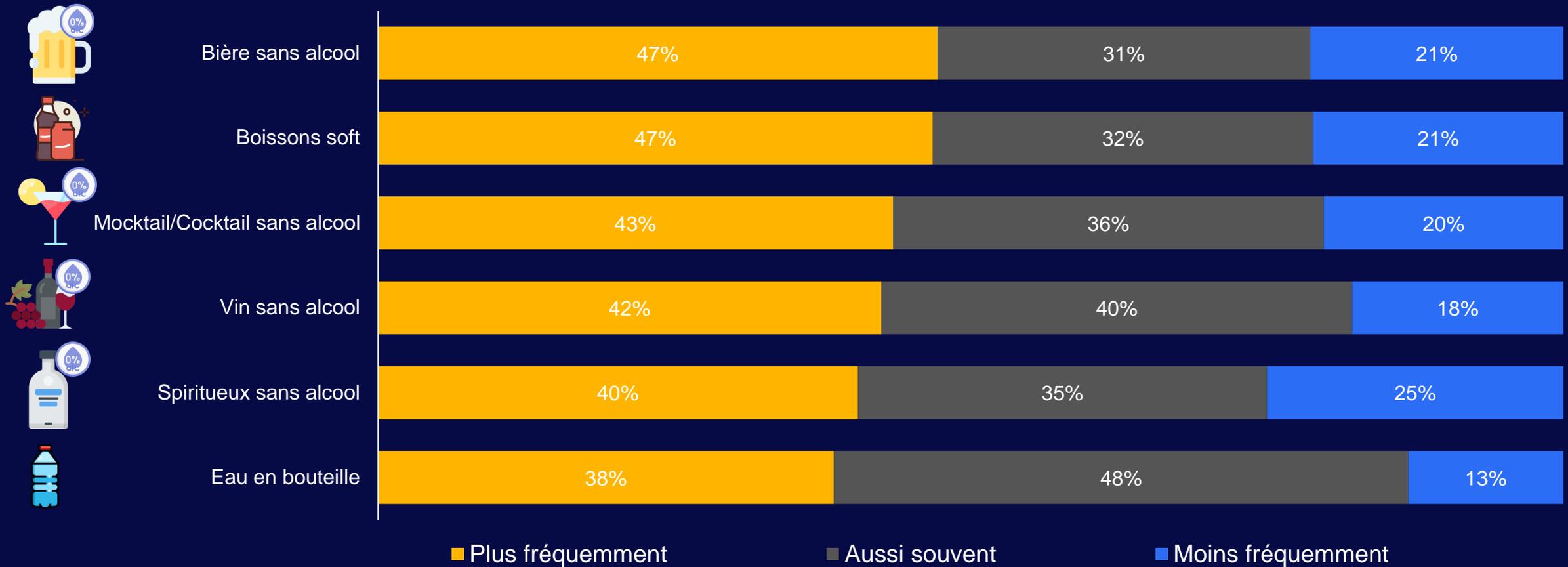
14%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 177



AVEZ-VOUS BU CERTAINES DES CATÉGORIES DE BOISSONS SUIVANTES LORS DE DRY JANUARY ?

Pendant le Dry January, j'ai bu....



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 177

AVEZ-VOUS BU CERTAINES DE CES CATÉGORIES DE BOISSONS SUIVANTES POUR LA PREMIÈRE FOIS LORS DU DRY JANUARY ?

Répondants ayant bu ces catégories pour la première fois durant Dry January ?



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 177

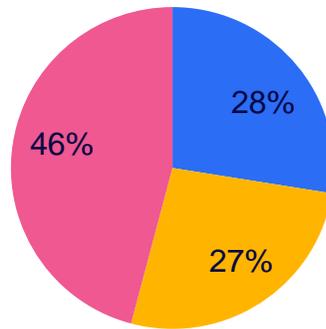
VOUS AVEZ DÉCLARÉ AVOIR BU LES BOISSONS SUIVANTES PENDANT DRY JANUARY. OÙ LES AVEZ-VOUS CONSOMMÉES ?

