



RAPPORT « PULSE » CONSOMMATION CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, Novembre 2023

CGA
Powered by NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



RAPPORT MENSUEL « PULSE » de CGA by NielsenIQ

- Ce rapport mensuel concernant les habitudes de consommation dans les établissements CHR (cafés, hotels, restaurants, bars, etc..) 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 **novembre 2023**, nous avons interrogé 754 consommateurs (âgés de plus de 18 ans) entre le 23 et le 25 novembre. 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 rapport traite des comportements des Français dans le cadre de la fréquentation de ces établissements.**

SYNTHÈSE & POINTS CLÉS

- Les visites mensuelles centrées autour de la restauration restent stables à 88% depuis Octobre alors que celles centrées autour de la boisson/ du bar ont perdus 3 pts, à 49%.
- La fréquence de visite mais aussi la dépense à chaque visite continuent de se détériorer.
- La pression de l'inflation et la hausse du coût de la vie sont les principaux freins à la consommation en CHR bien que sur novembre on assiste à une hausse significative d'autres freins comme la météo et la priorisation des dépenses sur d'autres motifs avec la fin d'année qui approche.
- La Génération Z reste un public très impliqué dans le CHR et qui continue de sortir plus que la moyenne.
- Les trois boissons les plus consommées sur ce mois en CHR sont: les boissons chaudes (38%), les bières (36%) et le vin (32%).
- 88% des consommateurs français prévoient de sortir en CHR pendant la période de Noël, avec 2 français sur 3 qui prennent des congés sur cette période. 85% des consommateurs vont rester sur le territoire national.
- 87% des consommateurs français vont visiter des marchés de Noël avec une consommation forte de boissons chaudes, de vin chaud et de bière parmi les choix préférés des consommateurs.
- 46% des consommateurs français consomment du café chaque semaine en CHR, avec une consommation qui se renforce en matinée et en soirée.
- Les RTD restent une petite catégorie en France, avec néanmoins près d'un consommateur sur 4 qui n'en consomme pas mais qui serait curieux de découvrir.

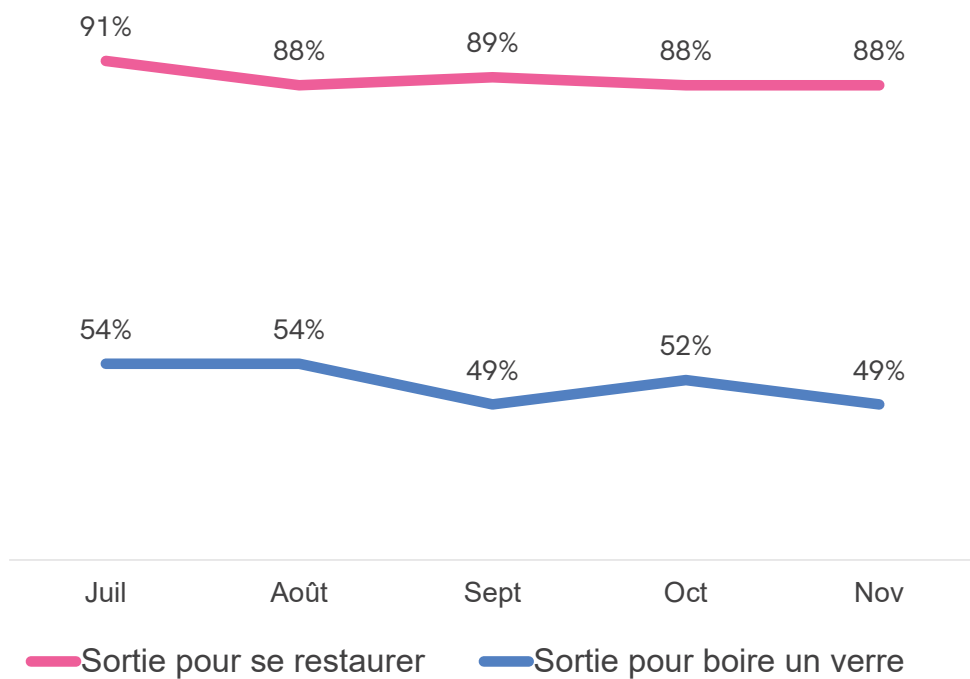


INDICES CLÉS / FRÉQUENTATION EN CHR



© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

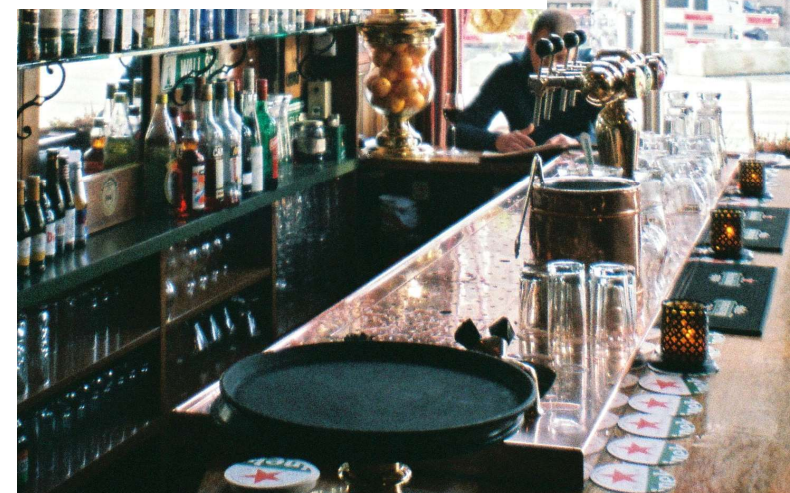
FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ



RÉTROSPECTIVE



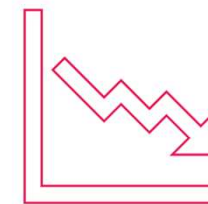
98% ont visité le CHR ce mois-ci.
+1pp vs Octobre





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

Changement des habitudes de fréquentation des établissements CHR



21%

fréquentent plus
souvent que
d'habitude

-4pp vs
Octobre

41%

fréquentent autant
que d'habitude

-1pp vs Octobre

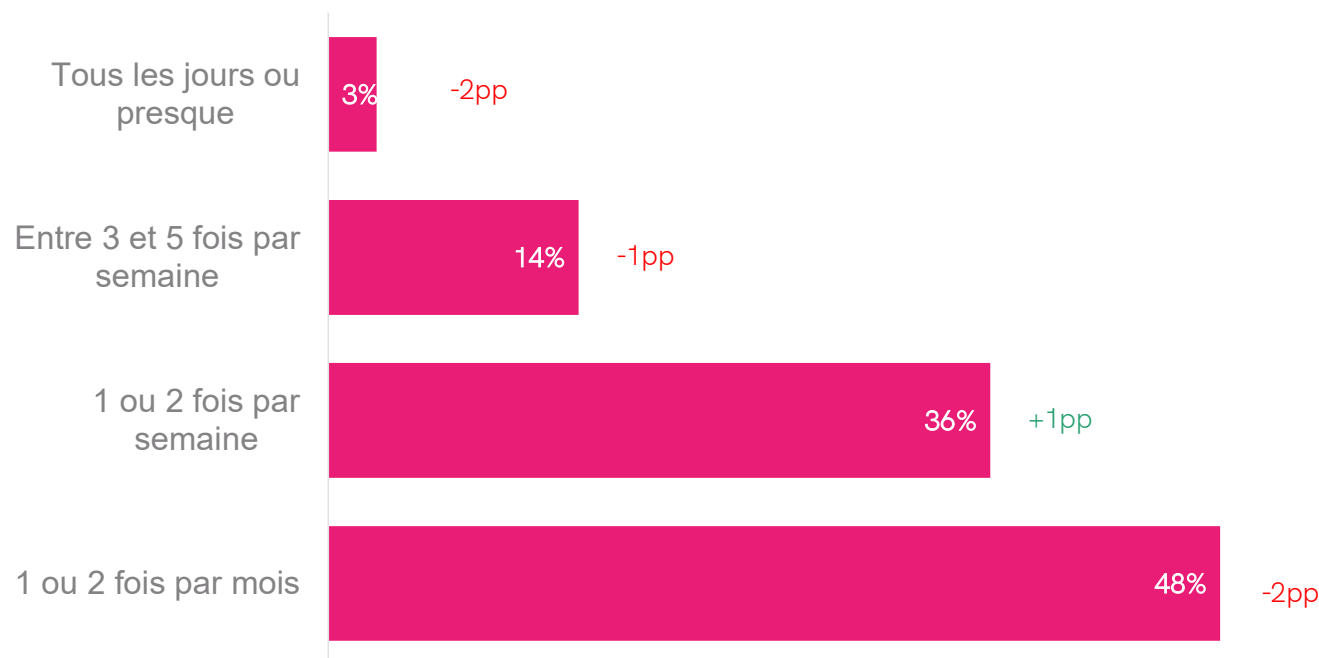
38%

fréquentent moins
souvent que
d'habitude

+5pp vs Octobre

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

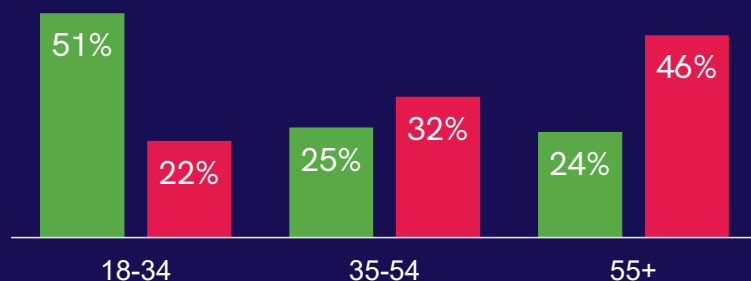
Habitudes de fréquentation (par rapport au mois d'octobre)



