

A group of people are shown from the chest up, holding clear glasses filled with ice, lemonade, mint leaves, and lime slices. They are clinking their glasses together in a toast. The background is slightly blurred, showing an outdoor setting with greenery and a building. A large dark blue circle is overlaid on the left side of the image, containing the title and subtitle text.

RAPPORT « PULSE » CHR France

CGA by NielsenIQ

Avril 2024

SYNTHÈSE : FRÉQUENTATION ET MOTIVATIONS PRINCIPALES

- Bien que la météo est peu favorable cette année, le printemps voit une hausse de la fréquentation aussi bien des occasions restauration que boissons mais aussi des prévisions pour le futur.
- On constate une hausse des dépenses déclarées en CHR.
- La hausse des prix des plats ou des boissons est le principal facteur qui fait gonfler la dépense des consommateurs en CHR dans un contexte de hausse du coût de la vie qui affecte toujours les consommateurs.
- On constate une baisse de la livraison ce mois-ci à mettre en perspective avec la hausse de fréquentation en CHR pour consommer sur place.
- Sur les beaux jours (printemps/ été) les consommateurs anticipent de consommer plus de bières, cocktails et vins rosés et moins de café, thés et vins rouges.
- Par contre en terme de consommation, le café et la bière (surtout locale et craft) restent perçus comme tendance par les consommateurs au détriment des digestifs et des liqueurs.
- Sur la tendance cocktail, la dynamique reste au mojito et au spritz au détriment du kir royal et du bloody mary.
- 70% des consommateurs prévoient de regarder les Jeux Olympiques cet été, avec un quart d'entre eux qui le feront en partie dans un établissement CHR. La bière reste une catégorie forte mais les cocktails ont une place à jouer.

SYNTHÈSE : FRÉQUENTATION ET MOTIVATIONS PRINCIPALES

- With Summer approaching, consumer's general visitation rate for both food-led and drink-led visits has increased and consumers plan to further increase their visitation rate towards the On-Premise.
- There has been an increase in the proportion of consumers visiting the On Premise throughout the week as well as money being spent.
- The increase in Prices of food and drinks is the main factor behind consumers now spending more in the on premise and the cost-of-living crisis is continuing to affect consumers throughout this month.
- Consumers are purchasing less delivery lately, which could be attributed for the warmer weather and consumer's choosing to go out to eat and drink instead.
- Over Summer consumers plan to drink more Beer, Cocktails and Rose and drink less Coffee, Tea and Red Wine. Consumers also plan on drinking lower ABV Cider over summer.
- Compared to last year, coffee, local beer and craft beer are more on trend while digestifs, vodka and martini are perceived as less trendy.
- When it comes to cocktails mojito and Aperol are the cocktails which have gained the most popularity over the year, while kirk royale and champagne cocktails have become less popular.
- 70% of consumers are planning on watching the Olympics this year and over a quarter plan on visiting pubs and bars to do so, the most popular sports to go watch in the on-premise being Athletics, Football and Swimming and consumers most popular drink of choice for the occasion being beer.



RAPPORT MENSUEL « PULSE » de CGA by NielsenIQ

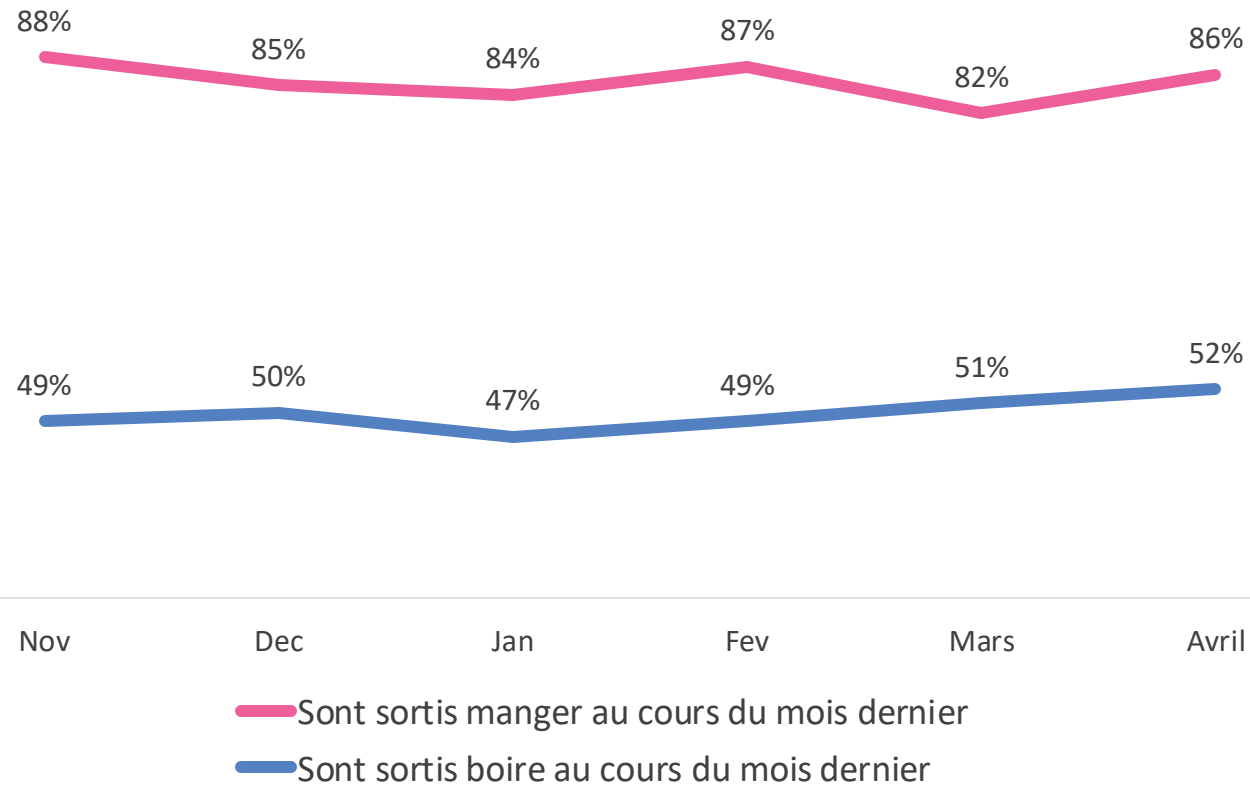
- Ce rapport mensuel concernant les habitudes de consommation dans les établissements de restauration se veut une « prise de température » rapide du circuit et des consommateurs qui fréquentent les bars et les restaurants en France.
- Cette étude examine leur comportement dans les établissements au cours 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 **Avril 2024**, nous avons interrogé 750 consommateurs (âgés de plus de 18 ans) entre le 19 Avril et le 2 mai 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 **l'évolution des tendances, la saisonnalité et les Jeux Olympiques**.

A close-up photograph of a person's hands, wearing a grey suit jacket and a red striped tie, stirring a drink in a faceted crystal glass with a black straw. The drink is a light orange color with ice and a pink garnish. In the background, another person is also stirring a drink in a similar glass. The scene is set in a bar or restaurant with a dark counter and various items like a vase of flowers and a container of straws visible.