Les circuits dans lesquels sont allés les personnes ayant déclaré avoir bu cette catégorie sont :

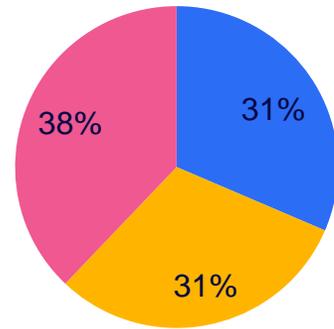
■ À la maison ■ Les deux ■ Dans un bar/restaurant/...



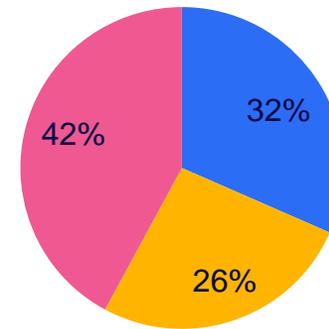
Vin sans alcool



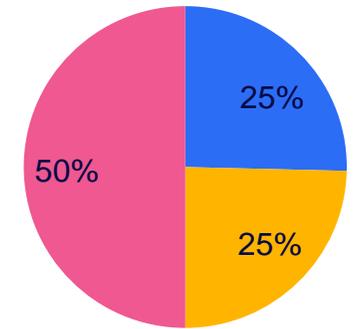
Bière sans alcool



Spiritueux sans alcool



Mocktails



Pénétration par catégorie

62%

70%

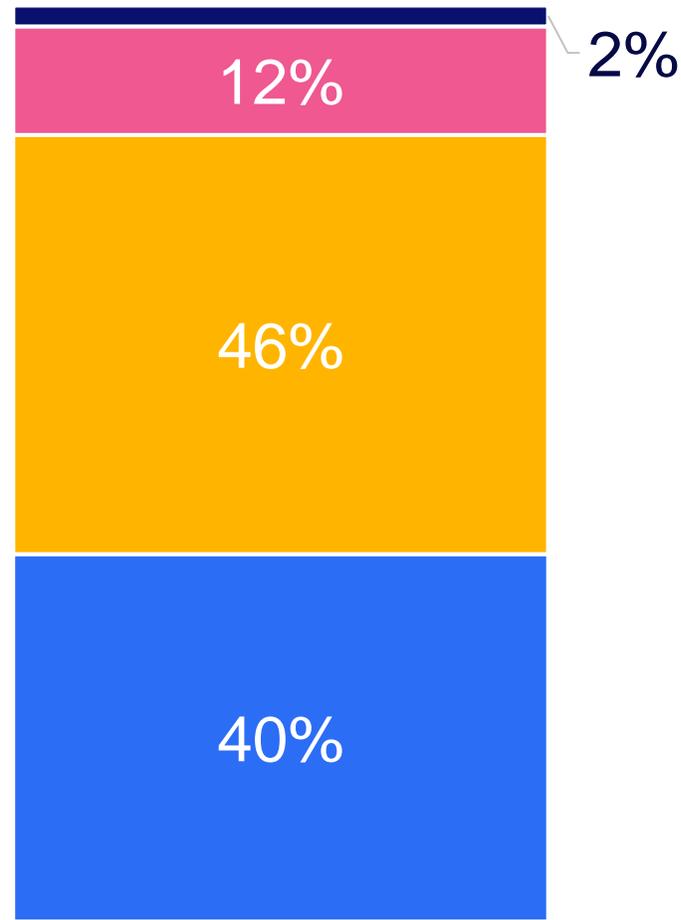
64%

73%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 162-109



QUE PENSEZ-VOUS FAIRE LORSQUE « DRY JANUARY » SERA TERMINÉ?



- J'augmenterai ma consommation d'alcool sur le court terme
- Je continuerai à boire de l'alcool dans les mêmes quantités qu'avant
- Je boirai à nouveau de l'alcool mais en continuant de modérer ma consommation
- Continuer à ne pas boire de l'alcool dans les jours suivants

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT JANUARY 2025 – SAMPLE: 162-109

CGA, un acteur international dédié au CHR depuis 1990.

Le hors-domicile est un marché complexe. Nous travaillons sur des solutions pour le lire et le décrypter, pour vous accompagner dans votre développement et contruire vos stratégies.

INSIGHTS CONSOMMATEURS en CHR

OPUS Lite

Des insights socio démographiques essentiels pour décrypter les tendances en CHR, l'engagement des consommateur et leurs attitudes.