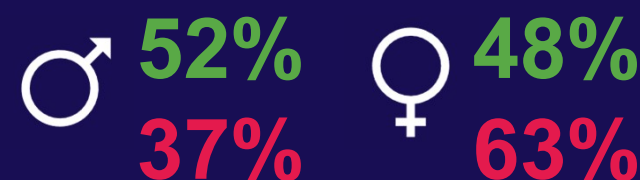
La polarisation jeunes urbains et seniors continue. Les jeunes restent un public très impliqué.

Hausse de fréquentation | Baisse de fréquentation

Tranches d'âge



Sexe



Lieu de résidence



71% **56%**

Grande ville/centre-ville

29% **44%**

Zone rurale/banlieue urbaine

Revenus moyens du foyer

€40,594

€32,335

Se rendent généralement dans les établissements de restauration...

...Au moins une fois **84%** **27%**
par semaine

45%

des consommateurs
GenZ sortent davantage
ce mois-ci

+24pp par rapport au
consommateur moyen

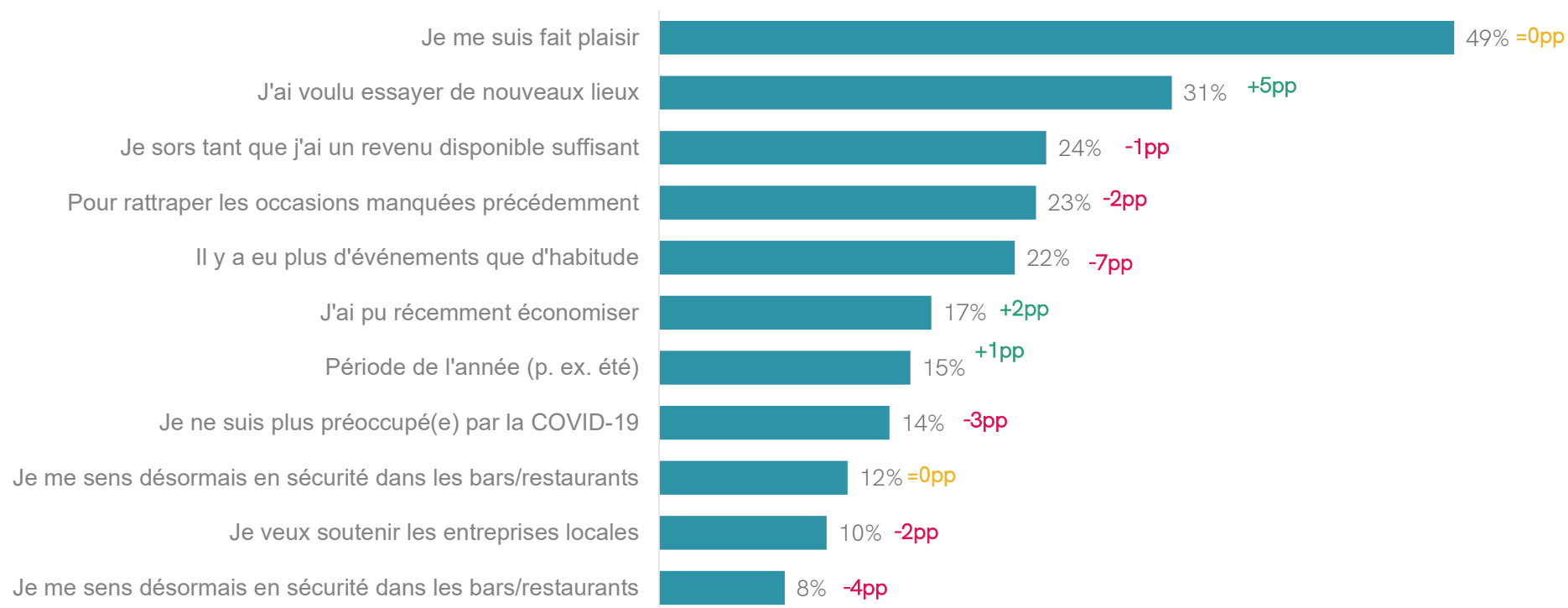
35%

des consommateurs
GenZ dépensent plus ce
mois-ci

+13pp par rapport au
consommateur moyen

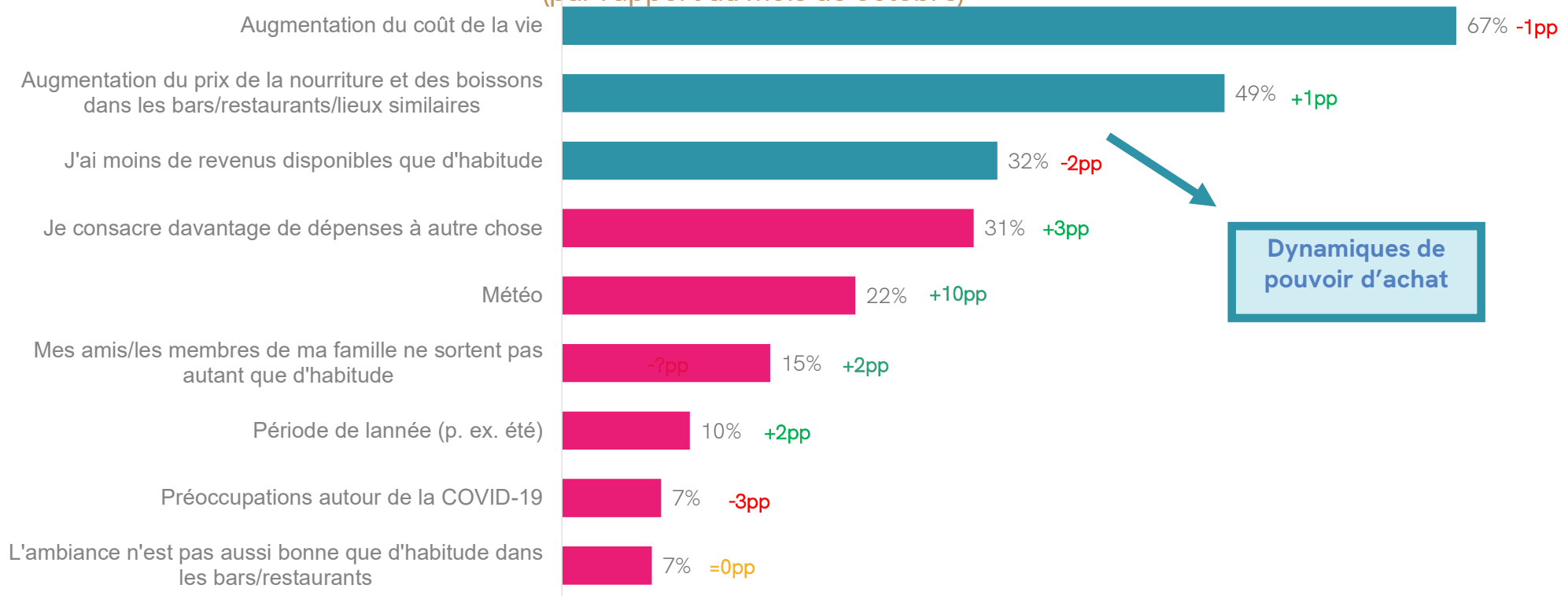
VOUS AVEZ INDIQUÉ QUE VOUS SORTIEZ ACTUELLEMENT PLUS SOUVENT QUE D'HABITUDE. POURQUOI ?