INDICES CLÉS / FRÉQUENTATION EN CHR

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visits to the On Premise this month



RÉTROSPECTIVE



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

+1pp vs Mars



PRÉVISIONS DE FRÉQUENTATION EN CHR POUR LE MOIS À VENIR

85%

prévoient de manger au restaurant au cours du mois prochain
+1pp vs Mars



58%

prévoient de sortir boire un verre au cours du mois prochain
+4pp vs Mars



PERSPECTIVES

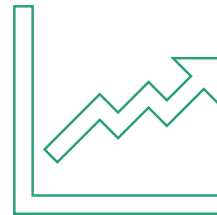


4% ne prévoient pas de fréquenter le circuit **au cours du mois prochain**
=0pp vs Mars



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

Changement des habitudes de fréquentation des établissements



26%

fréquentent plus souvent
que d'habitude

+2pp vs Mars

47%

fréquentent autant que
d'habitude

=0pp vs Mars

27%

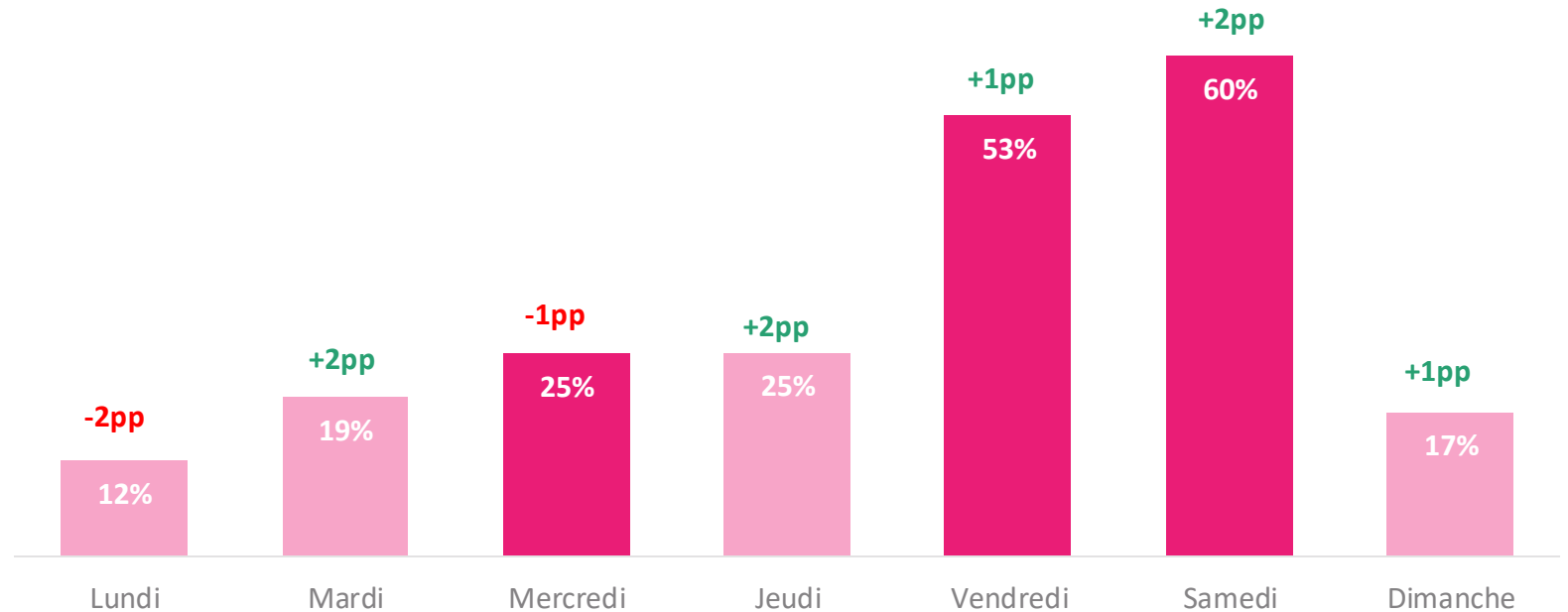
fréquentent moins
souvent que d'habitude

-3pp vs Mars



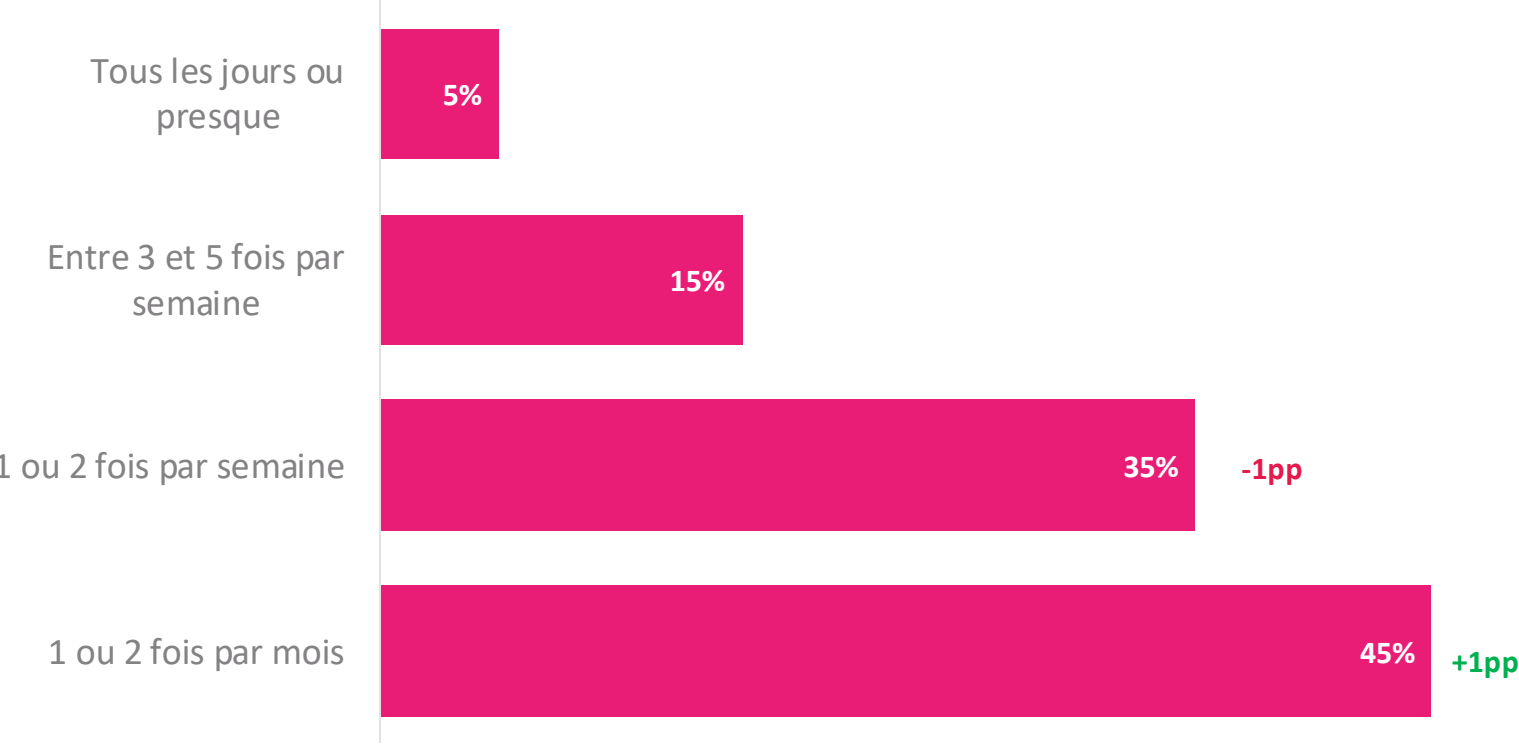
QUEL(S) JOUR(S) DE LA SEMAINE AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉ UN BAR, UN RESTAURANT OU UN AUTRE LIEU SIMILAIRE AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

