

A background image showing a group of people at a social gathering, holding glasses of refreshing drinks with ice, lemons, and mint. The image is slightly blurred, focusing attention on the text overlay.

FRANCE ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT

CGA by NielsenIQ, Décembre 2025

NielsenIQ



Changement dans les horaires de visite

La fréquence des visites a légèrement **augmenté** par rapport à l'année dernière, avec **51% des consommateurs sortant chaque semaine (+3pts)**.

Les **week-ends** restent le moment privilégié, **près d'1 consommateur sur 2 sort le vendredi ou samedi**. Cependant, on observe une baisse des visites tardives.

Les consommateurs **sortant plus tôt dans la journée**, la visibilité des marques pendant ces créneaux est essentielle pour stimuler la fréquentation et le chiffre d'affaires.

Forte appétence pour l'expérimentation

En décembre, **les consommateurs français montrent un fort intérêt pour l'expérimentation**, près d'**1 sur 3 a testé une nouvelle boisson**, notamment **la Gen Z (63%) et les Parisiens (46%)**.

Les cocktails sont la catégorie préférée pour expérimenter (37%), suivis par les apéritifs et la bière.

Les jeunes consommateurs et les Parisiens **recherchent la nouveauté** et sont ouverts à des **expériences audacieuses**. Proposer des **cocktails innovants** est une opportunité clé pour capter cette audience.

La bière et les boissons chaudes dominant

La bière (37%) et les boissons chaudes (37%) sont les plus consommées, la bière affichant une hausse par rapport à l'an dernier (+3 pts). Avec les **apéritifs**, elles se distinguent comme performeurs clés sur plusieurs indicateurs.

Les cocktails sont particulièrement appréciés par les Parisiens (43 %) et les jeunes (42 %).

La bière reste la base de l'offre, mais les **cocktails doivent être positionnés pour répondre à la demande de nouveauté**, surtout auprès des jeunes et des urbains.



RAPPORT MENSUEL « PULSE » de CGA by NielsenIQ

- Ce rapport mensuel concernant les habitudes de consommation dans les établissements CHR se veut une « prise de température » rapide du circuit et des consommateurs qui fréquentent les bars et les restaurants en France.
- Cette étude examine le comportement des consommateurs en CHR au cours du mois écoulé et évalue leurs intentions de visite pour le mois à venir.
- Dans d'autres pays, ce suivi mensuel est devenu un outil incontournable pour les fournisseurs de boissons et les entreprises intéressées par le circuit CHR.
- Ces mises à jour mensuelles permettent aux acteurs du secteur de rester au plus près des intentions et comportements des consommateurs vis-à-vis de notre précieux canal CHR.
- Pour cette édition de **Décembre 2025**, 750 consommateurs âgés de 18 ans et plus ont été interrogés entre le 15 et le 19 décembre 2025. Ces répondants, répartis dans toutes les régions françaises, fréquentent habituellement les établissements CHR au moins une fois tous les trois mois.

