



RAPPORT « PULSE » CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, Août 2026

NielsenIQ powered by **CGA** intelligence



Aperçu de la fréquentation des établissements en août

Les vagues de chaleur exceptionnelles et les vacances façonnent la demande et les choix de boissons

Fréquentation en août

La fréquentation reste légèrement inférieure aux niveaux de l'année dernière en août, prolongeant la tendance observée en juillet. Cela est probablement dû aux épisodes de canicule qui pèsent sur le secteur : moins de consommateurs déclarent sortir pour boire un verre (-4pts), parallèlement à une baisse de la fréquentation au cours de la semaine et des différents moments de la journée.

Cependant, davantage de consommateurs déclarent sortir pour manger (+4pts) et boire un verre (+2pts) par rapport à juillet, et la fréquentation globale a légèrement augmenté (+2pts). La période des vacances d'été a encouragé les consommateurs à visiter le CHR malgré les défis caniculaires persistants, le vendredi et le samedi restant des jours clés pour attirer les consommateurs.

Les habitudes de fréquentation reviennent à leur pic annuel d'août avec des adaptations dues à la météo. Réfléchissez à la manière de réengager les consommateurs en quête de détente et de plaisir, en capitalisant sur l'expérience estivale

Tendances de consommation et de boissons

La bière reste la boisson la plus consommée en CHR en août. Cependant, l'eau en bouteille présente la plus forte croissance du mois (+5pts), suivie par les boissons no/low (+3pts) quand les boissons chaudes ont connu un fort recul (-5pts), ce qui souligne comment les conditions météorologiques exceptionnelles continuent de façonner les choix de boissons vers des options plus légères, plus rafraîchissantes et à plus faible teneur en alcool, sans sacrifier l'expérience de la consommation hors domicile.

De plus, l'expérimentation reste élevée : 1 consommateur sur 3 a essayé une nouvelle boisson au cours du mois, et près de 2 sur 3 pour la Gen-Z. Les cocktails sont le premier choix parmi ceux qui recherchent la nouveauté, suivis du vin et de la bière.

Alors que les consommateurs adaptent leurs choix de boissons et leurs comportements aux épisodes de canicule, les opportunités restent fortes grâce à des boissons innovantes à faible teneur en alcool qui répondent à la demande saisonnière de boissons rafraîchissantes et estivales



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 d'**août 2026**, 750 consommateurs âgés de 18 ans et plus ont été interrogés entre le 13 et le 17 août 2026. 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



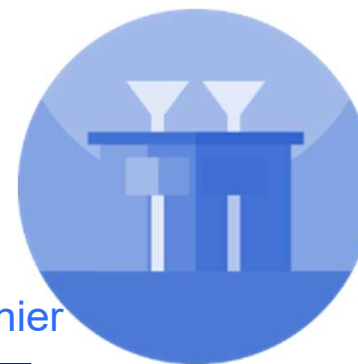
90%

des consommateurs sont sortis manger au cours du mois dernier

+1pt par rapport à août de l'année dernière

56%

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



-4pts par rapport à août de l'année dernière

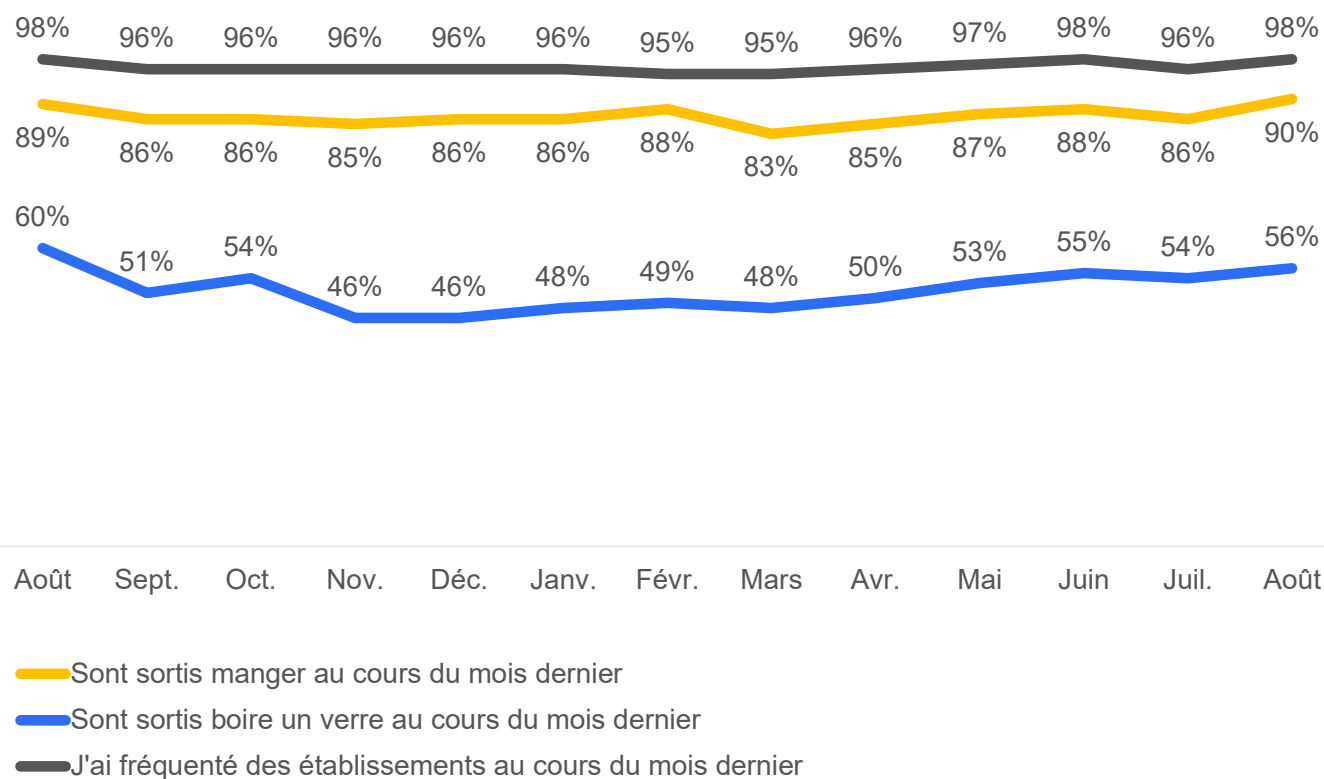
SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (750)