Raisons pour lesquelles vous avez fréquenté les établissements plus souvent que d'habitude
(Par rapport au mois d'octobre)



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

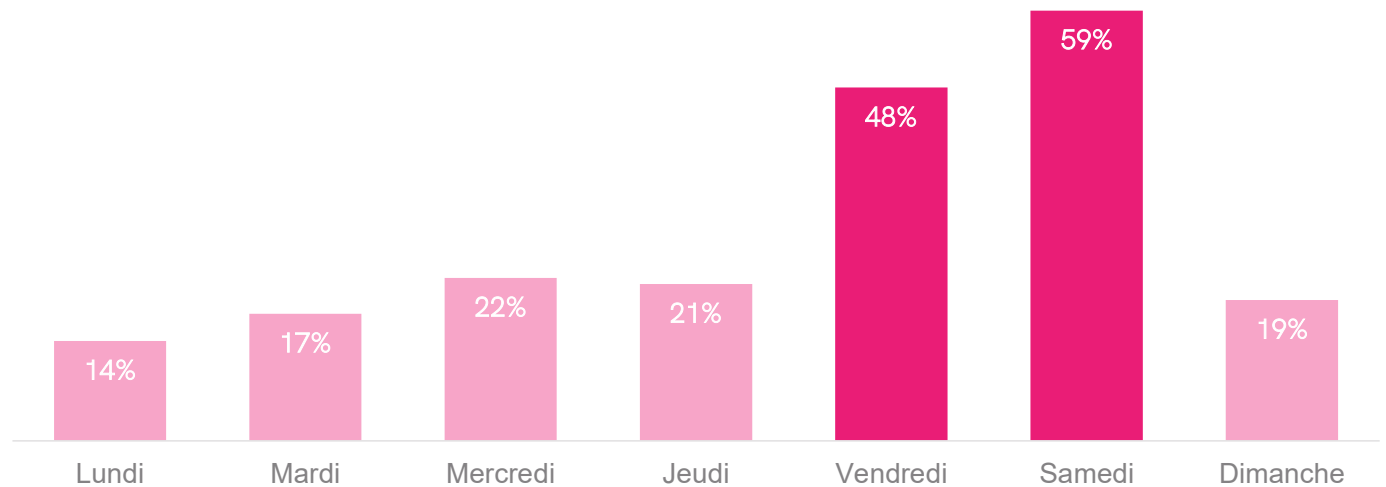
Raisons pour lesquelles vous avez fréquenté les établissements moins souvent que d'habitude
(par rapport au mois de octobre)





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

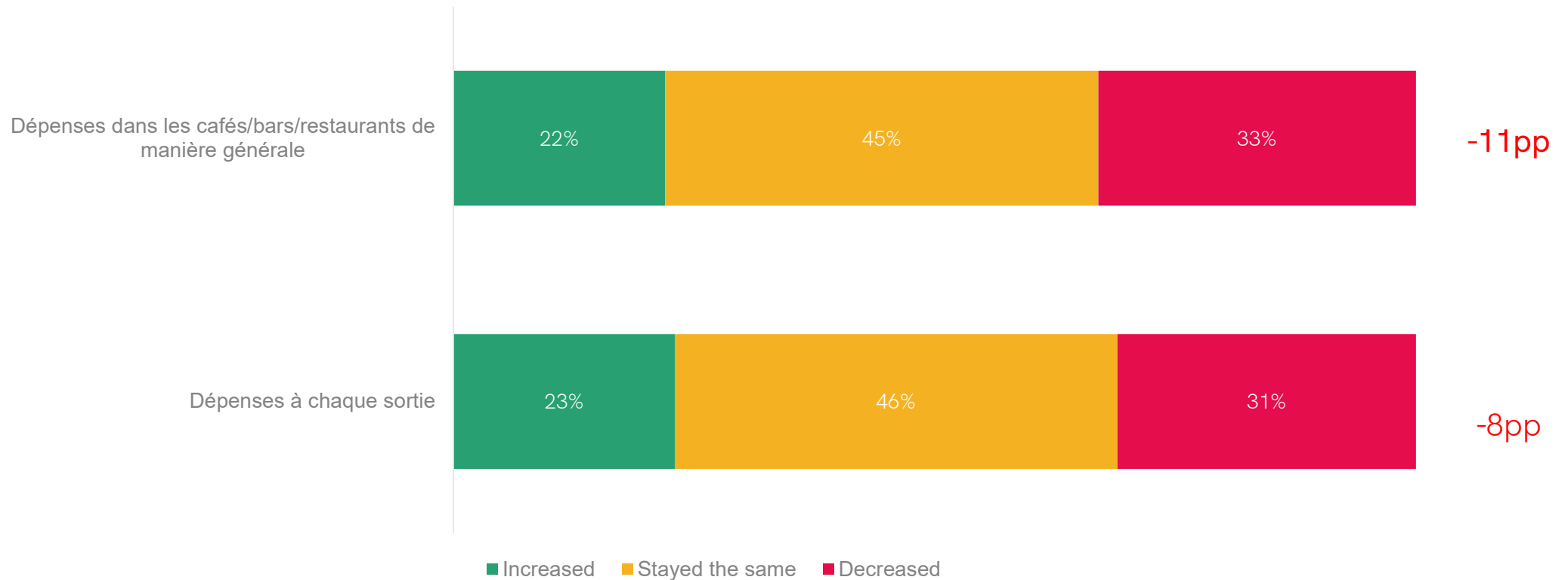
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine



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 ?

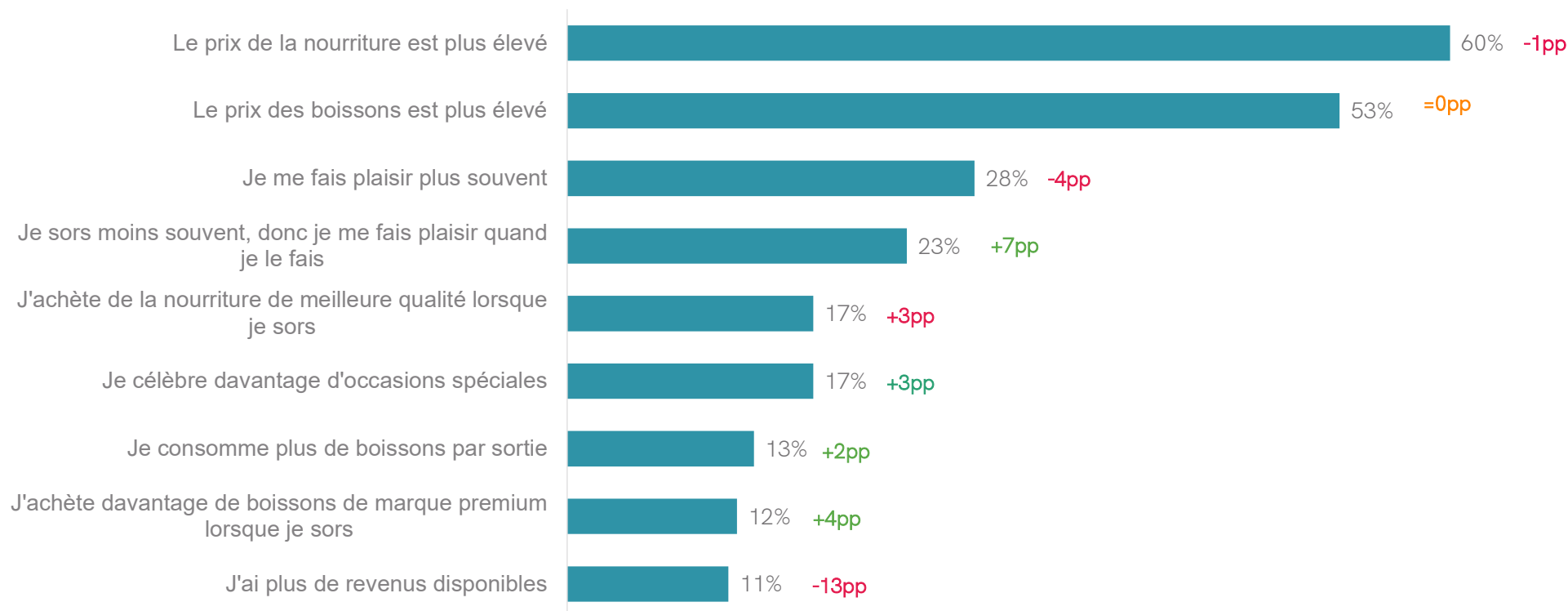
Changement de comportements dans les établissements CHR