Indices Clés & Fréquentation en CHR



RÉTROSPECTIVE



86%

Des consommateurs sont sortis manger au cours du mois dernier

-1pt vs n-1

+4pts pour les Parisiens

46%

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

-2pts vs n-1

-1pt pour les Parisiens



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 150 - 757

RÉTROSPECTIVE



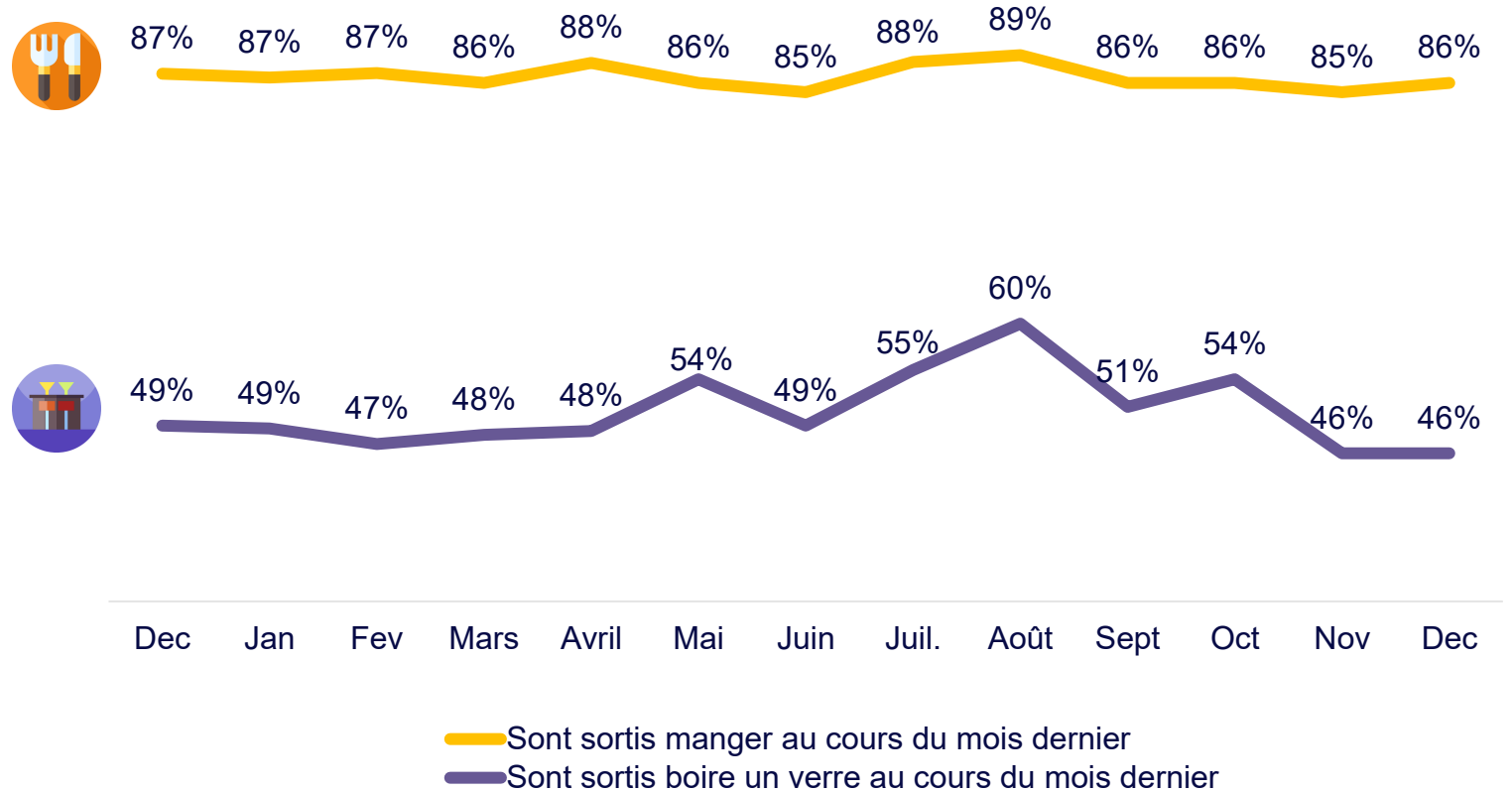
96% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci

=0pt vs n-1



FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visites dans les établissements CHR