RÉTROSPECTIVE



FRÉQUENCE DE VISITE EN CHR AU COURS DE CES DERNIERS MOIS

Taux de fréquentation annuels des établissements



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (750)

En moyenne, les
consommateurs ont
fréquenté
les établissements

6,1
fois en août

6,5 fois en août de l'année
dernière

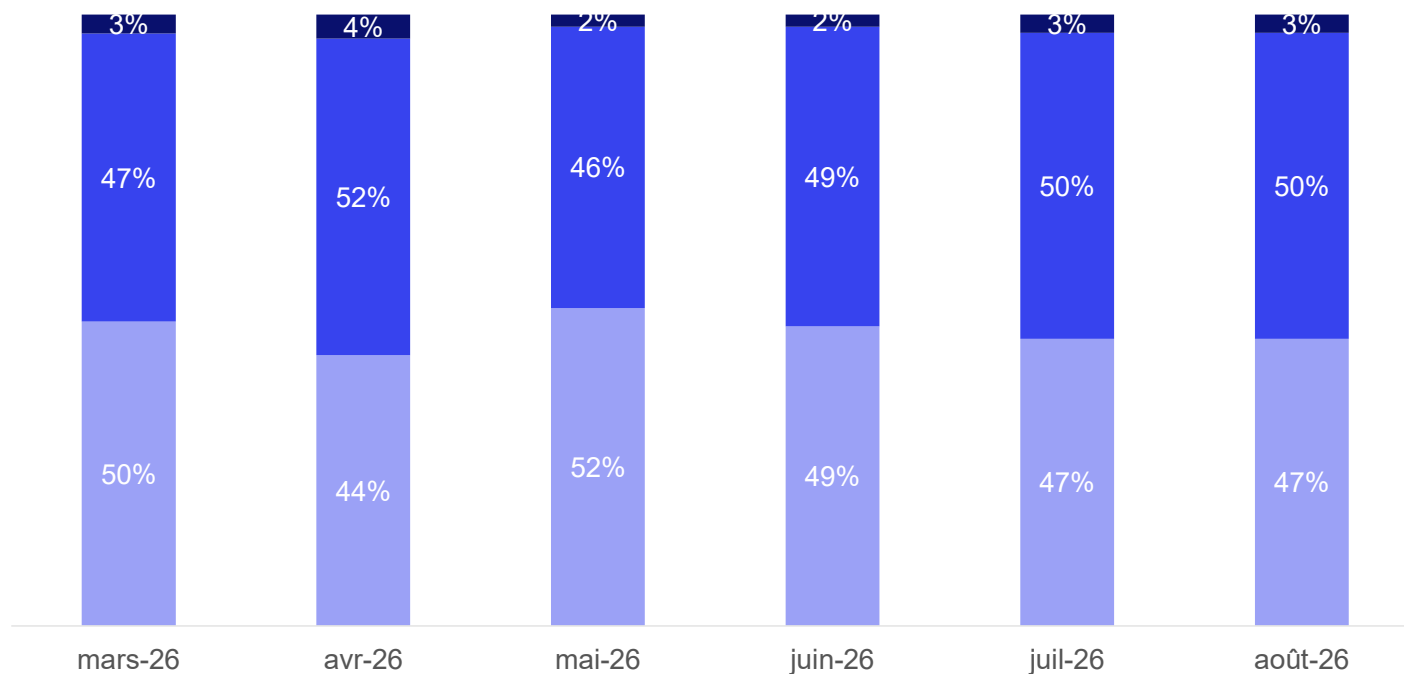
NIQ

powered by CGA intelligence

À QUELLE FRÉQUENCE VOUS ÊTES-VOUS RENDU(E) EN CHR AU COURS DU MOIS ÉCOULÉ ?