Variation
nette



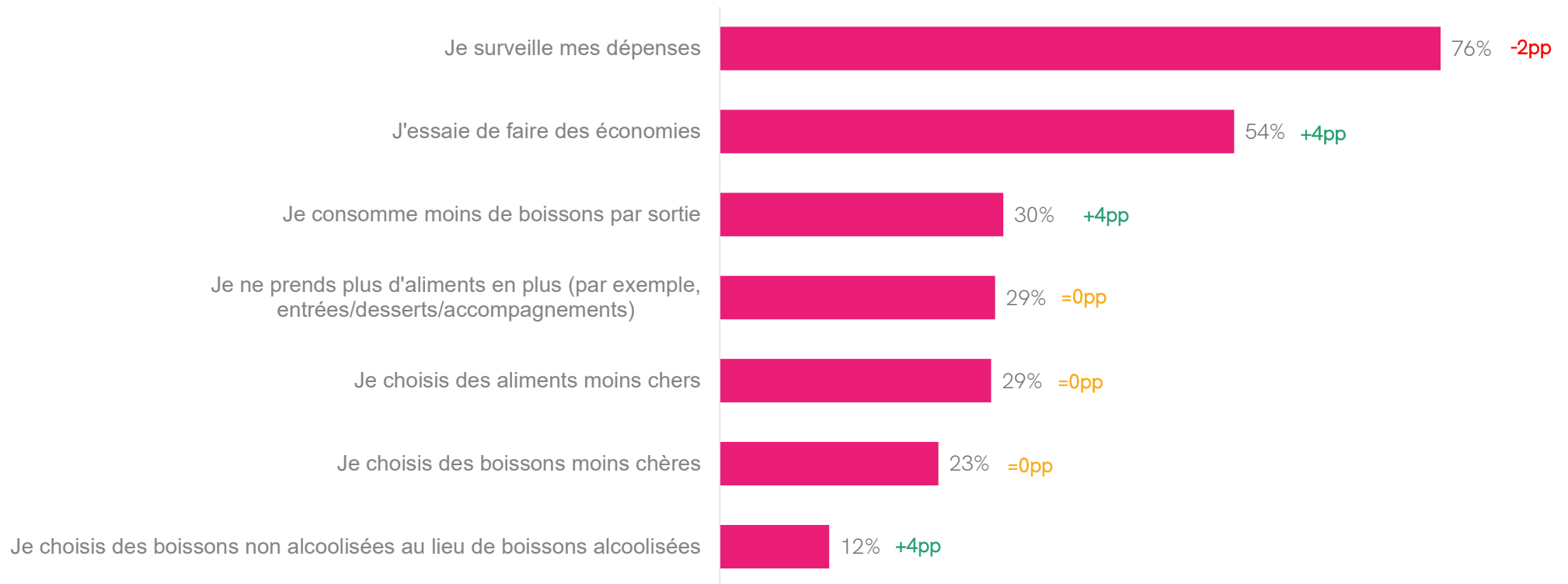
QUELLES SONT LES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DÉPENSEZ PLUS AUJOURD'HUI LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

Raisons de l'augmentation des dépenses par sortie



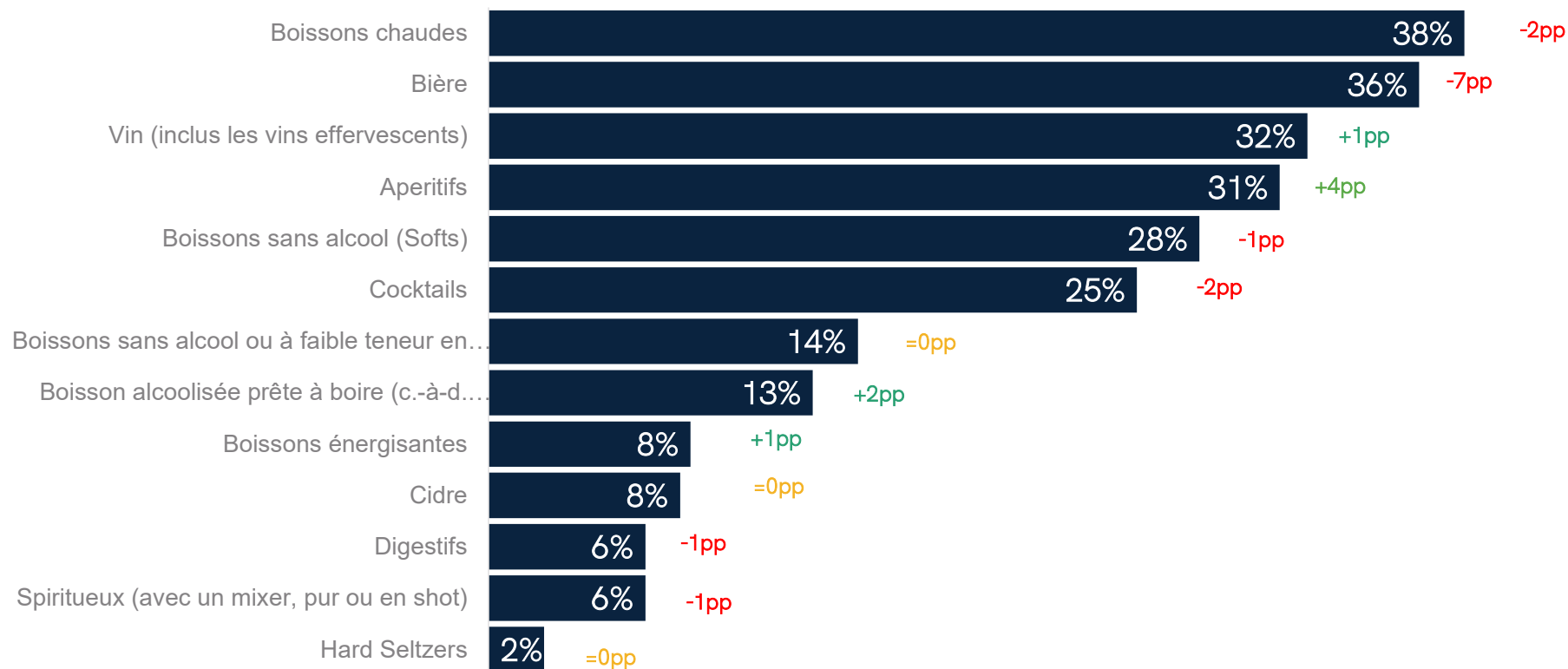
QUELLES SONT LES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DÉPENSEZ MOINS AUJOURD'HUI LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

Raisons de la baisse des dépenses par sortie



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

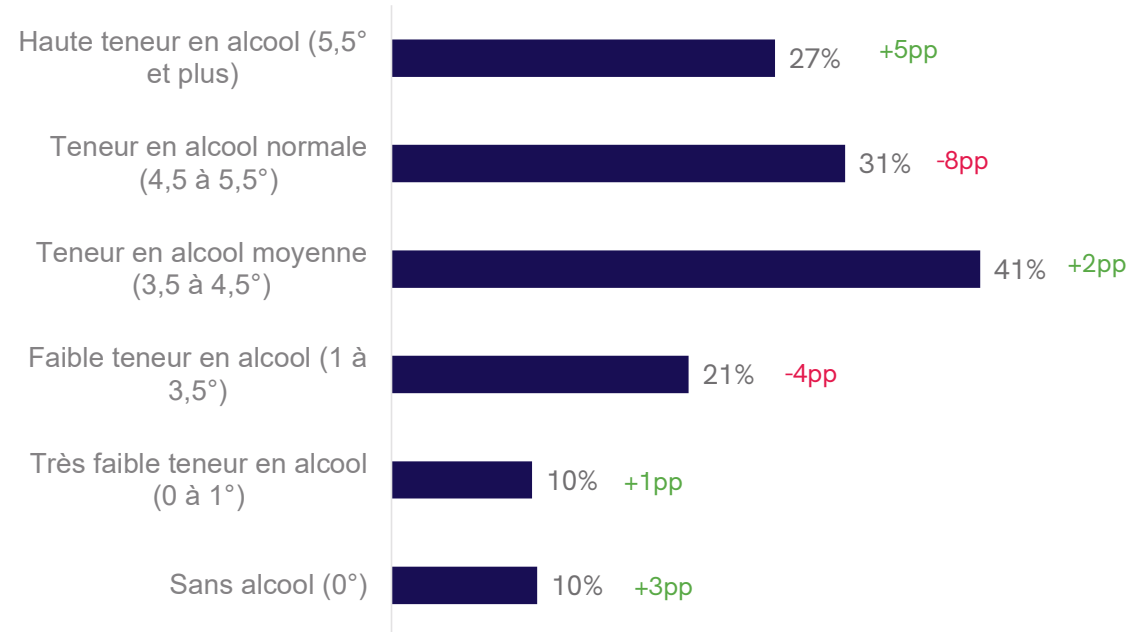
Choix de boisson des personnes ayant fréquenté des établissements CHR
au cours du mois écoulé (par rapport au mois d'octobre)





QUELLES TENEURS EN ALCOOL CONTENAIENT LES BIÈRES QUE VOUS AVEZ CONSOMMÉES DANS DES BARS, RESTAURANTS OU LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