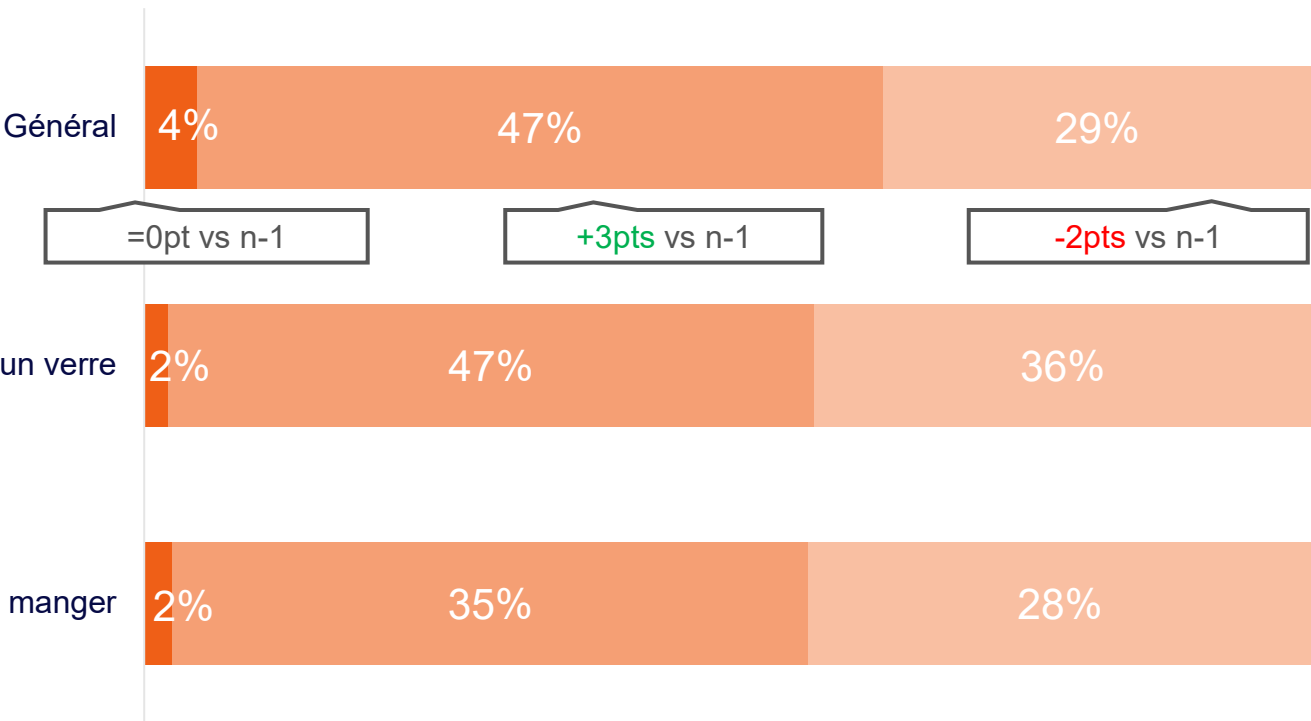


Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 750 - 757

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



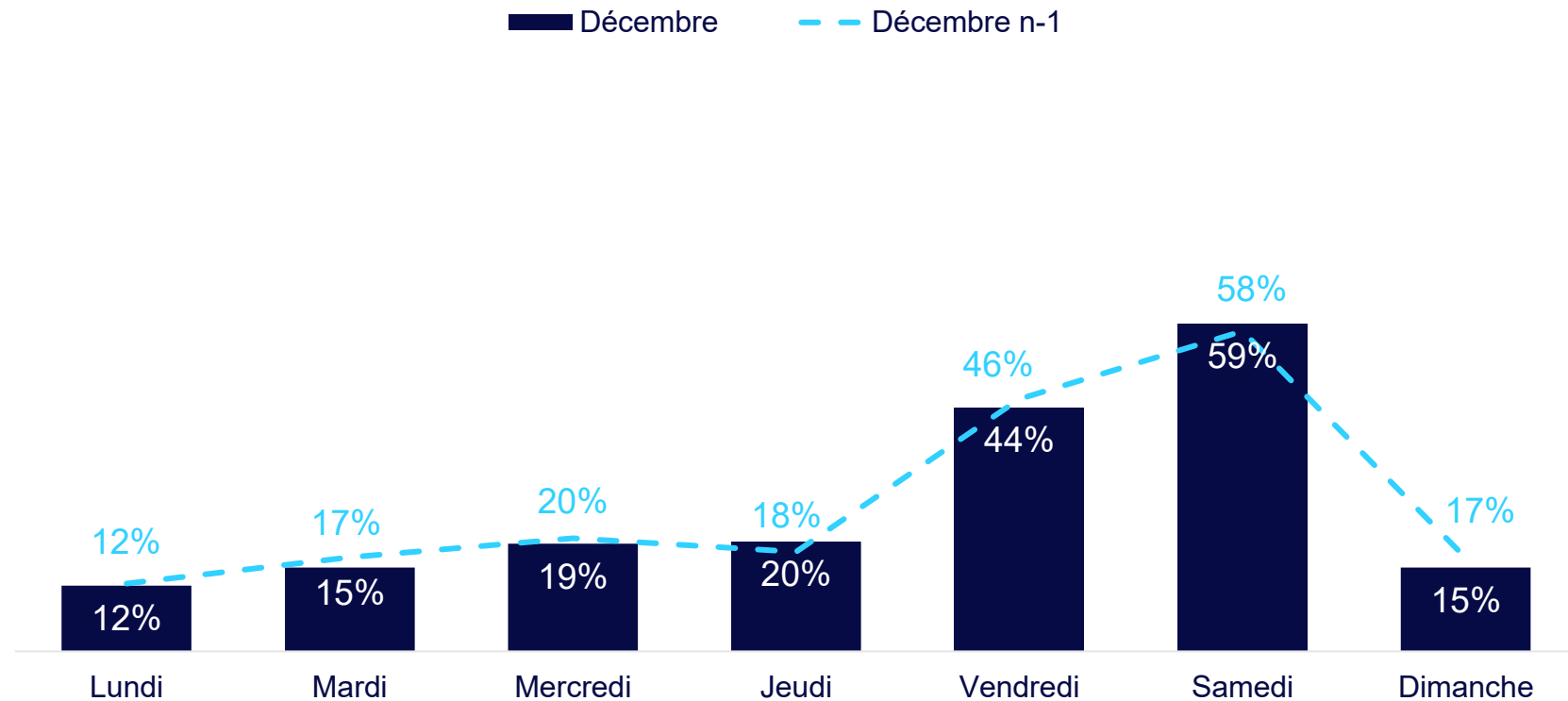
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 346 - 733