Fréquence de visite en CHR au cours de ces derniers mois

■ Tous les mois ■ Toutes les semaines ■ Tous les jours



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (733)

Confidentiel et exclusif

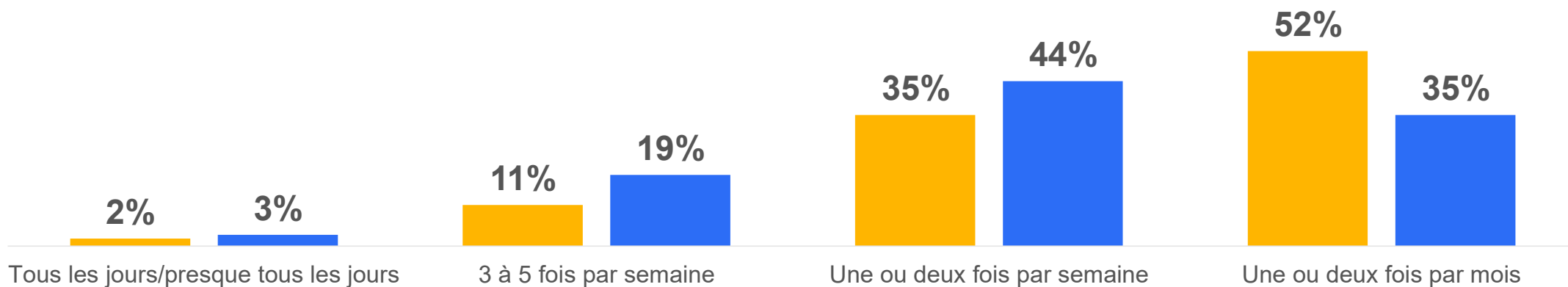
© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

FRÉQUENCE DE VISITE EN CHR AU COURS DU MOIS DERNIER POUR MANGER ET POUR BOIRE UN VERRE

Question posée aux personnes qui sont sorties pour manger et/ou boire un verre au cours du mois dernier