PAYS DISPONIBLES

38 pays qui représentent 80% de la consommation CHR mondiale.

OPUS

Les comportements des consommateurs en CHR, leurs perceptions des marques, leurs usages par circuit et occasion.

Une solution utilisée par plusieurs acteurs de la boisson à travers le monde.

PAYS DISPONIBLES

UK, USA, Irlande, France, Australie, Allemagne, Canada, Mexique, Italie, Corée, Nouvelle Zélande, Vietnam & Taiwan

INSIGHTS STAFF

BARTENDER Report

Interroge 150 barmen/managers en France une fois par an, afin de comprendre leur rôle dans les décisions des consommateurs mais également mieux comprendre le marché grâce à leur expertise

PAYS DISPONIBLES

UK, France, Italie, Allemagne, Australie, Corée, Canada, USA, Mexique

UNIVERS CHR

Outlet Index

Une base de donnée robuste et qualifiée du parc CHR des différents pays.

Outlet Index peut être adapté à des problématiques clients notamment sur la segmentation de l'univers.

65 PAYS DISPONIBLES dont:

UK, France, Espagne, Australie, Allemagne, Italie, Canada, Mexique, Japon, NZ, Taiwan & Inde

SUIVI DES VENTES ET DES PARTS DE MARCHES

OPM

Une mesure complète du marché CHR pour les marques et les catégories.

OPM Silver

- 4 distributeurs partenaires
- Données mensuelles
- Granularité de la data

Spiritueux, bières, softs, eaux, cidres

OPM Gold

Le seul modèle qui vous donne 100% du marché français

Spiritueux, bières

PAYS DISPONIBLES en 2025:

UK, USA, Canada, Irlande, Allemagne, France & Australie

CGA : Les outils consommateurs ou opérateurs

Quelques exemples d'études courantes pour lesquelles l'expertise de CGA by NielsenIQ peut être mise à profit



Supports personnalisés pour les appels d'offre

Montrez à vos clients comment parler à leurs consommateurs et comment votre portefeuille s'aligne sur leurs stratégies.



Segmentation des consommateurs

Cibler de manière stratégique et efficace les consommateurs en CHR afin d'identifier les offres et les opportunités qui les concernent, en veillant à ce que leurs dépenses permettent le développement de la marque.



L'assortiment optimal

CGA permet à vos équipes de présenter l'assortiment optimal pour les points de vente et de mettre en évidence l'emplacement des marques au sein d'un assortiment afin de réaliser les meilleures ventes et d'accroître la satisfaction clients.



Recherche sur mesure consommateurs ou opérateurs

Enquêtes en ligne, focus groupe, enquêtes terrain, CGA a accès à des millions de consommateurs et à de nombreux opérateurs à travers le monde pour répondre à vos questions les plus importantes.



Parcours d'achat

Comprendre comment les consommateurs font leurs choix lorsqu'ils achètent des produits, et identifier l'impact de ces choix sur leurs décisions.



Enquête Barmen

Les barmans et les serveurs sont le dernier point d'influence du consommateur. Dans un tel contexte, il est extrêmement important de comprendre les besoins des barmans et de leurs clients pour influencer les ventes de vos produits.

Suivez de près les tendances du Hors-Domicile et comprenez leur impact sur votre marque et la performance de votre entreprise.



Scannez le QR code ou [cliquez ici](#) pour recevoir nos derniers insights directement dans votre boîte de réception !

Abonnez-vous à **The Measure** dès aujourd'hui

The Measure

*On Premise news
& insights*



Pour plus
d'informations sur la
façon dont CGA by
NielsenIQ peut aider
votre entreprise à se
développer en CHR,
contactez-nous :



JULIEN VEYRON

Client Solutions Director - France

Julien.veyron@nielseniq.com



CHLOÉ RENCKERT

Consultante analytique - France

Chloe.renckert@nielseniq.com



STEPHEN WANN

Client Director - EMEA

Stephen.wann@nielseniq.com



CHLOE BURNS

Senior Consumer Research Manager

Chloe.burns@nielseniq.com



Pour recevoir les actualités et insights du
CHR français, [cliquez ici](#)