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



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

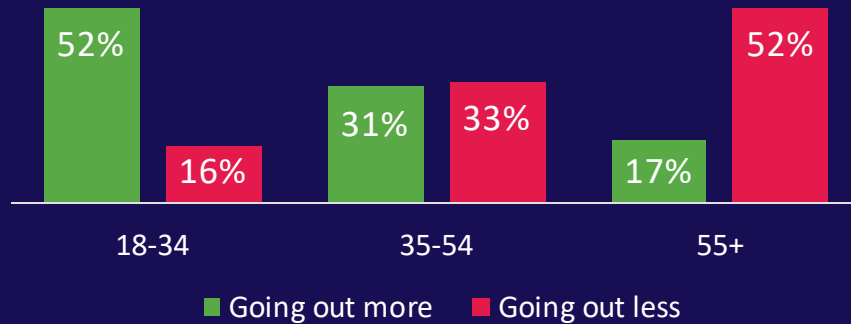
Habitudes de fréquentation
(vs mars.)



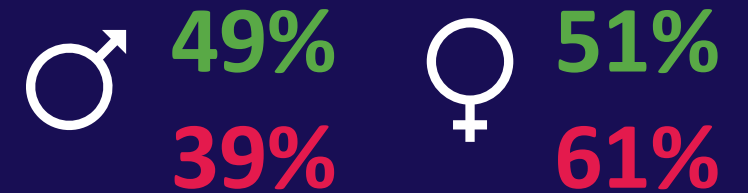
Une dynamique de fréquentation qui reste sur les jeunes urbains.