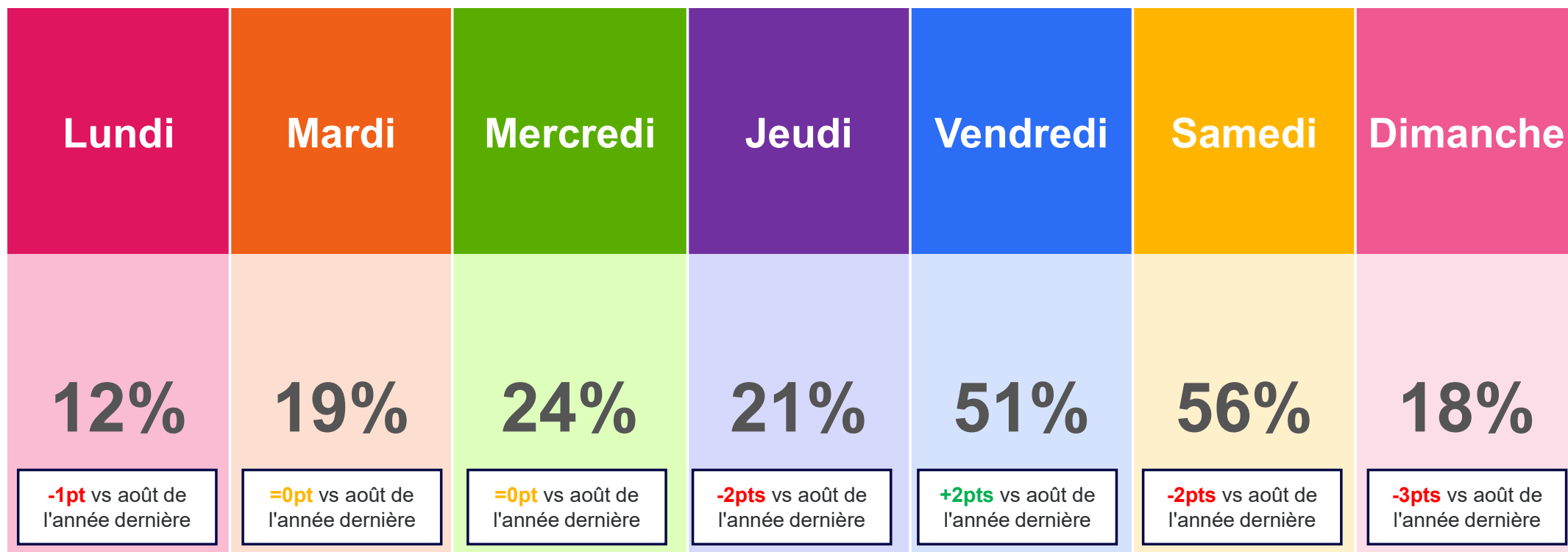
Pour manger Pour boire un verre



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (419 - 672)

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

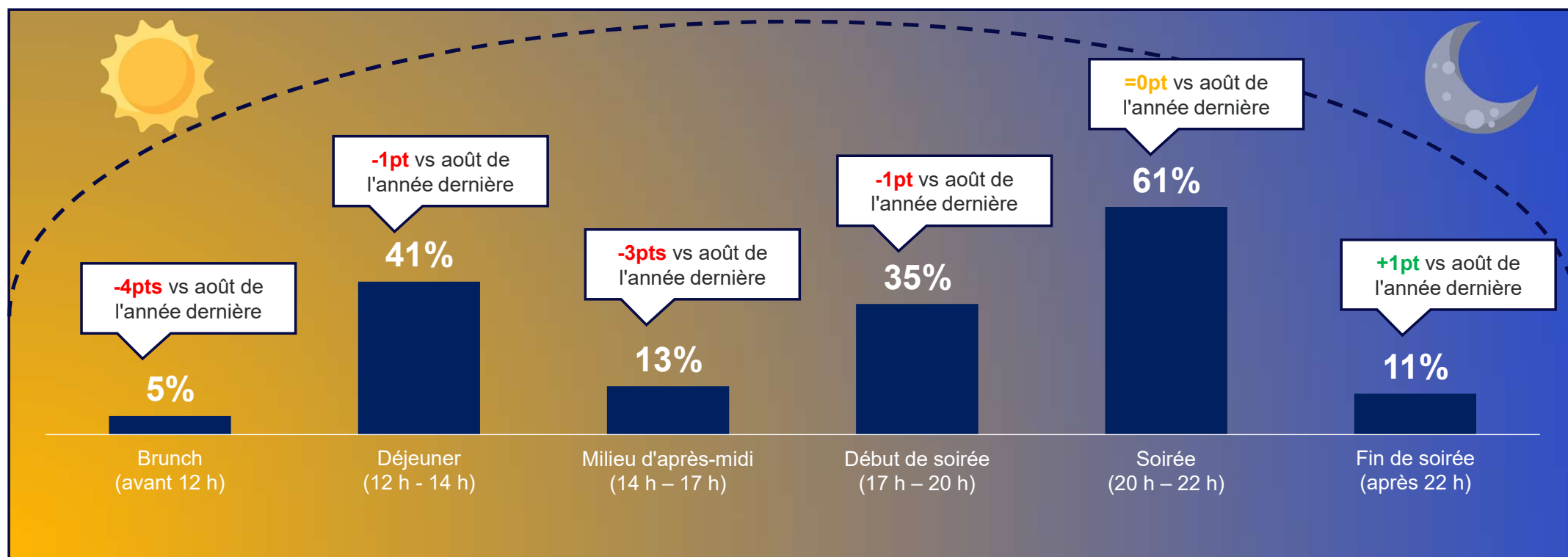
Fréquentation en CHR selon les jours de la semaine au cours du mois dernier



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (727 - 733)

À QUELS MOMENTS DE LA JOURNÉE AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉ DES BARS, DES RESTAURANTS ET DES LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS DERNIER ?

Fréquentation en CHR selon les moments de la journée au cours du mois dernier



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (726 - 733)