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

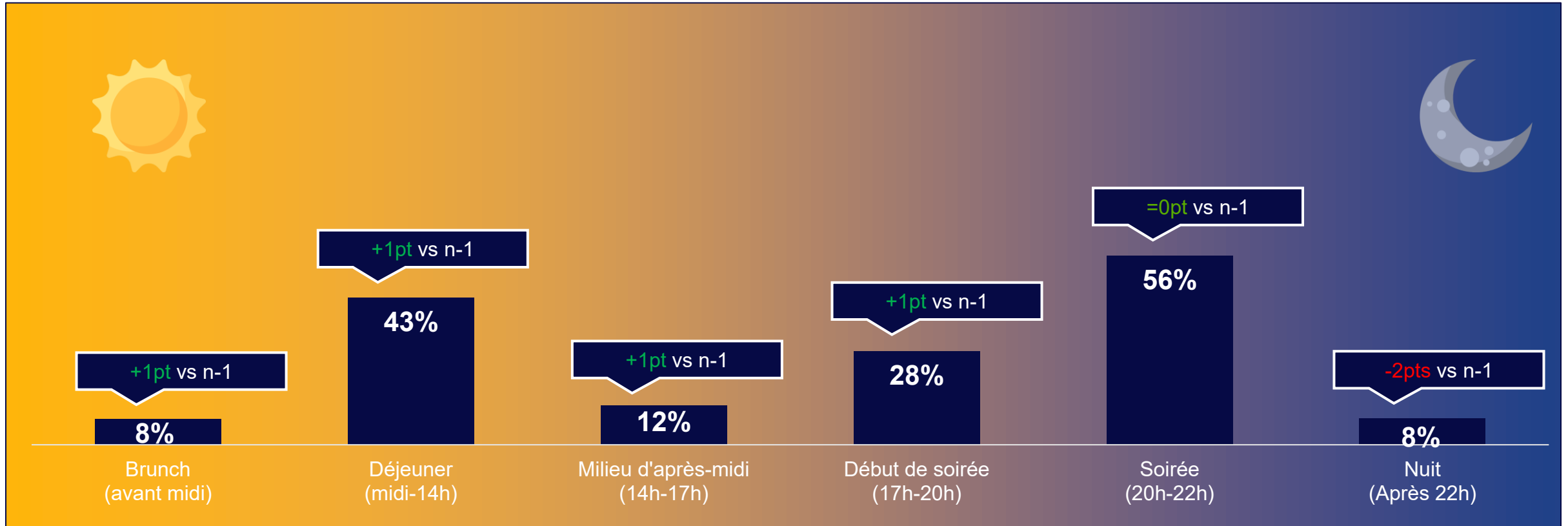
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs an-1)



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 724 - 733

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS SELON LES JOURS DE LA SEMAINE