Hausse de fréquentation | Baisse de fréquentation

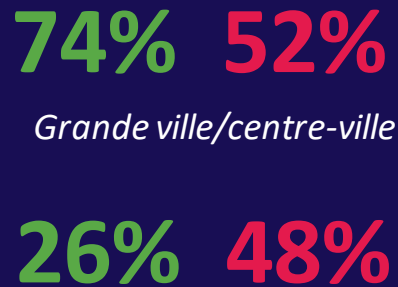
Tranches d'âge



Sexe



Lieu de résidence



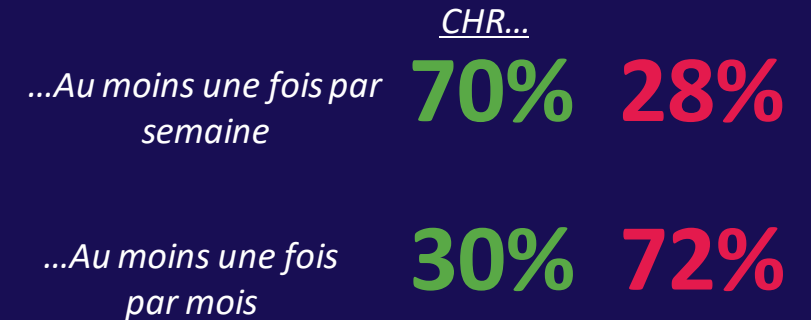
Grande ville/centre-ville

Zone rurale/banlieue urbaine

Revenus moyens du foyer



Se rendent généralement dans les établissements



49%

des consommateurs GenZ
sortent davantage ce
mois-ci

+24pp par rapport au
consommateur moyen

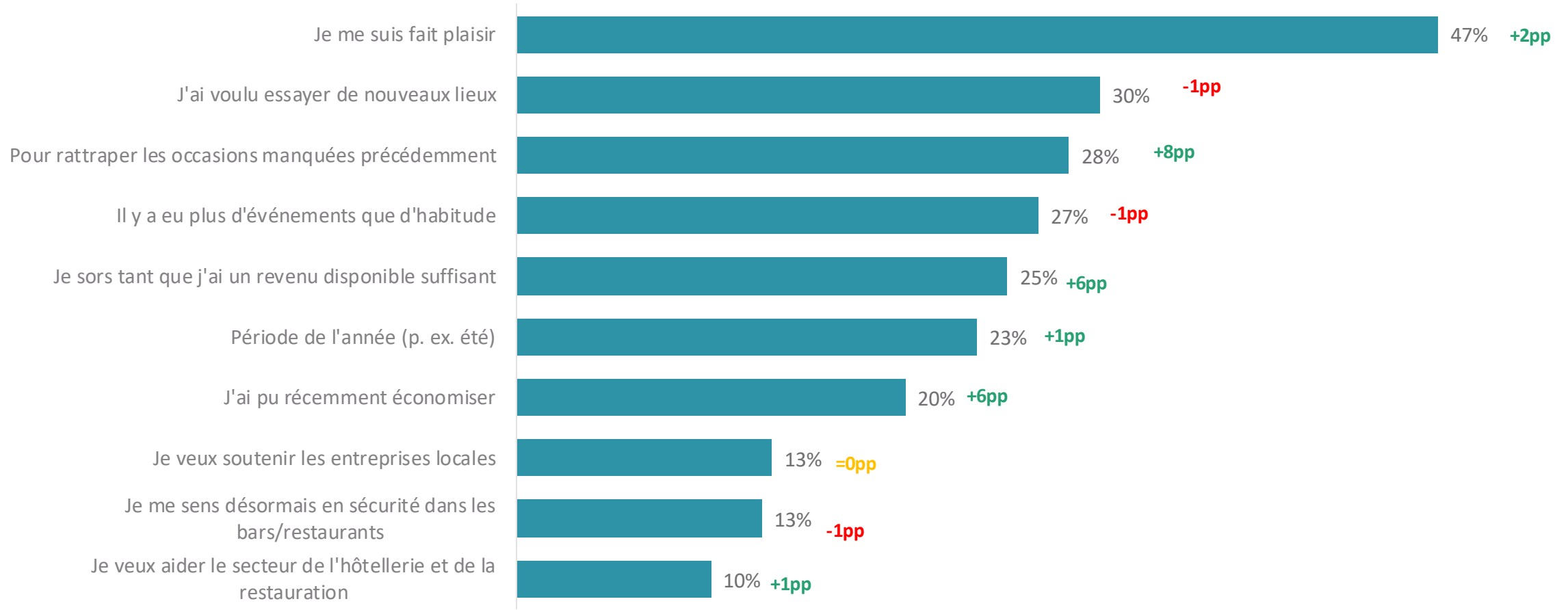
34%

des consommateurs GenZ
dépensent plus ce mois-ci

+8pp par rapport au
consommateur moyen

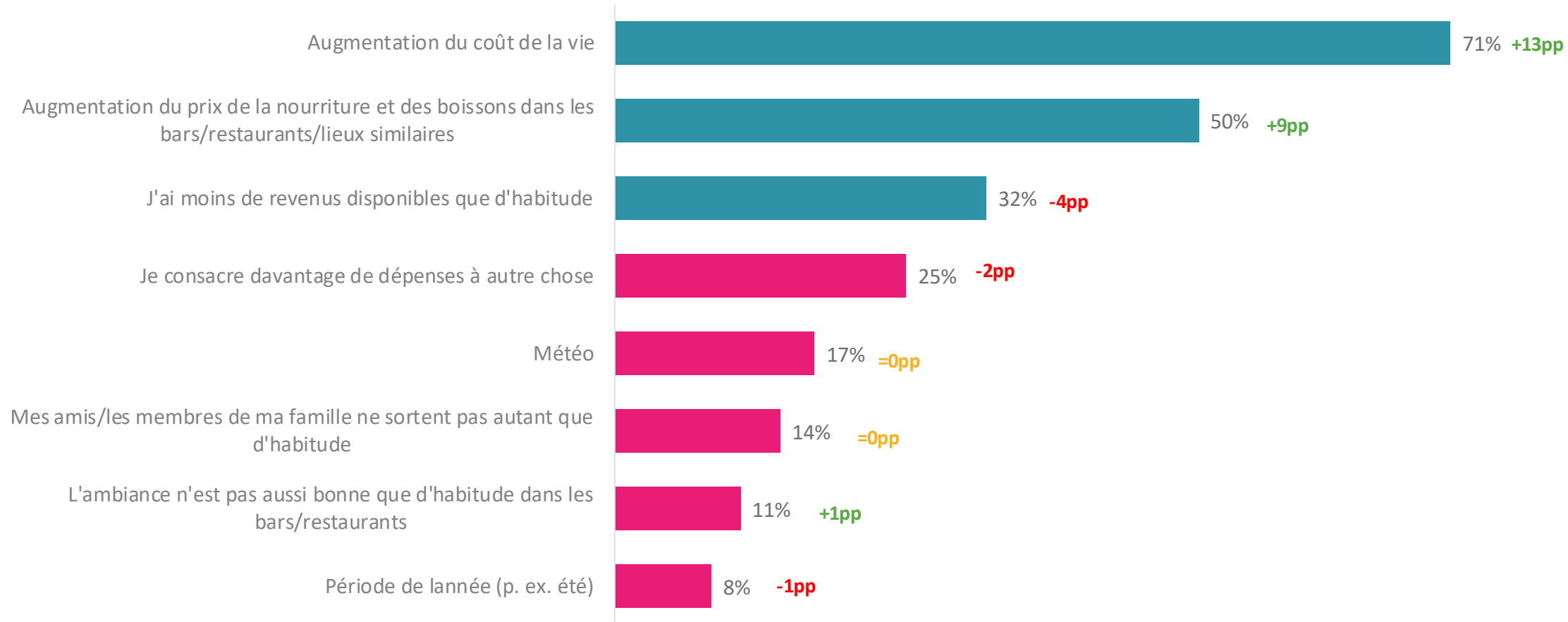
VOUS AVEZ INDIQUÉ QUE VOUS SORTIEZ ACTUELLEMENT PLUS SOUVENT QUE D'HABITUDE. POURQUOI ?

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



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

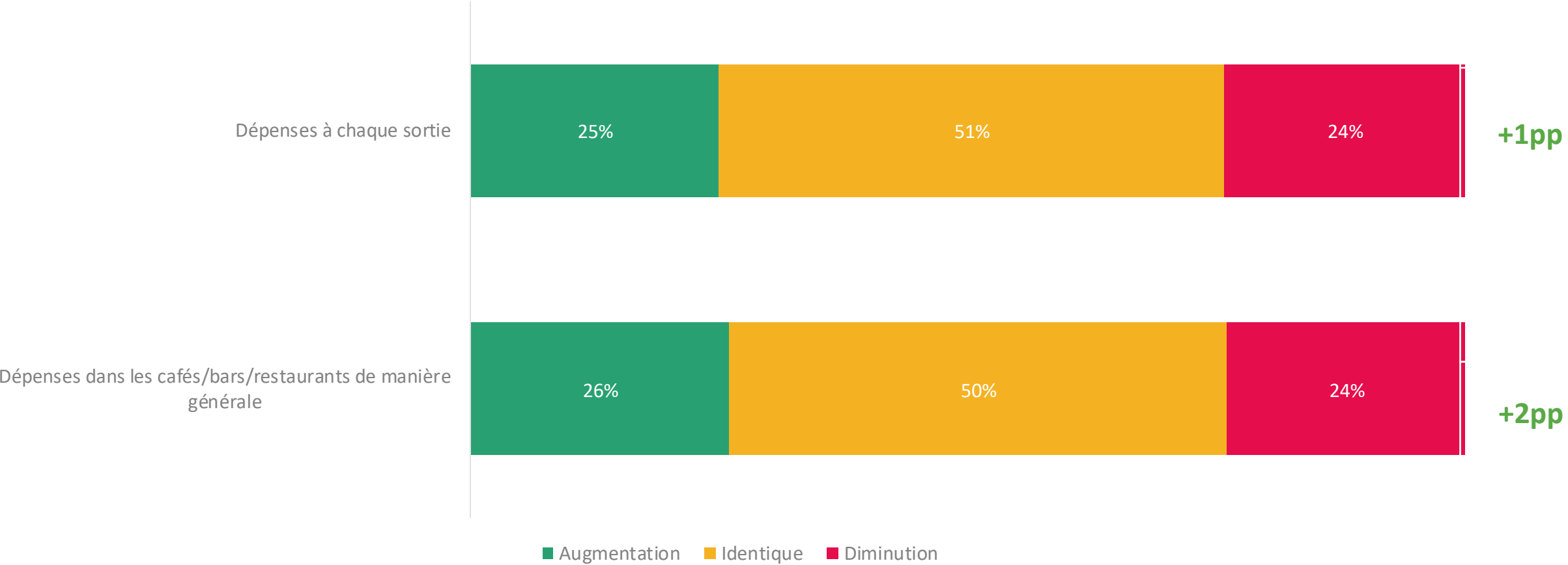
Raisons pour lesquelles vous avez fréquenté les établissements moins souvent que d'habitude (vs mars)



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 ?