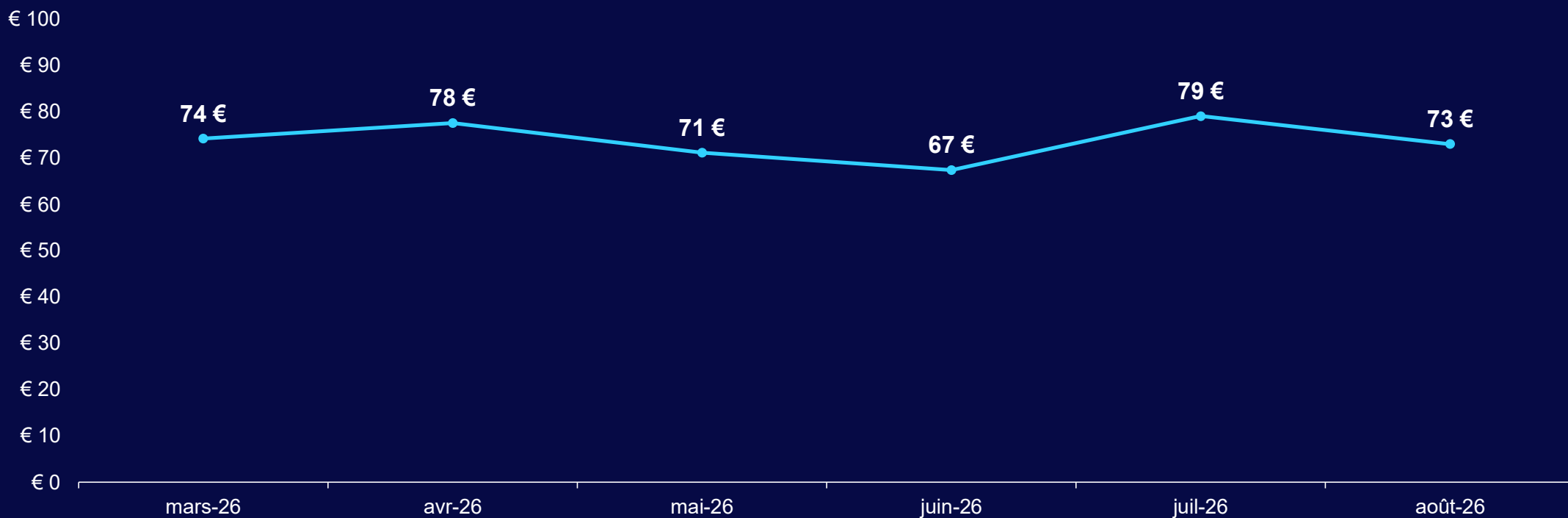
powered by CGA intelligence

Confidentiel et exclusif

© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

COMBIEN AVEZ-VOUS DÉPENSÉ POUR MANGER ET BOIRE À L'EXTÉRIEUR AU COURS DU MOIS DERNIER ?

Dépense mensuelle moyenne par personne dans les établissements au cours des six derniers mois



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (733)