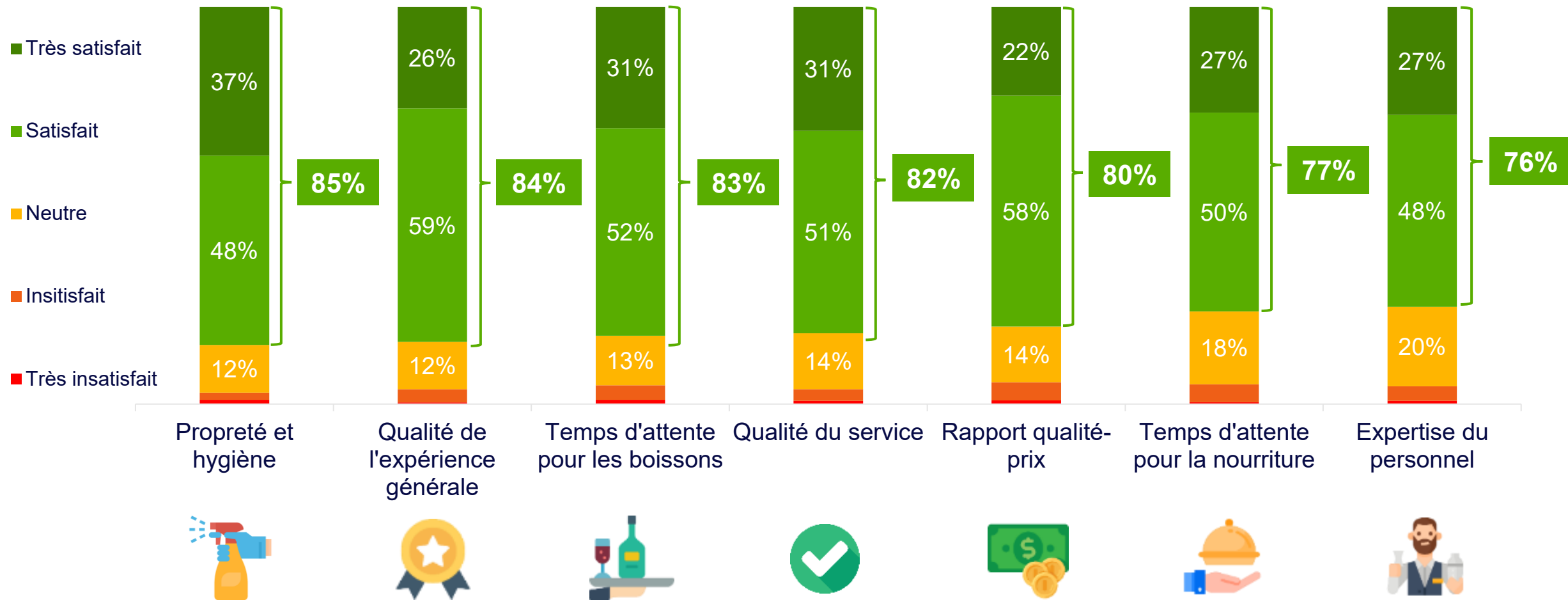
Moments de la journée pour sortir en CHR



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 722 - 732

SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion de consommateurs très satisfaits/satisfaits de...



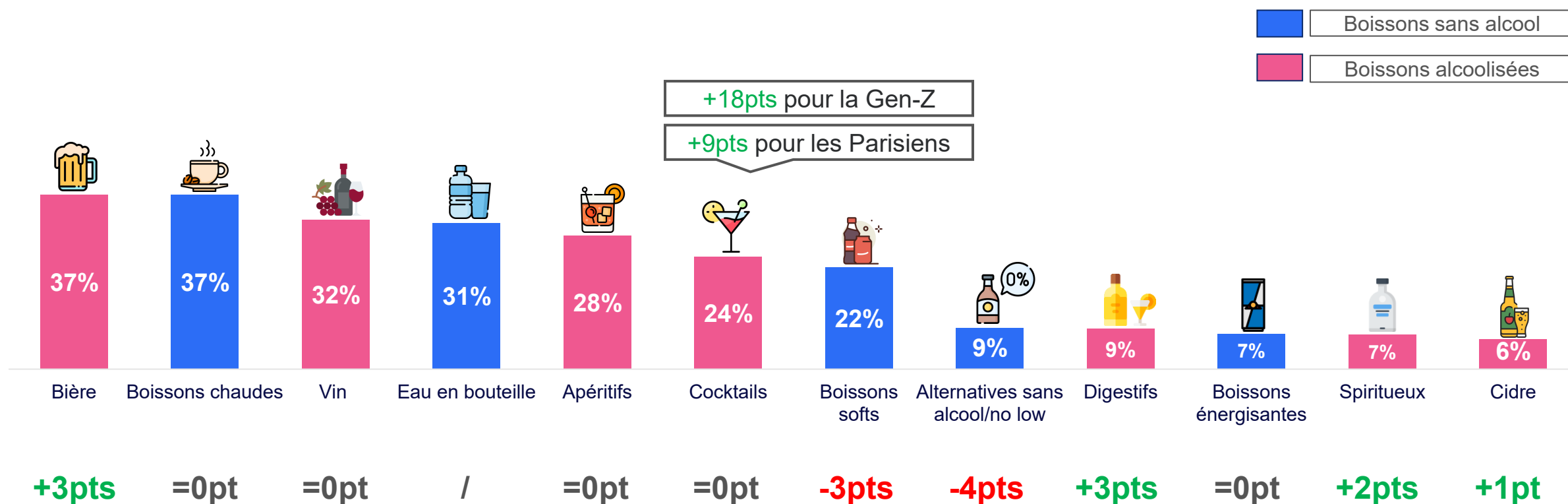
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 639 - 744