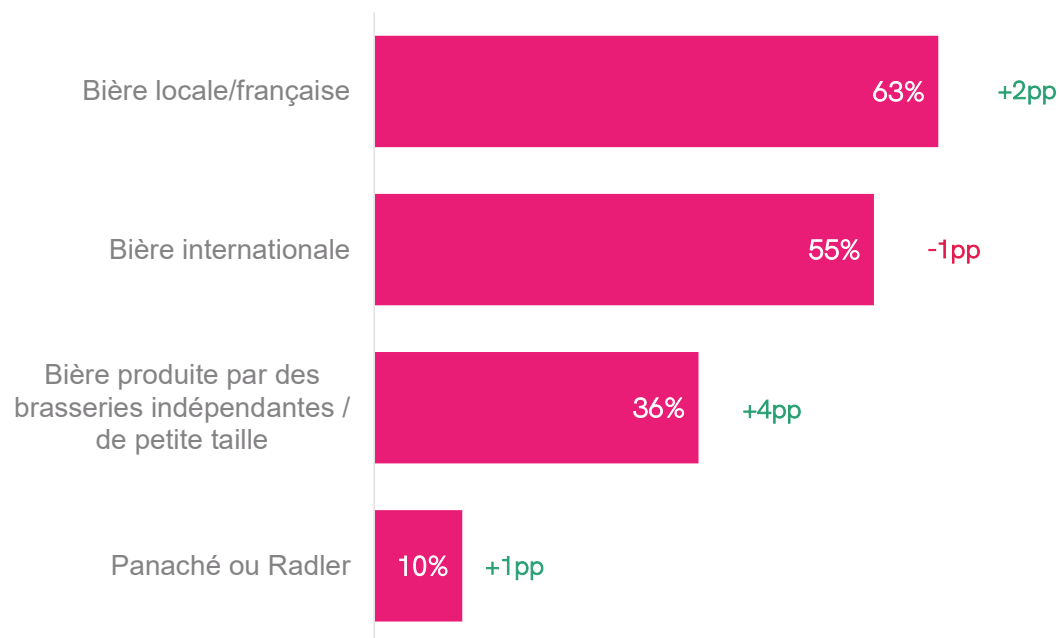
**Teneurs en alcool des bières consommées au
cours du mois écoulé (par rapport à la
moyenne du mois dernier)**





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

Types de bières consommés au cours du mois écoulé (par rapport au mois de octobre)



PRÉVISIONS DE FRÉQUENTATION EN CHR POUR LE MOIS À VENIR

88%

prévoient de manger au restaurant au cours du mois prochain

=0pp par rapport au mois de octobre



52%

prévoient de sortir boire un verre au cours du mois prochain

=0pp par rapport au mois de octobre



PERSPECTIVES



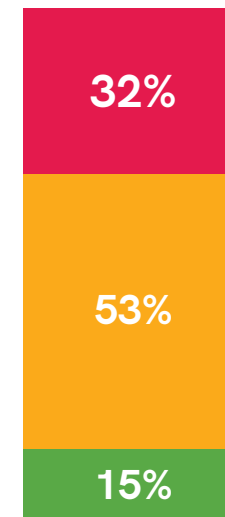
2% ne prévoient pas de fréquenter le circuit au cours du mois prochain
=0pp par rapport au mois de octobre



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
(par rapport au mois de octobre)

- Moins souvent
- Aussi souvent
- Plus souvent



+16pp pour la génération Z

Sujet d'actualité – Noël

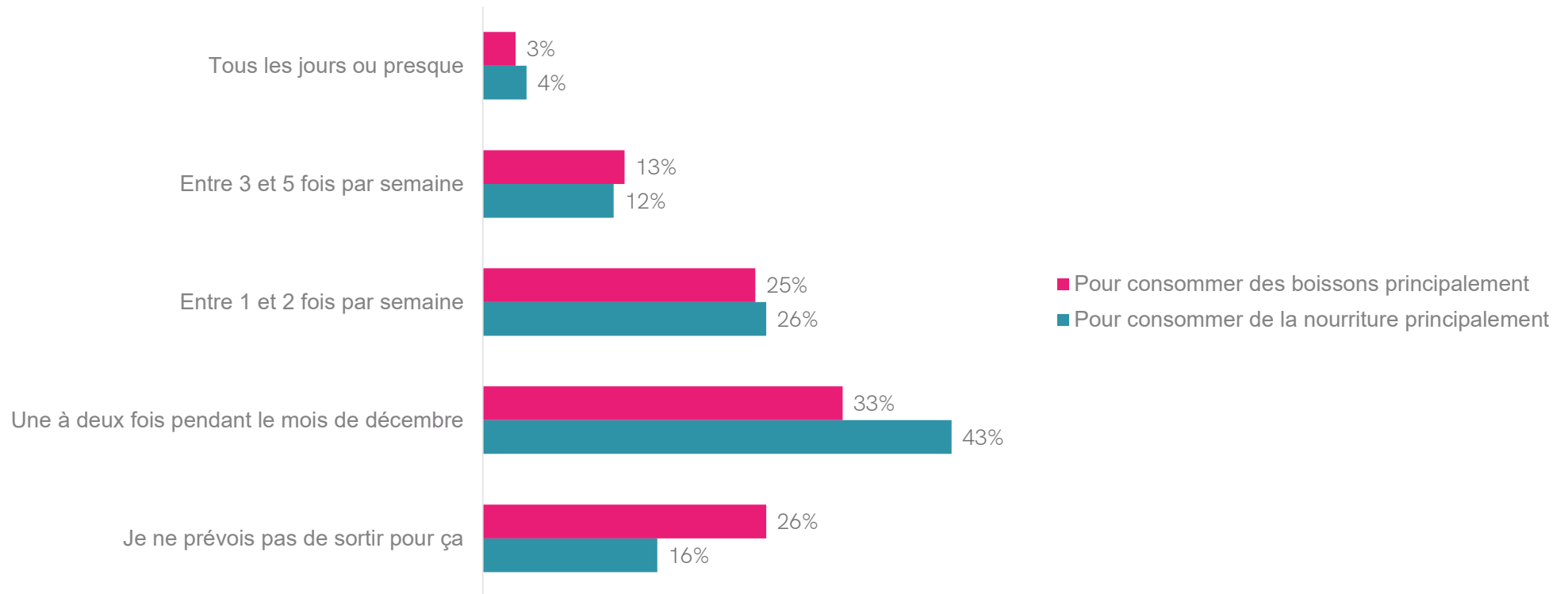


© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



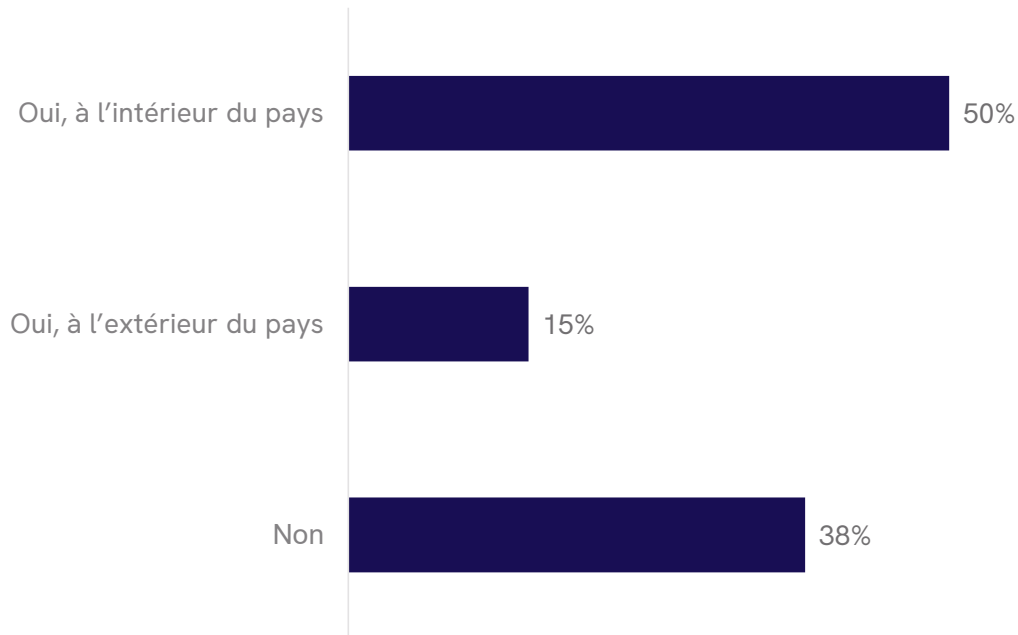
À QUELLE FRÉQUENCE PRÉVOYEZ-VOUS DE VISITER DES PUBS, DES BARS, DES RESTAURANTS OU DES ÉTABLISSEMENTS SIMILAIRES PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL (TOUT AU LONG DU MOIS DE DÉCEMBRE) ?