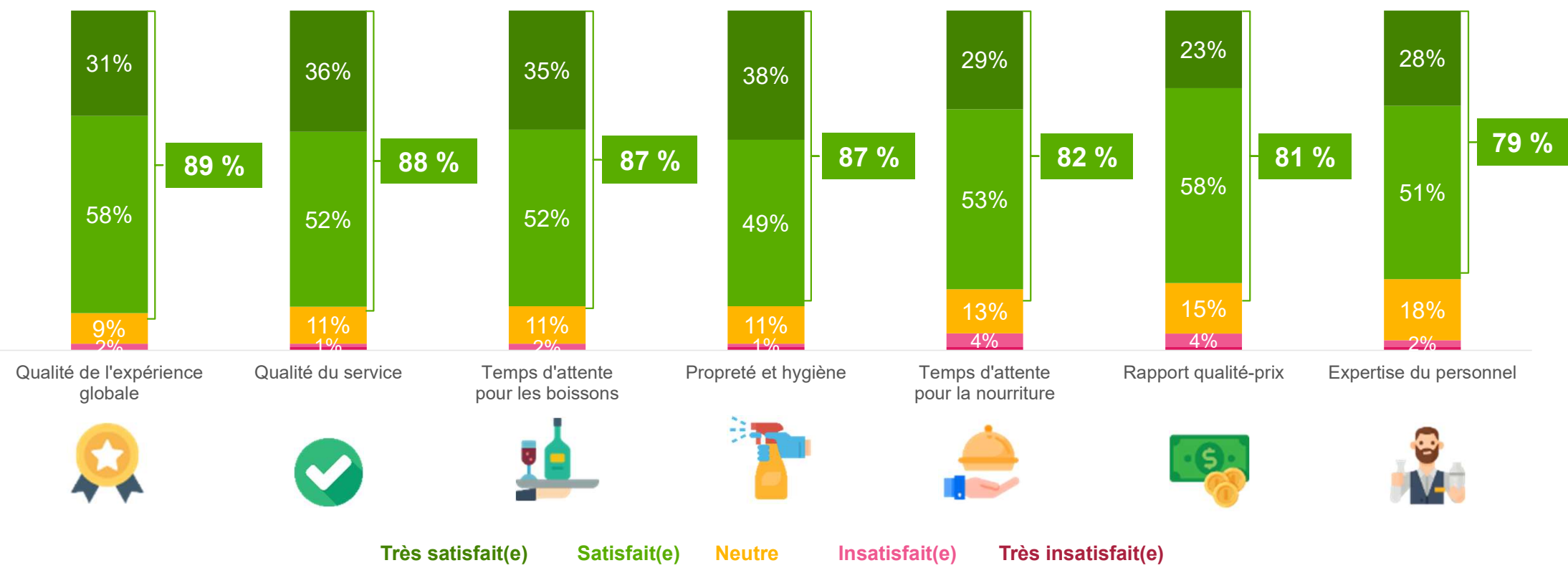
powered by  intelligence

Confidentiel et exclusif

© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

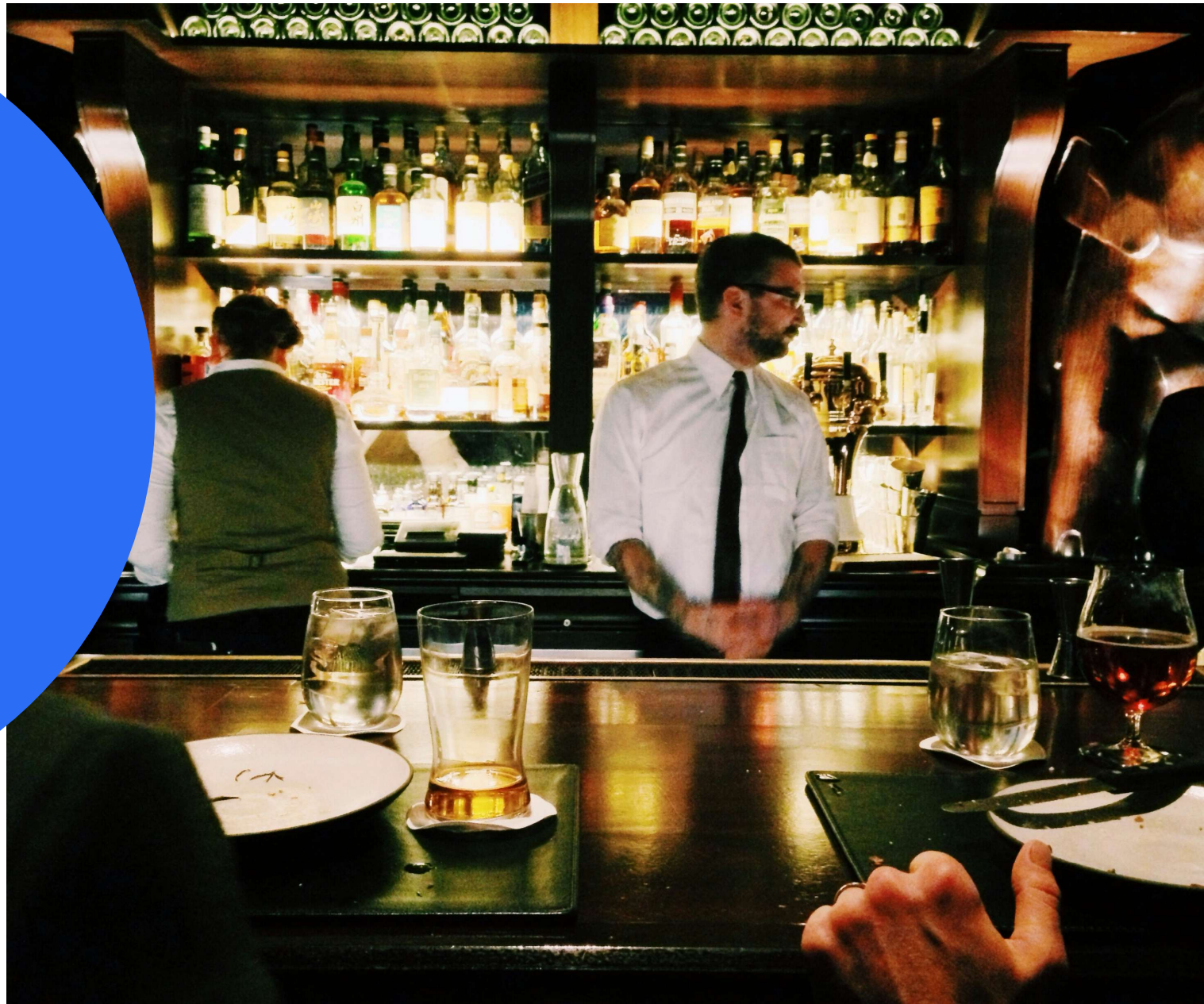
SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion de consommateurs très satisfaits/satisfaits de...