Indices clés: Les catégories



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

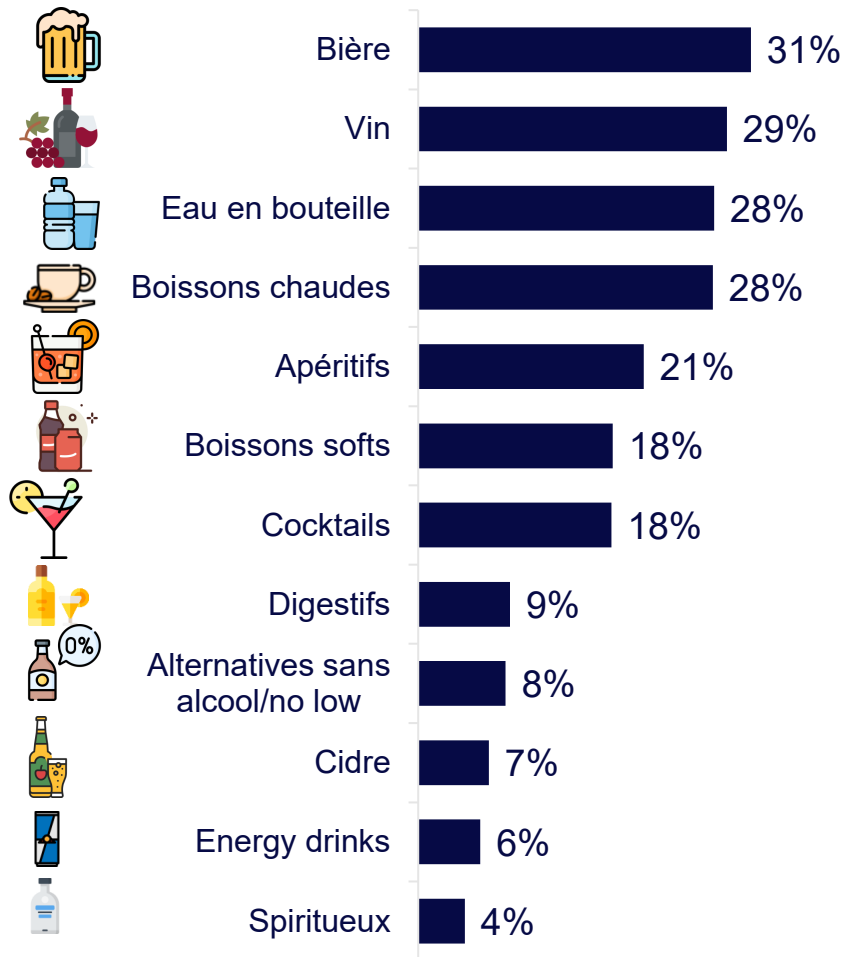
Boissons les plus populaires auprès des consommateurs | Indexé vs. an-1