Fréquence de visite en CHR sur la période de Noël

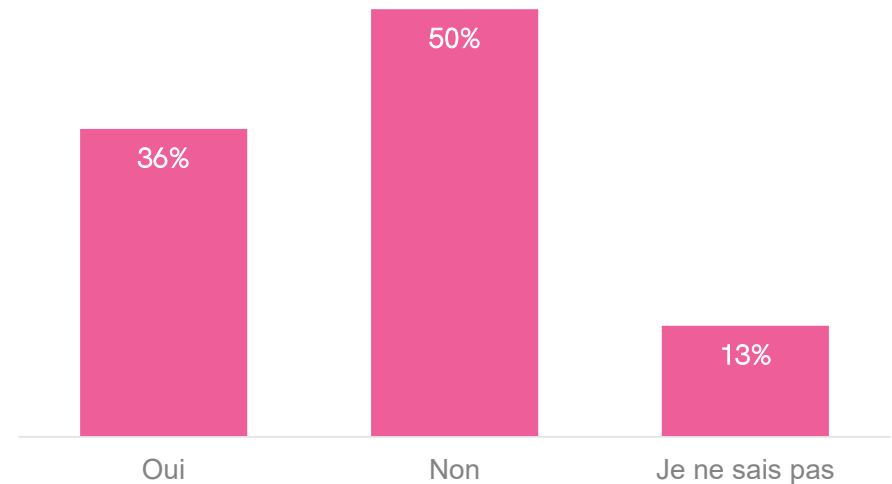


LES PROJETS DES CONSOMMATEURS PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL (AU COURS DU MOIS DE DÉCEMBRE)

Envisagez-vous de prendre des vacances pendant le mois de décembre ?

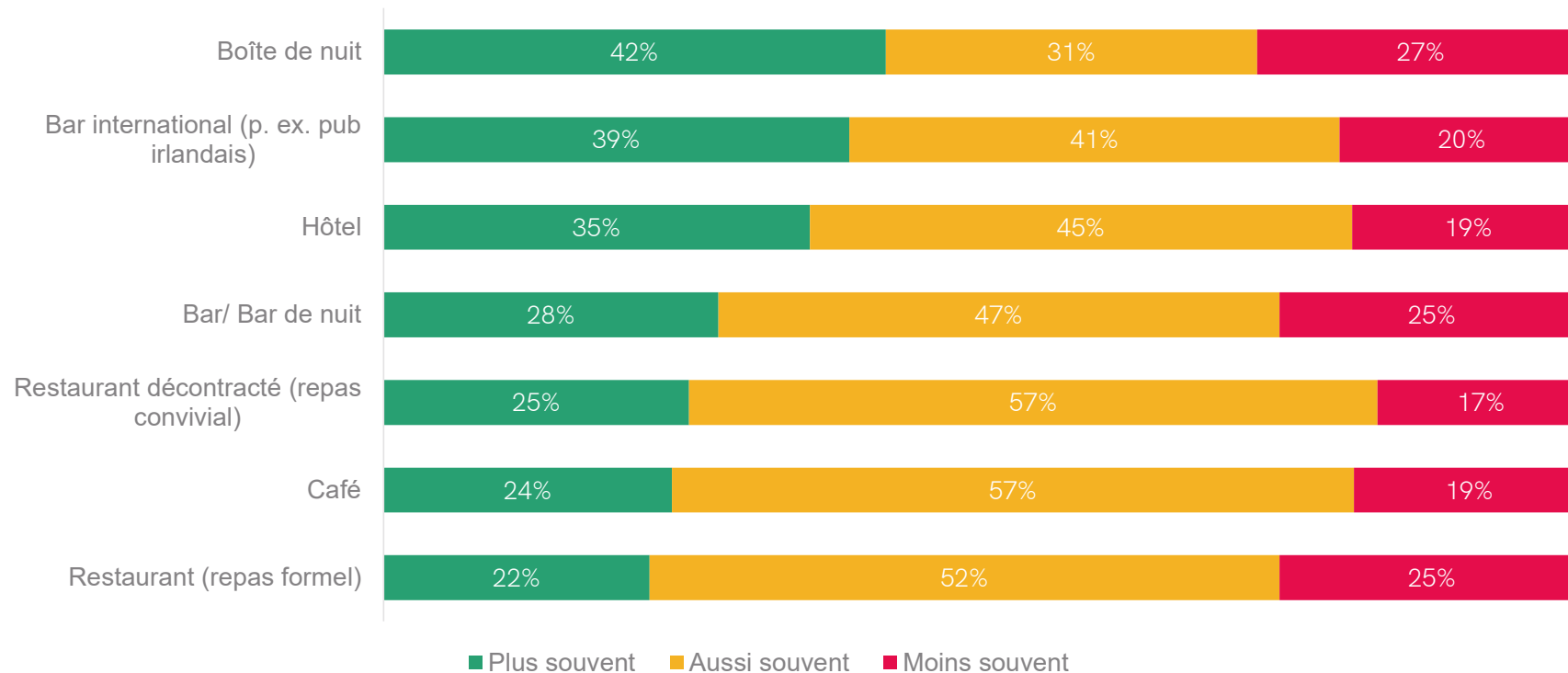


Envisagez-vous d'aller à une fête de Noël en entreprise pendant la période de Noël ?



ET À QUELLE FRÉQUENCE PENSEZ-VOUS VOUS RENDRE DANS CES ÉTABLISSEMENTS PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL (TOUT AU LONG DU MOIS DE DÉCEMBRE), PAR RAPPORT À LA FRÉQUENCE À LAQUELLE VOUS VOUS Y RENDEZ HABITUELLEMENT ?

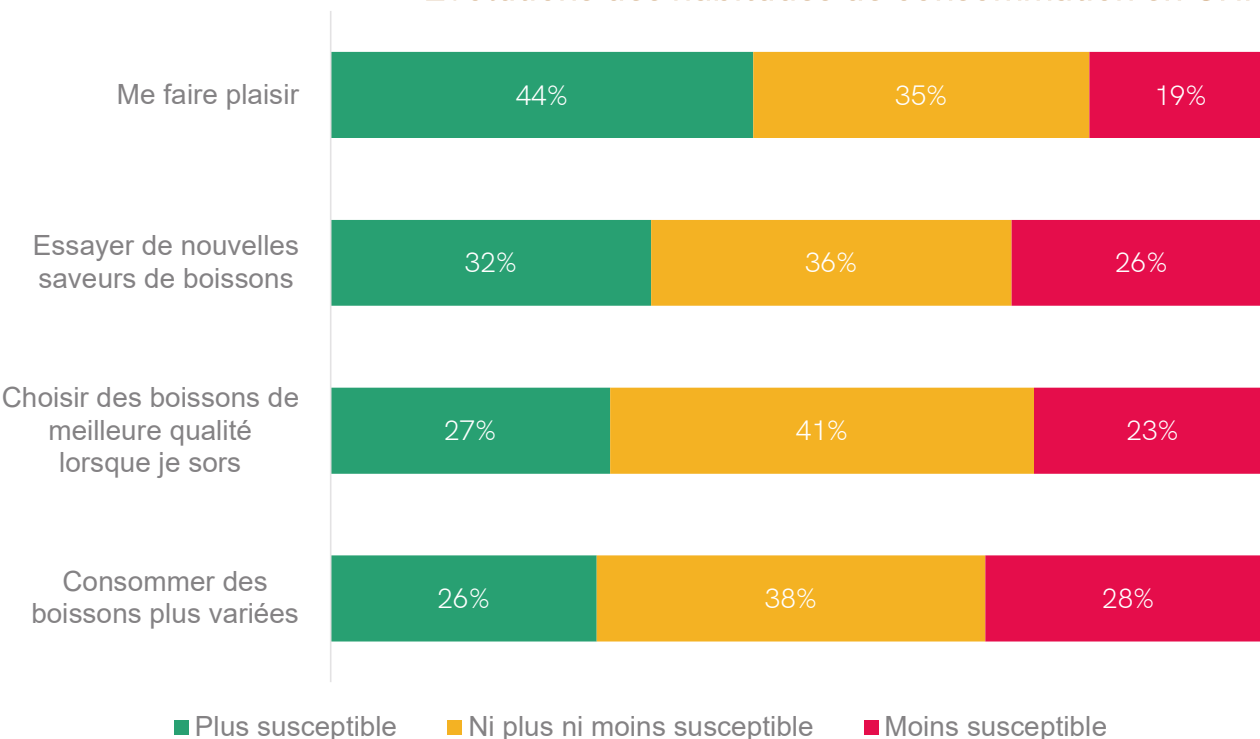
Visitation frequency



32% des consommateurs déclarent visiter en 2024 les marchés de Noël plus souvent qu'ils ne le font habituellement En décembre

PAR RAPPORT À IL Y A UN AN, ÊTES-VOUS PLUS OU MOINS SUSCEPTIBLE DE FAIRE L'UNE DES CHOSSES SUIVANTES LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES PUBS, DES BARS, DES RESTAURANTS OU DES ÉTABLISSEMENTS SIMILAIRES PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL (TOUT AU LONG DU MOIS DE DÉCEMBRE) ?