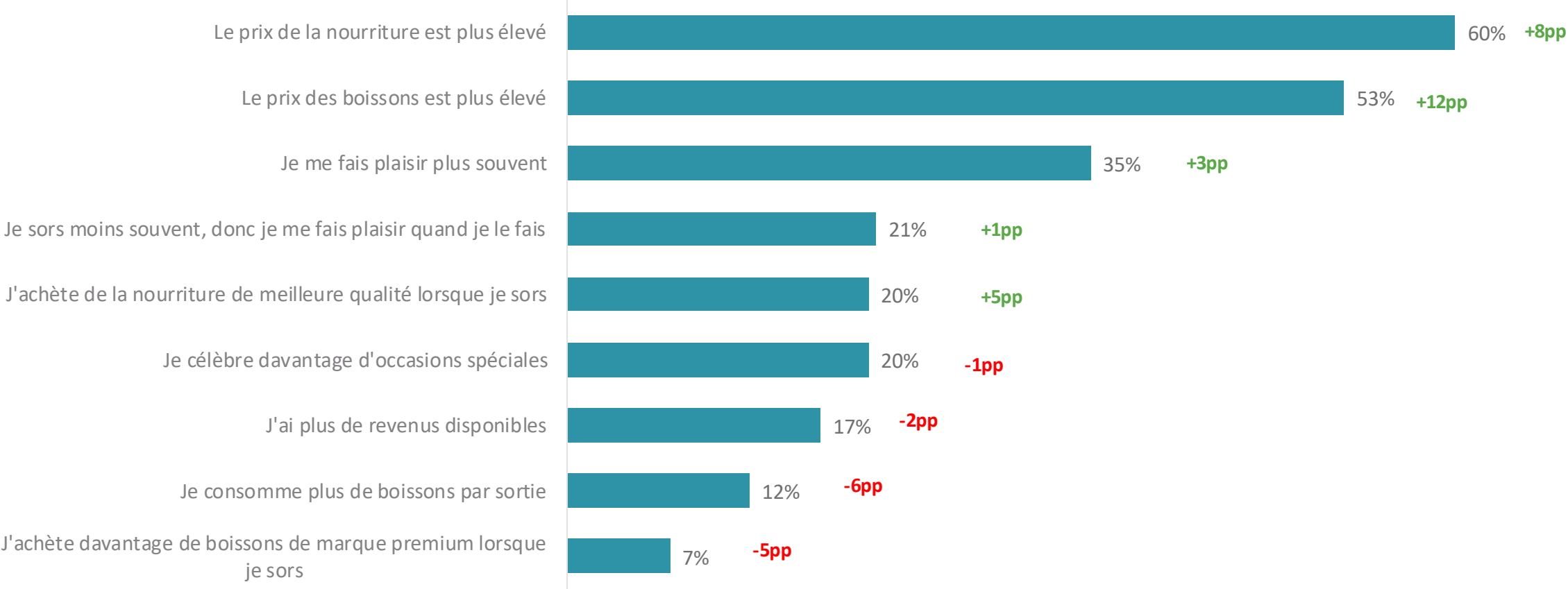
Changement de comportements dans les établissements CHR

Variation
nette



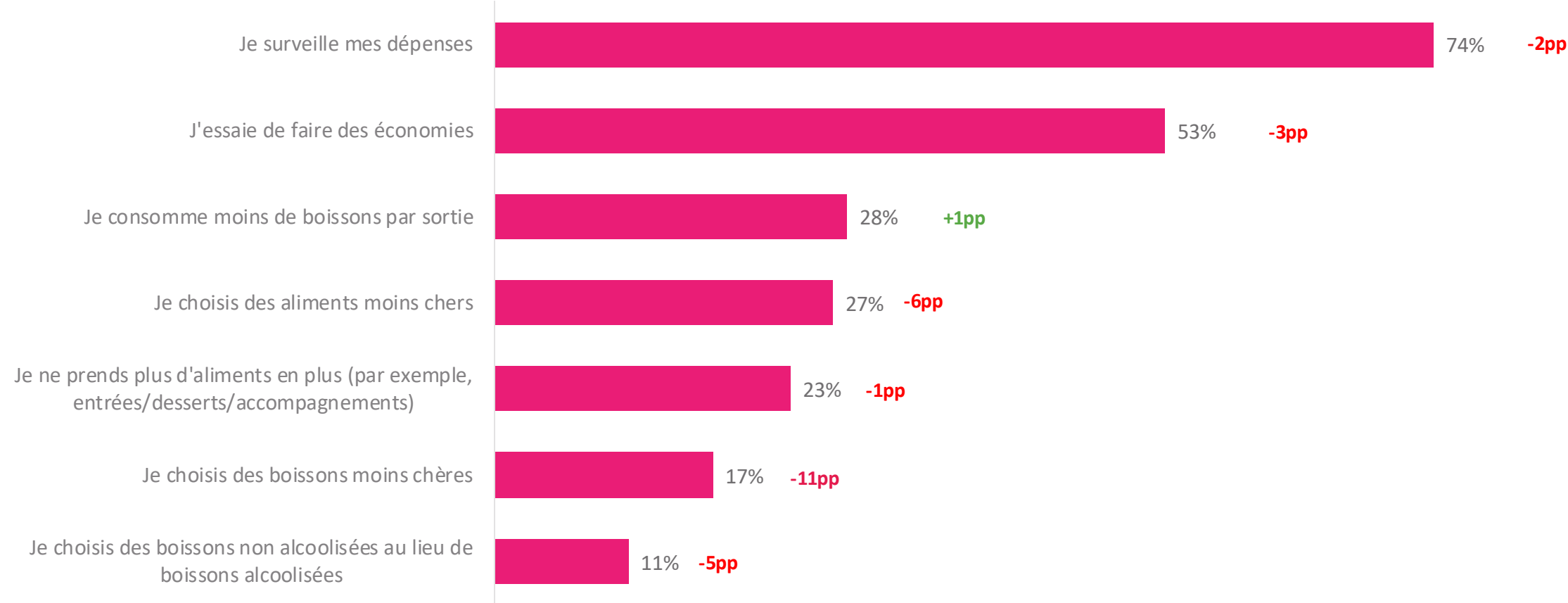
QUELLES SONT LES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DÉPENSEZ PLUS AUJOURD'HUI LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

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



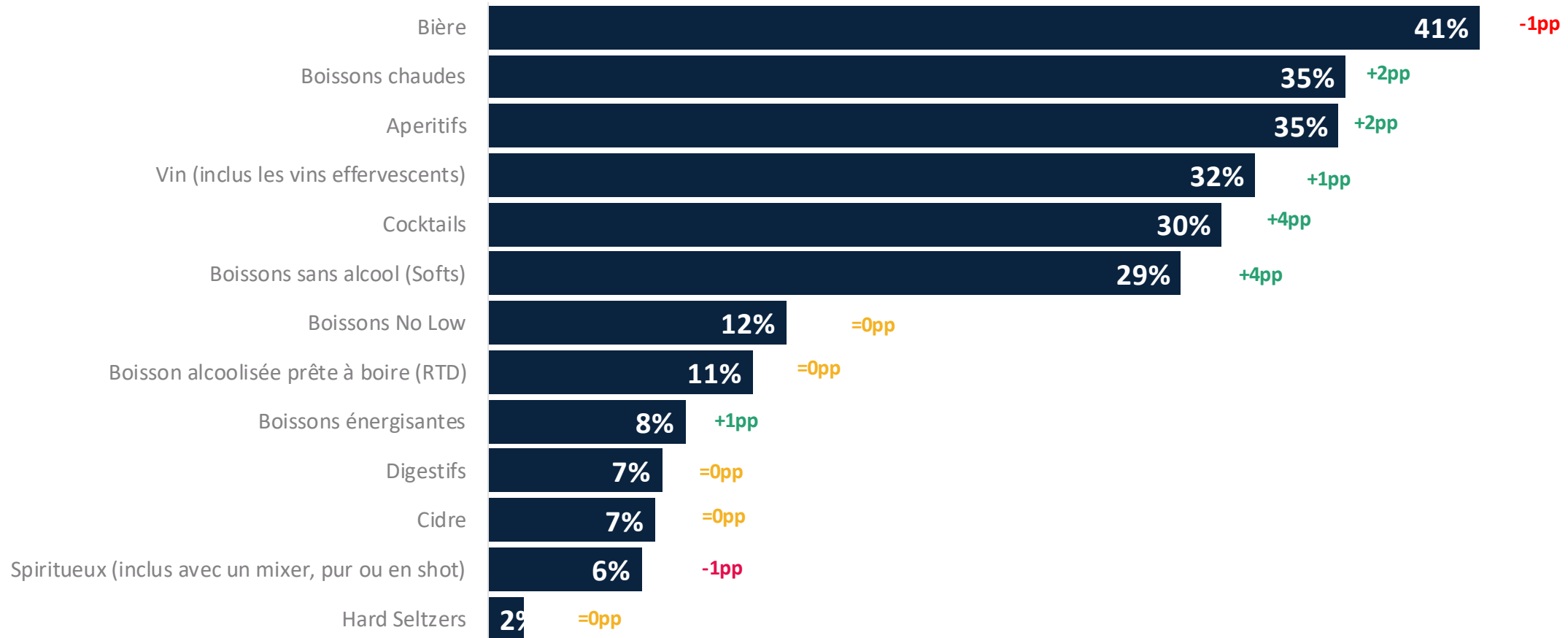
QUELLES SONT LES RAISONS POUR LESQUELLES VOUS DÉPENSEZ MOINS AUJOURD'HUI LORSQUE VOUS VOUS RENDEZ DANS DES BARS, RESTAURANTS ET LIEUX SIMILAIRES ?