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 148 - 733

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

Dernière consommation en CHR déclarée

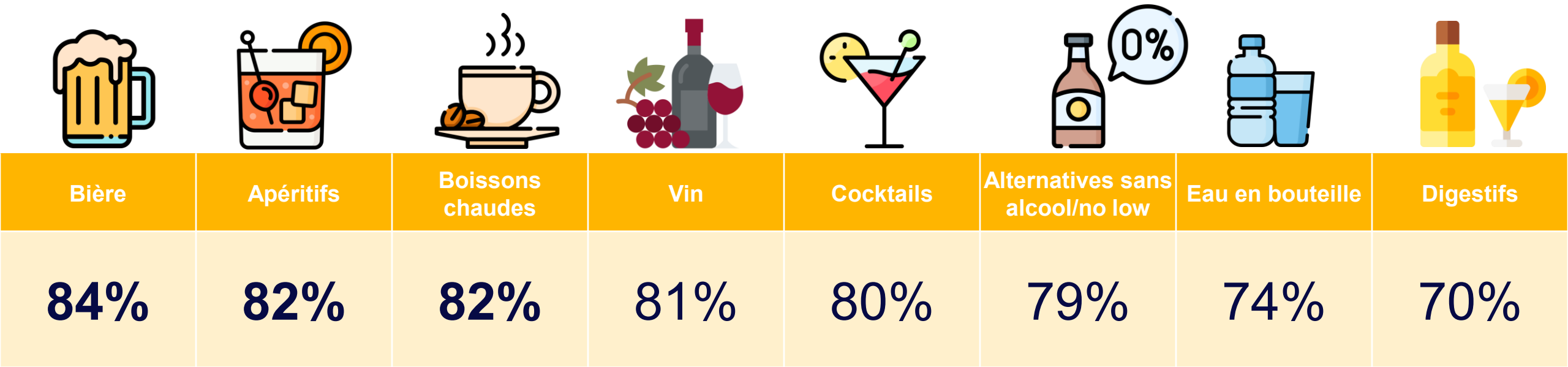


Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 750

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 

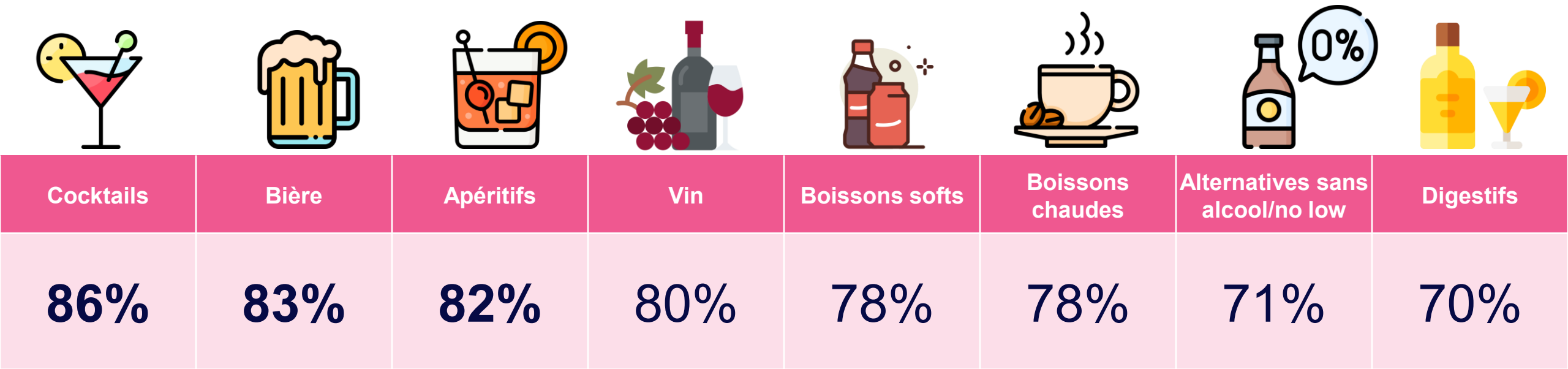


Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 61 - 233

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 🤩



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 59 - 233

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 



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 50 - 236

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

+31pts pour la Gen-Z

+14pts pour les Parisiens



32%

Oui



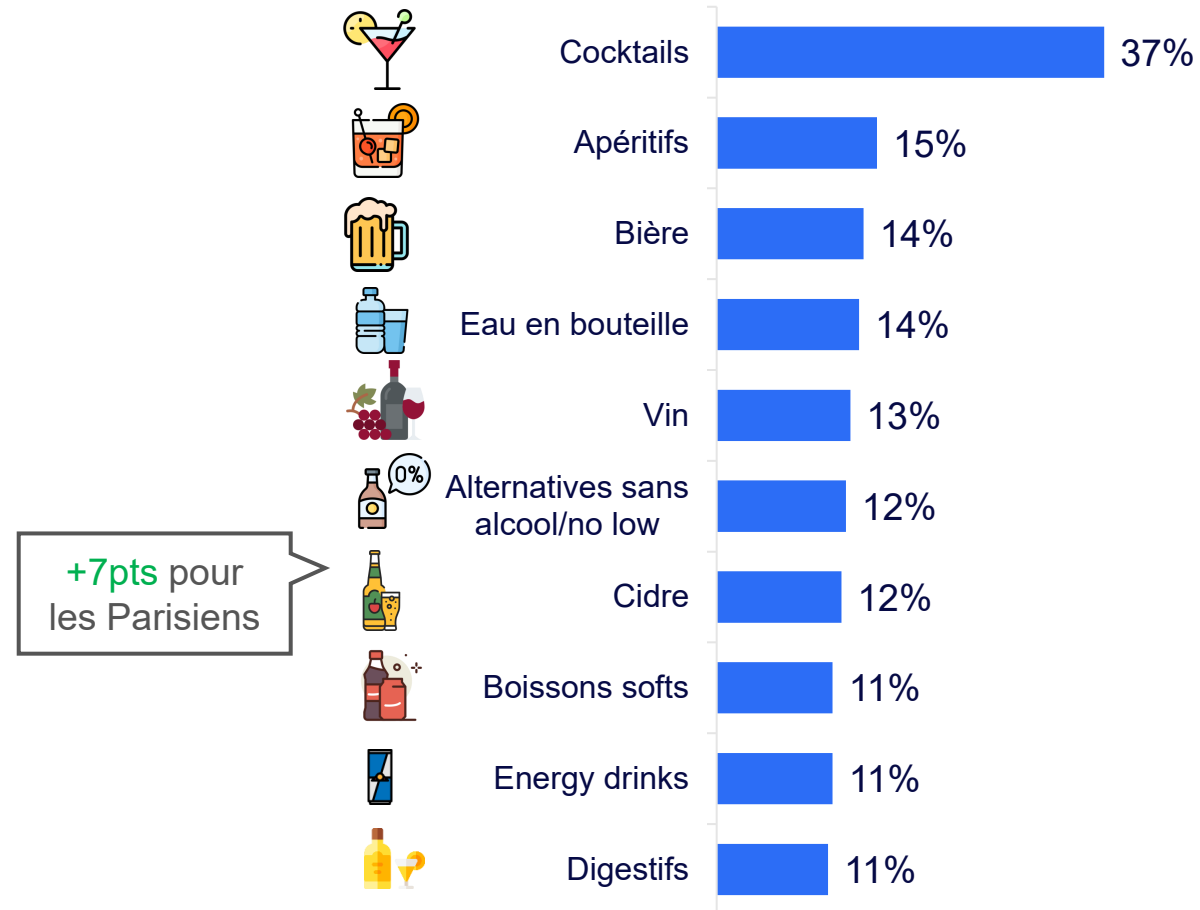
68%

Non

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 148 - 724

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 December 2025 – Sample: 68 - 233