Evolutions des habitudes de consommation en CHR





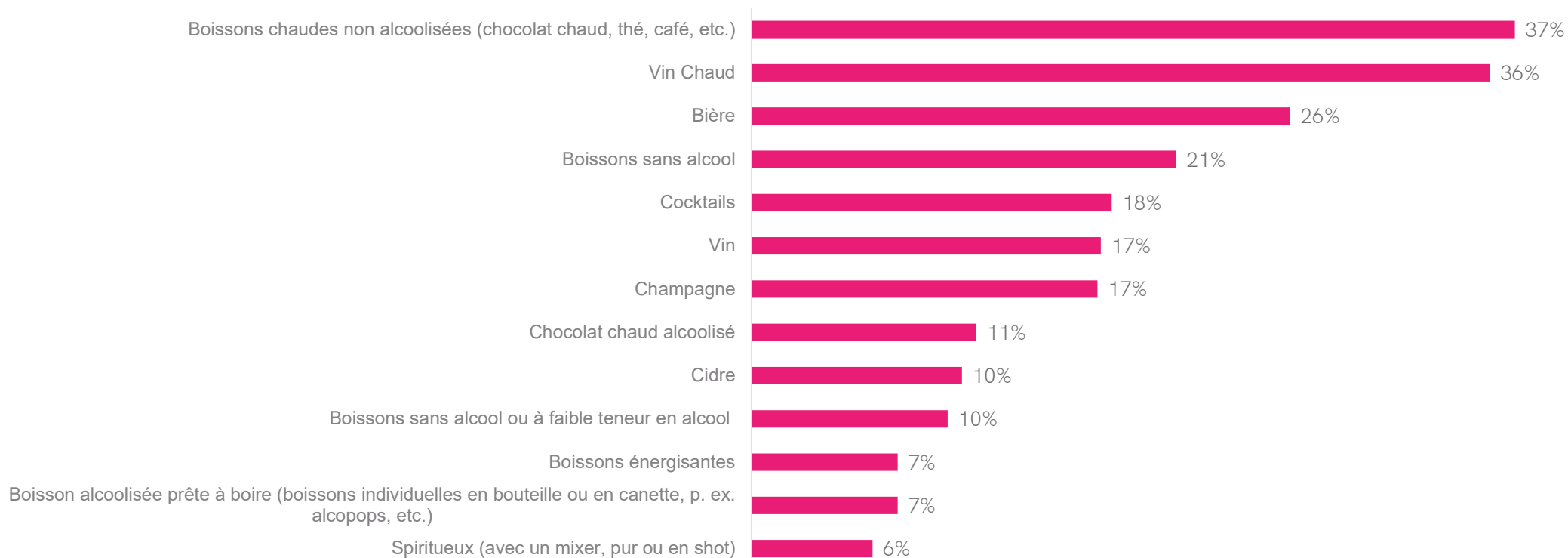
87%

des consommateurs
prévoient de visiter
les marchés de Noël
en décembre

+10pp pour la
génération Z

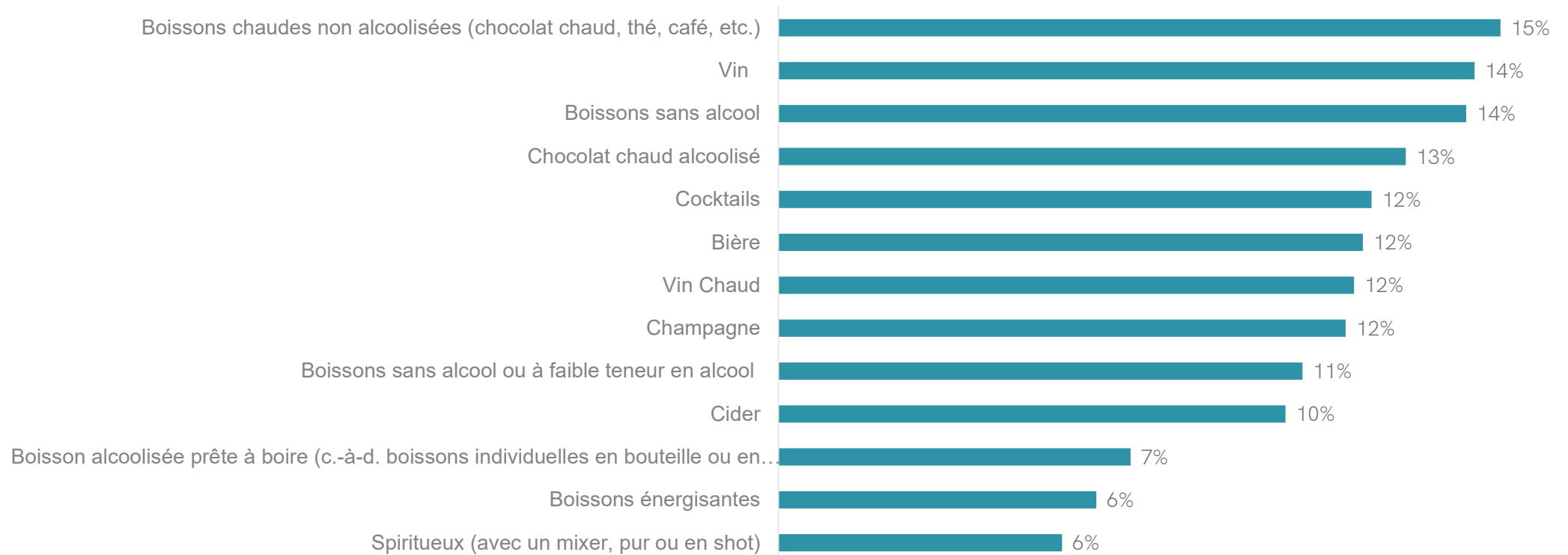
QUELLES BOISSONS, PARMI LES SUIVANTES, AVEZ-VOUS L'HABITUDE DE BOIRE LORS D'UN MARCHÉ DE NOËL?

Boissons habituelles



ENVISAGERIEZ-VOUS DE BOIRE L'UNE DES BOISSONS SUIVANTES LORS D'UN MARCHÉ DE NOËL SI ELLES ÉTAIENT DISPONIBLES?

Choix de boissons si disponibilité.



Sujet d'actualité – Café



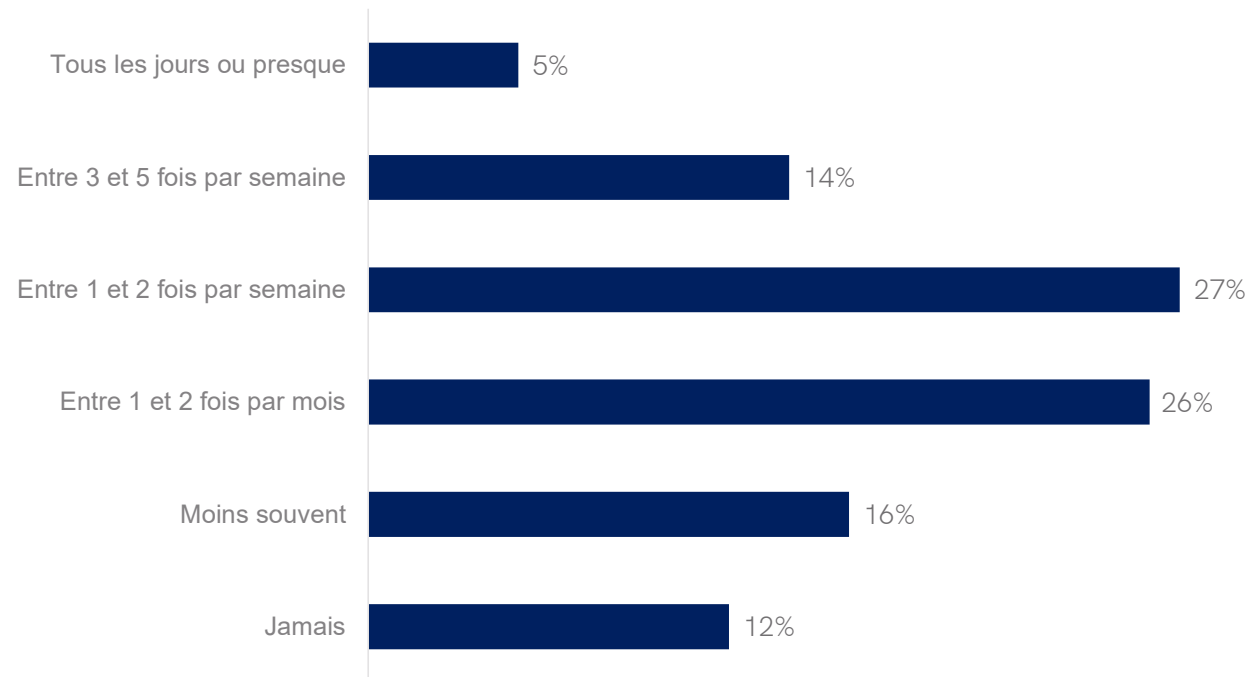
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