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



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 mars.)





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 mars.)

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



+22pp pour la génération Z

**Suivi de la
consommation en
livraison.**





50%

-2Pts vs le mois précédent

Des consommateurs ont
fait au moins une
commande en livraison
ce mois ci.

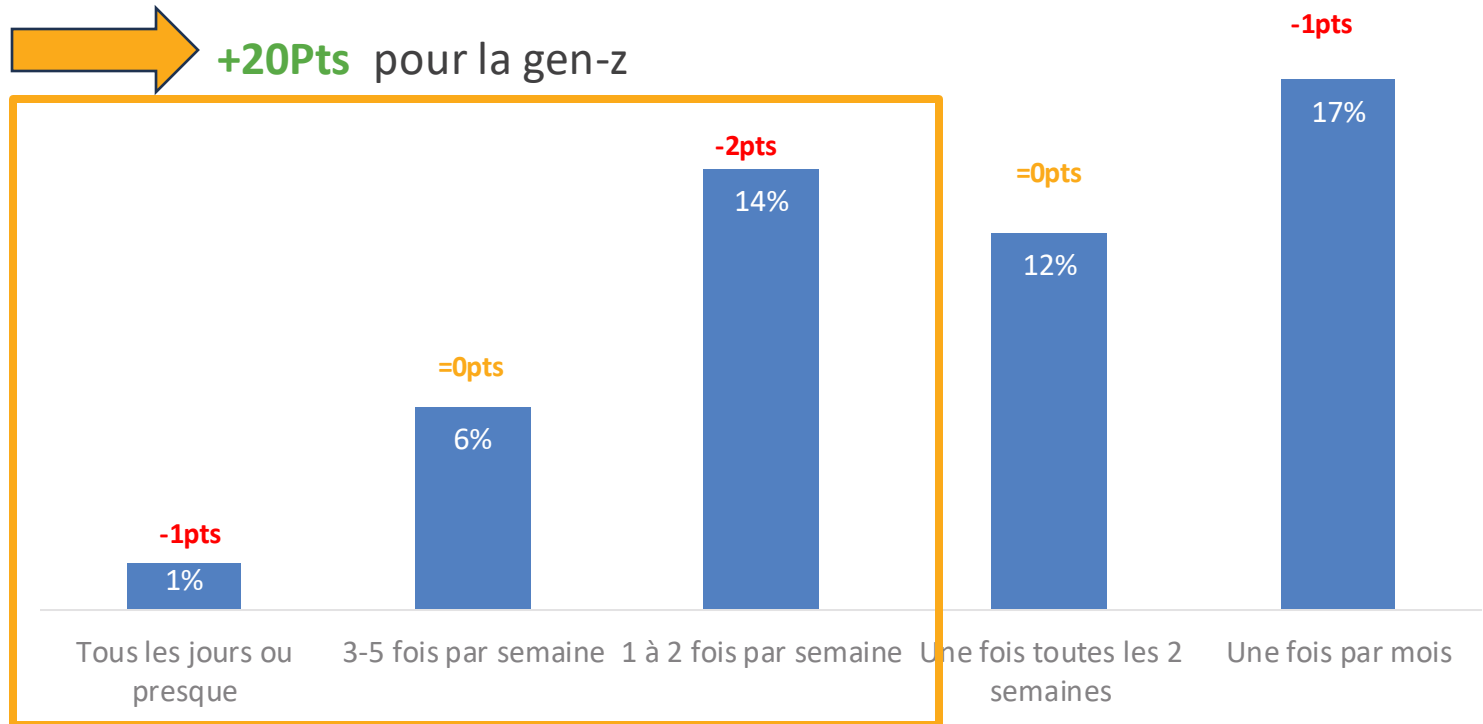
17% n'ont pas commandé en
livraison ce mois ci

33% Ne commandent jamais en
livraison.



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

Vs mois précédent.



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

55€

Ticket moyen mensuel de la livraison

	Les 18-34 ans	Les 35-54 ans	Les 55+ ans
Ticket moyen mensuel de la livraison	61€	52€	42€



Hot topic: Les tendances boissons



PAR RAPPORT A L'ANNEE DERNIERE, PARMIS LES CATEGORIES SUIVANTES, LESQUELLES VOYEZ VOUS COMME PLUS/ MOINS TENDANCE CETTE ANNEE?



Changement dans la tendance de la catégorie.



Catégories plus tendance que l'an dernier
Top 5



Café

+12%



Bière craft

+10%



Bière locale

+8%



Cocktails

+8%



Soft Drinks

+7%

Catégories moins tendance que l'an dernier.
Flop 5



Digéstifs

-10%



Liqueurs et
crèmes

-9%



Cidre

-7%



Liqueurs
herbacées

-7%



Vodka

-5%

PAR RAPPORT A L'ANNEE DERNIERE, PARMIS LES COCKTAILS SUIVANTS, LESQUELS VOYEZ VOUS COMME PLUS/ MOINS TENDANCE CETTE ANNEE?



Changement dans la tendance cocktail



Cocktails plus tendances par rapport à l'an dernier
Top 5



Mojito

+30%



Spritz

+9%



Aperol Spritz

+7%



Tequila Sunrise

+7%



Pina colada

+5%

Cocktails moins tendances par rapport à l'an dernier
Flop 5



Kir Royal

-8%



Bloody Mary

-5%



Hugo

-5%



Highball

-5%



Espresso Martini

-5%

Hot Topic: Consommation de saison.



LORSQUE VOUS VISITEZ UN ETABLISSEMENT CHR CE MOIS-CI, OÙ VOUS INSTALLEZ VOUS HABITUELLEMENT?