Indices clés : Pronostics pour le mois prochain





74%

Prévoient de sortir manger au restaurant au cours du mois prochain

+4pts pour les Parisiens

36%

Prévoient de sortir boire un verre au cours du mois prochain

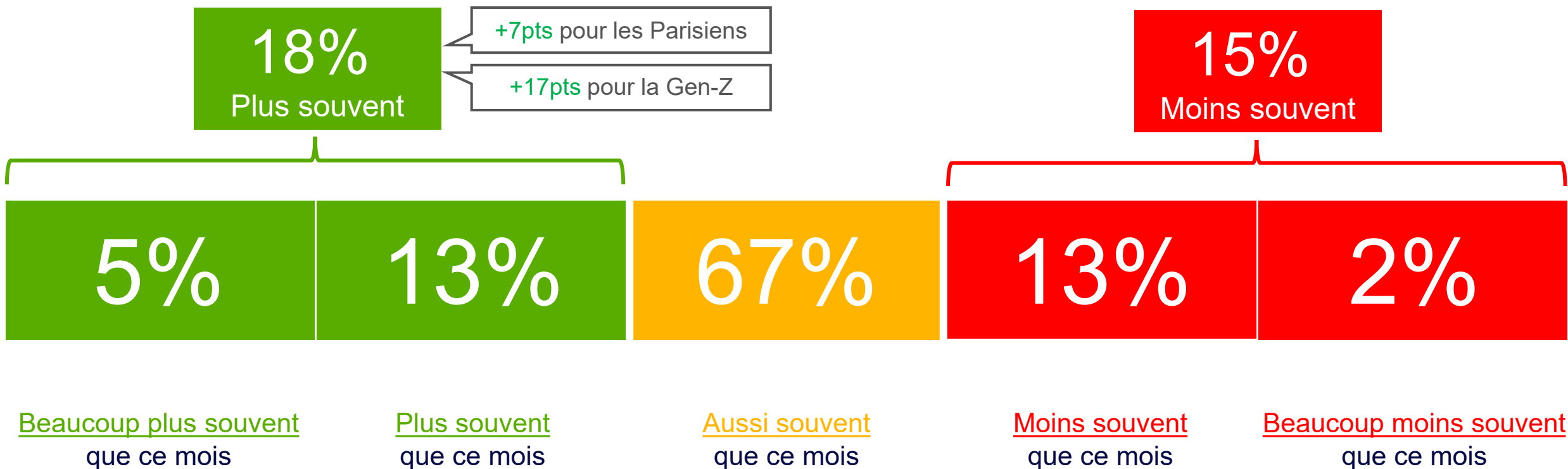


Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report December 2025 – Sample: 150 - 748



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 December 2025 – Sample: 138 - 682

Suivez de près les tendances 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
& Insight*



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.

Pour plus
d'informations sur
la façon dont CGA
by NielsenIQ peut
vous aider à vous
développer sur le
hors domicile,
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



ANDREW PETROU

Senior Consumer Research Executive

andrew.petrou@nielseniq.com



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