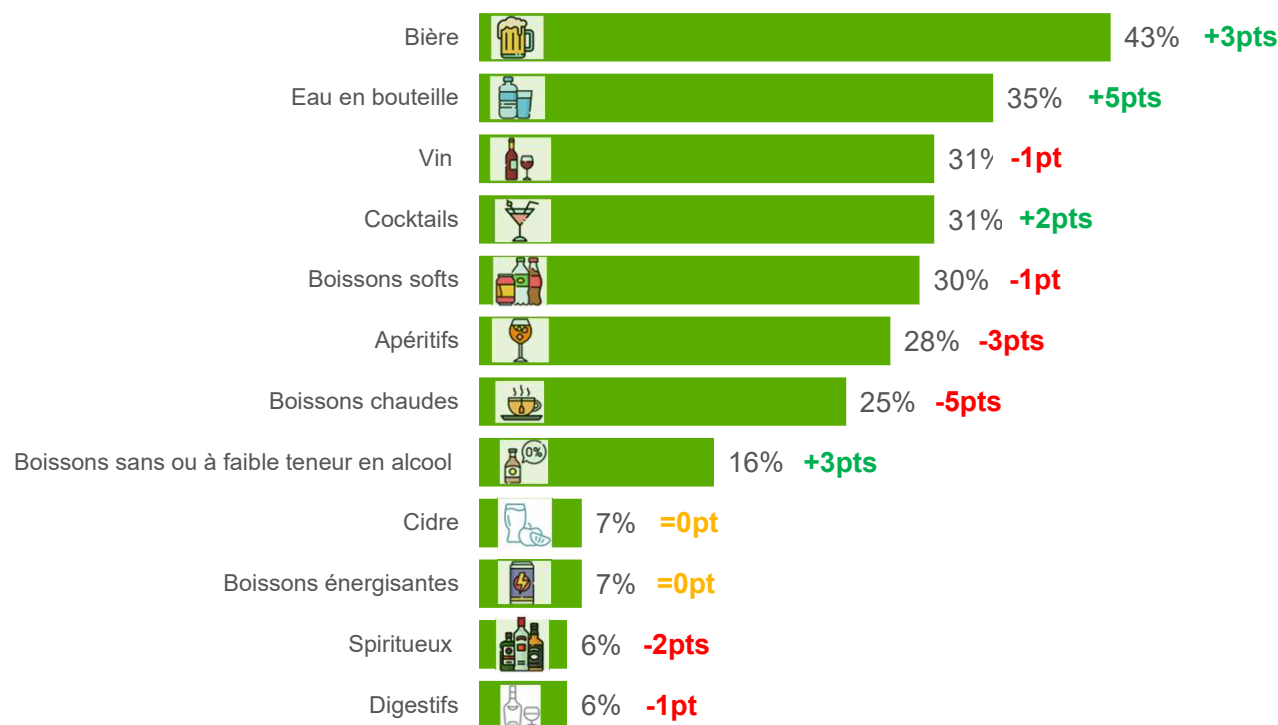
SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (672 - 733)

Indices Clés : Les Catégories



LESQUELLES DES **BOISSONS** SUIVANTES AVEZ-VOUS CONSOMMÉES DANS DES BARS, RESTAURANTS OU AUTRES LIEUX SIMILAIRES AU COURS DU MOIS DERNIER ?

Choix de boissons des personnes ayant fréquenté les établissements au cours du mois dernier / Indexé par rapport à août de l'année dernière



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (351 - 733)