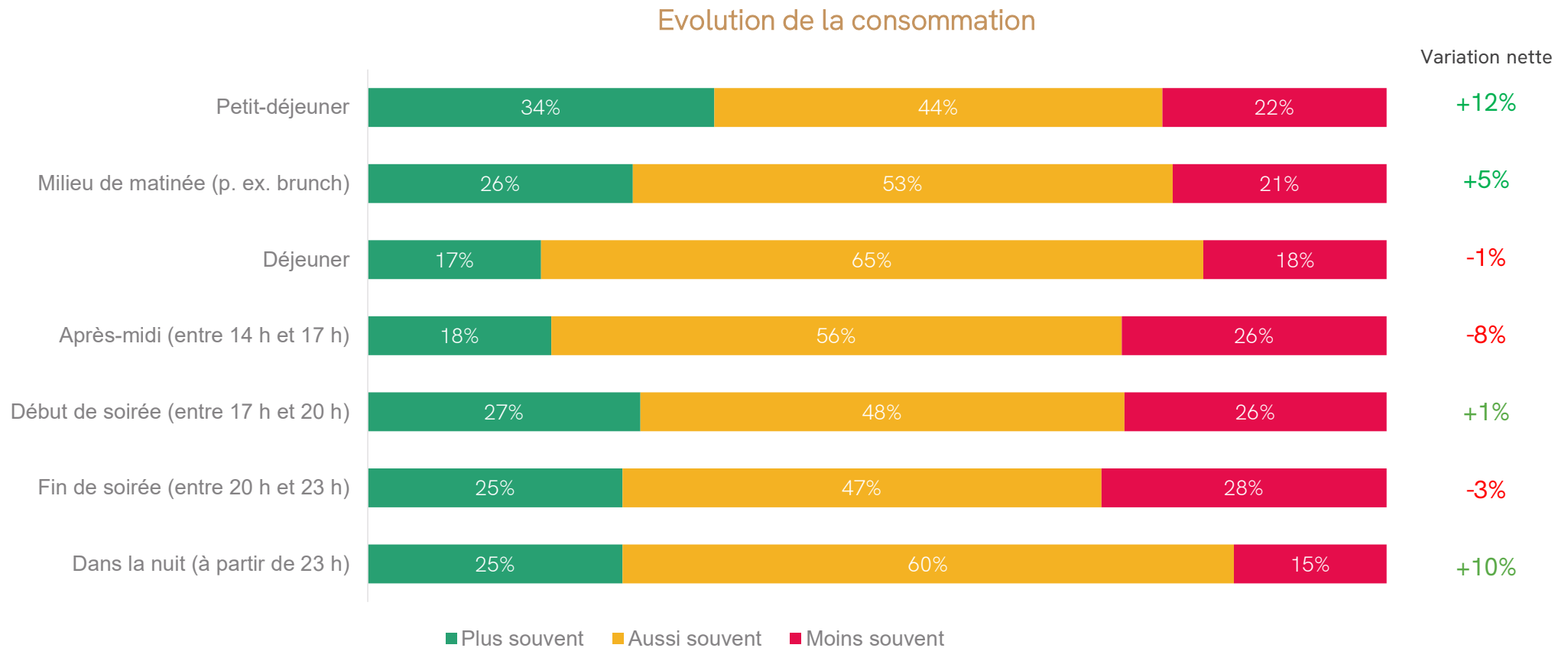


À QUELLE FRÉQUENCE AVEZ-VOUS BU DU CAFÉ DANS DES CAFÉS, DES BARS, DES RESTAURANTS OU D'AUTRES ÉTABLISSEMENTS SIMILAIRES AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS

Fréquence de la consommation de café en CHR



PAR RAPPORT À L'AN DERNIER, COMMANDEZ-VOUS PLUS OU MOINS DE CAFÉ AUX MOMENTS SUIVANTS ?





Le consommateur moyen
français est prêt à dépenser

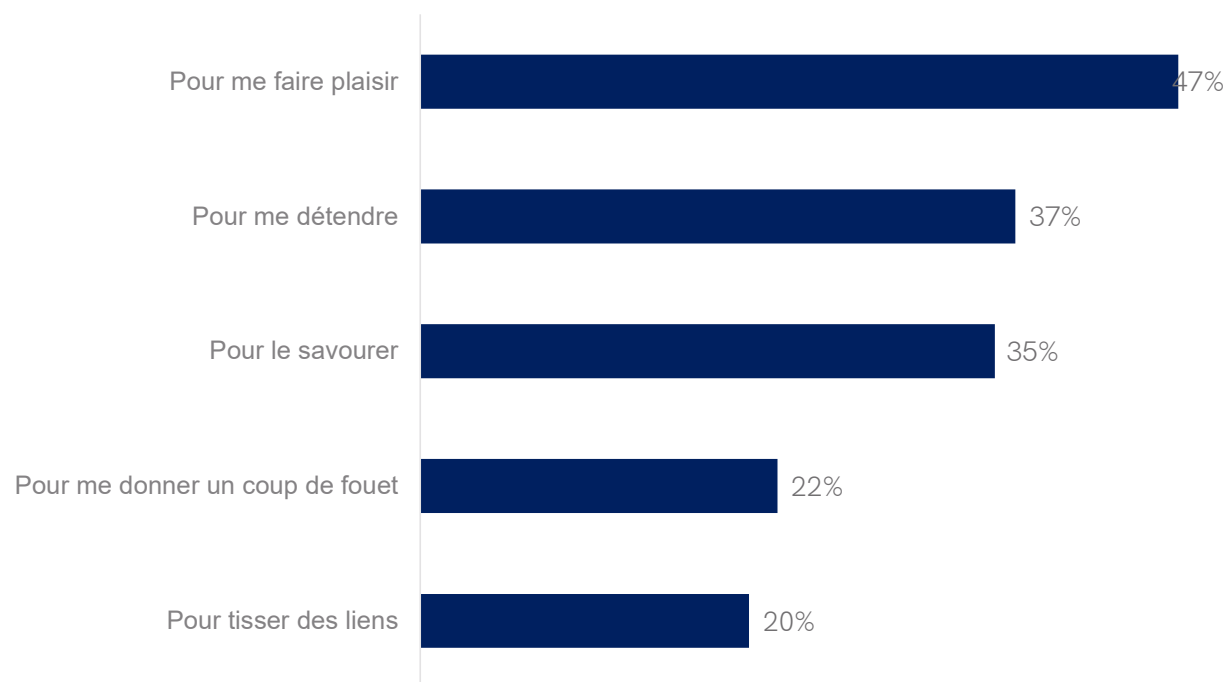
€ 3.12

Pour un café

-€0.72 par l'Allemagne
+€0.49 per l'Italie

POURQUOI CHOISISSEZ-VOUS DE BOIRE DU CAFÉ LORSQUE VOUS SORTEZ DANS UN CAFÉ, UN BAR, UN RESTAURANT ET UN AUTRE ÉTABLISSEMENT SIMILAIRE?

Raisons du choix



Sujet d'actualité – RTD's



© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



CONSOMMEZ-VOUS DES BOISSONS ALCOOLISÉES PRÊTES À BOIRE LORSQUE VOUS SORTEZ DANS DES BARS, DES RESTAURANTS OU DES ÉTABLISSEMENTS SIMILAIRES?

Consommation des RTD

23% des consommateurs qui ne consomment pas de RTD actuellement en CHR seraient prêts à le considérer à l'avenir.



37%

Consomment des RTD en CHR



17%

Consomment des RTD à la maison mais pas dans les CHR



46%

Ne boivent pas de RTD

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.



Nous contacter

Pour en savoir plus ou pour parler à un membre de l'équipe,
n'hésitez pas à nous contacter :



JULIEN VEYRON

CLIENT SOLUTIONS DIRECTOR

Julien.veyron@nielseniq.com



STEPHEN WANN

CLIENT SUCCESS & INSIGHTS
MANAGER

Stephen.wann@nielseniq.com



BETH LARMER

SENIOR CONSUMER RESEARCH
EXECUTIVE

Beth.larmer@nielseniq.com