Exterieur ou terrasse 60%



A l'intérieur 58%



PARMI LES CATEGORIES SUIVANTES, QUELLES SONT CELLES QUE VOUS PREVOYIEZ DE CONSOMMER PLUS/MOIS AU COURS DU PRINTEMPS ET DE L'ETE?

Catégories consommées plus pendant le printemps/ Eté Top 3



Bière

22%



Cocktails

20%



Vin Rosé

19%

Catégories consommées moins pendant le printemps/ Eté Flop 3



Café

15%



Vin rouge

13%



Thé

12%

Hot Topic: Les Jeux de Paris 2024





CETTE ANNEE, LES JEUX OLYMPIQUES AURONT LIEU A
PARIS DU 26 JUILLET AU 8 SEPTEMBRE 2024, PREVOYIEZ
VOUS DE LES REGARDER?

70%

Oui

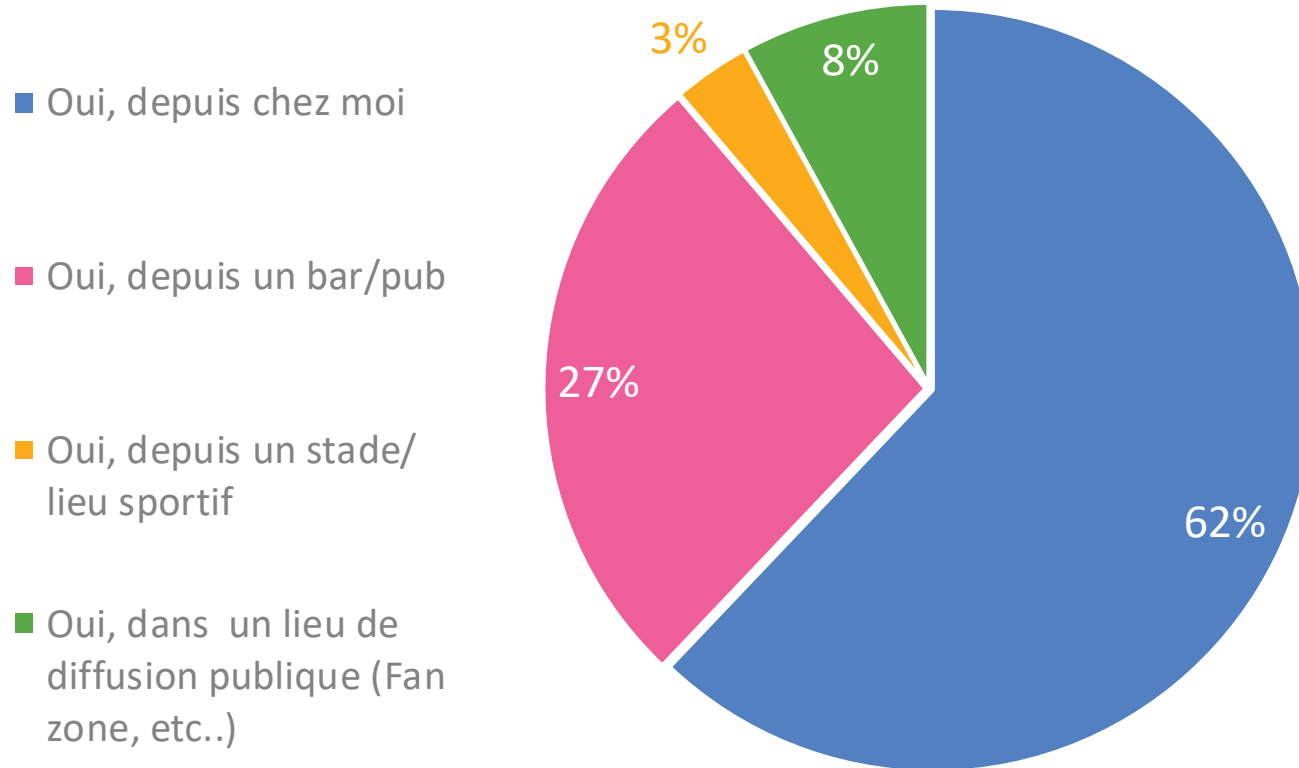
9%

Je ne sais pas
encore.

21%

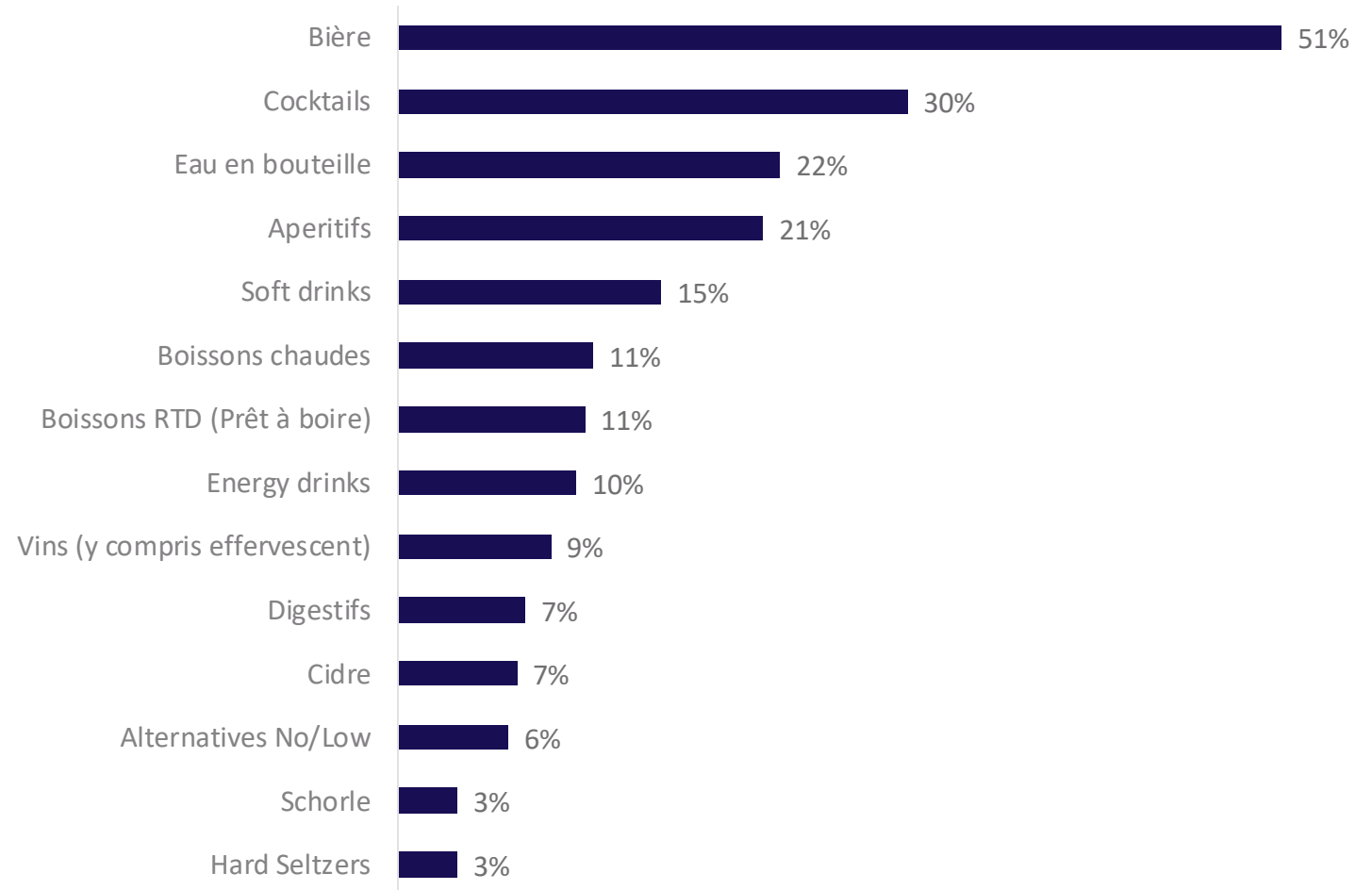
Non

PRÉVOYEZ-VOUS DE REGARDER LES JEUX DANS L'UN DES LIEUX SUIVANTS?

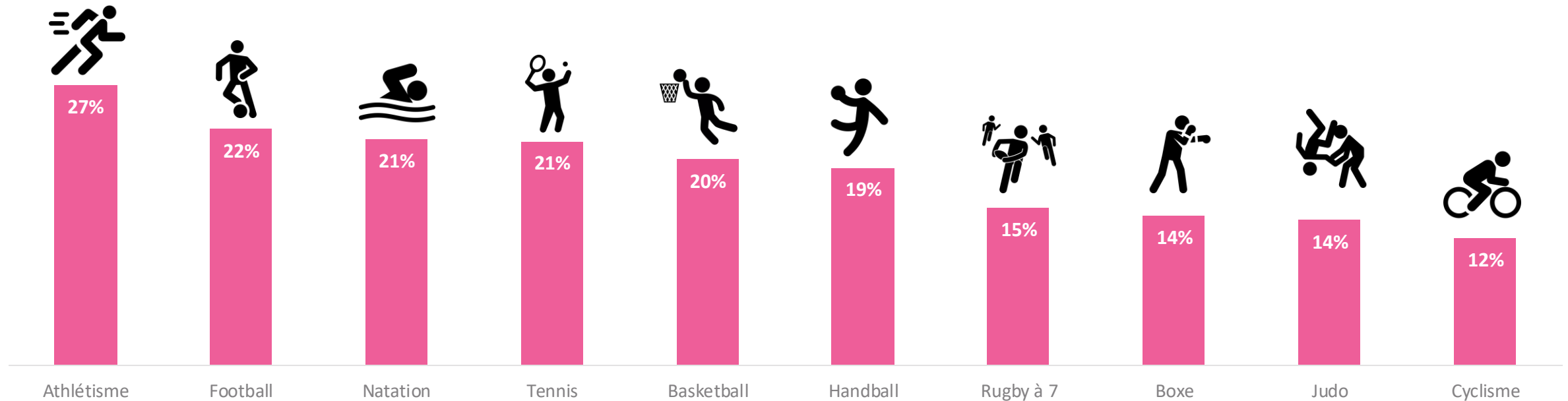




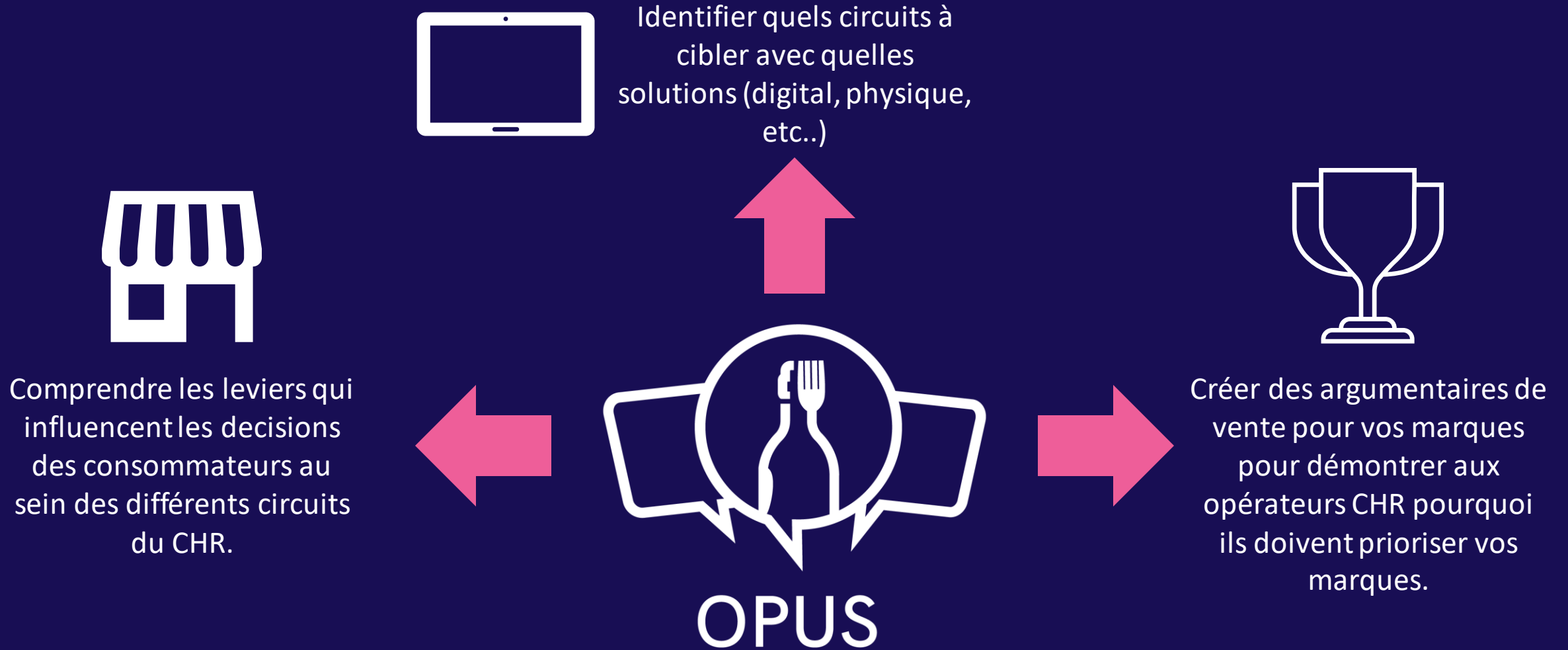
QUE PRÉVOYEZ-VOUS DE BOIRE LORSQUE VOUS REGARDEREZ LES JEUX 2024 DANS DES BARS, DES RESTAURANTS OU D'AUTRES LIEUX SIMILAIRES?



Quel sport des Jeux Olympiques avez-vous l'intention de suivre dans un bar ou établissement similaire ?



Optimiser votre stratégie sur le circuit hors domicile avec l'enquête consommateur OPUS de CGA by NielsenIQ



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 SUCCESS AND INSIGHTS
MANAGER

Stephen.wann@nielseniq.com



BETH LARMER

SENIOR CONSUMER RESEARCH
EXECUTIVE

Beth.larmer@nielseniq.com