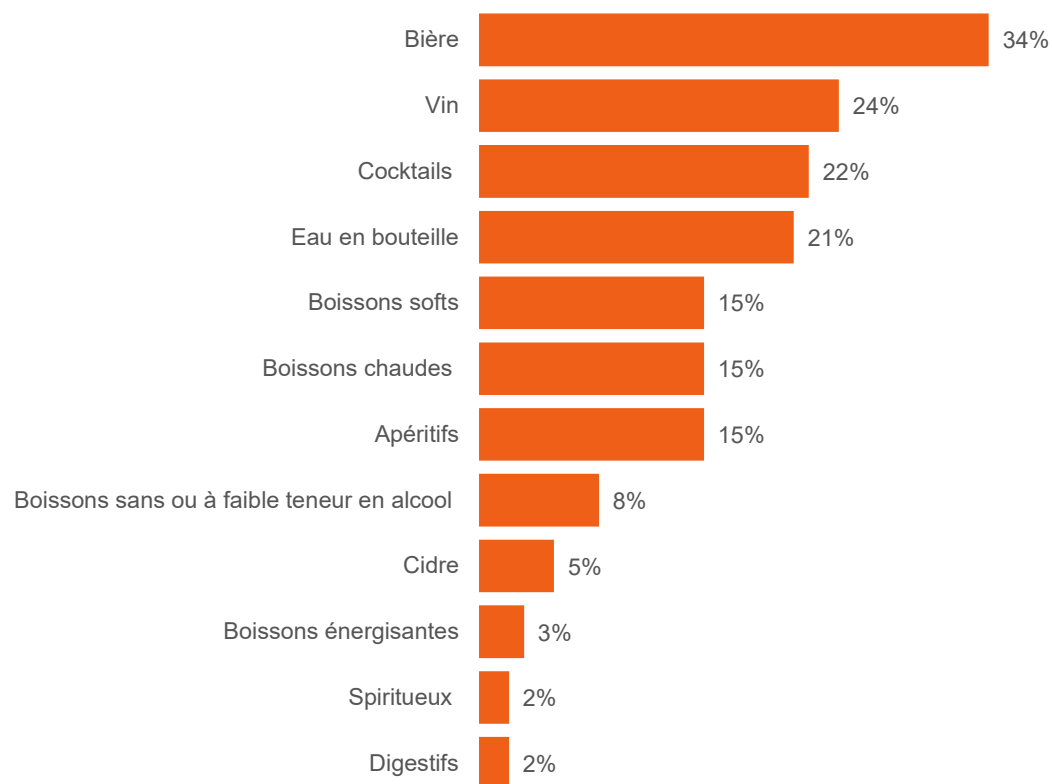
powered by **CGA** intelligence

Confidentiel et exclusif

© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

EN PENSANT À VOTRE **VISITE LA PLUS RÉCENTE** DANS UN BAR, UN RESTAURANT OU UN LIEU SIMILAIRE, LESQUELLES DES CATÉGORIES SUIVANTES AVEZ-VOUS CONSOMMÉES ?

Choix de boisson le plus récent des personnes ayant fréquenté les établissements au cours du mois dernier



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (733)



powered by  intelligence

Confidentiel et exclusif

© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

34%

des consommateurs
ont essayé une nouvelle
boisson lors d'une sortie
au cours du mois dernier

Gen-Z	Millenials	Gen-X	Boomers
64%	45%	27%	11%

SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (157 - 733)



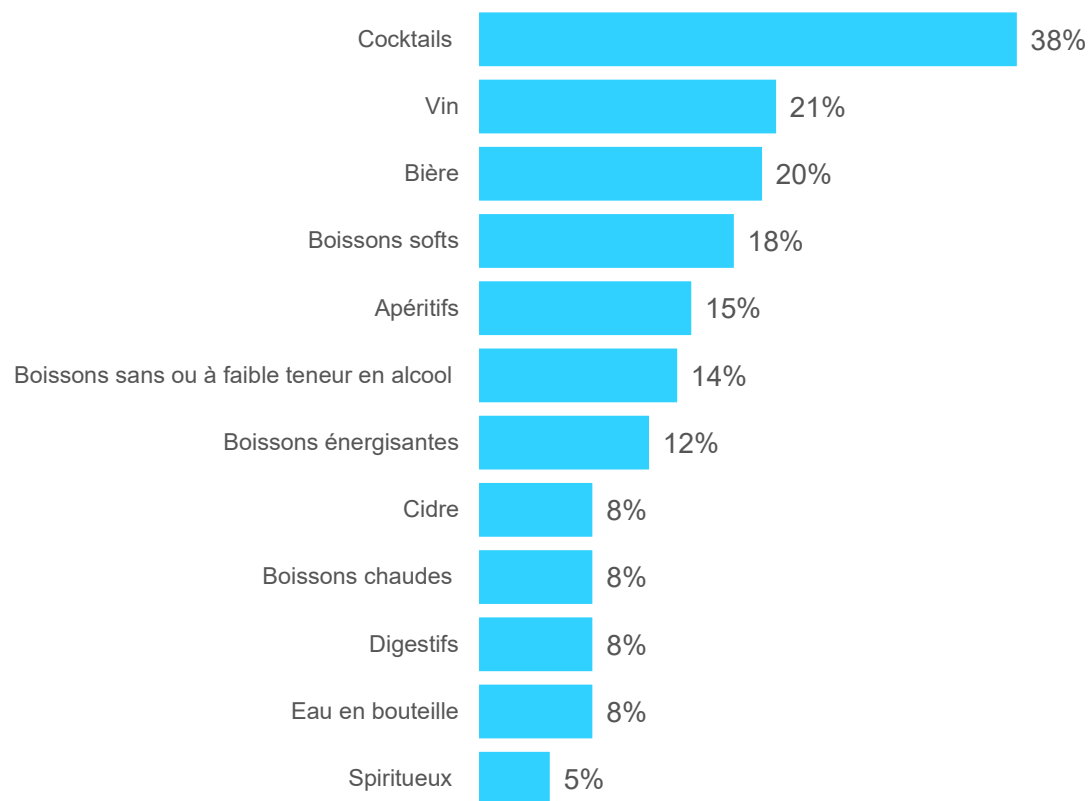
powered by  intelligence

Confidentiel et exclusif

© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

À QUELLE CATÉGORIE APPARTENAIT LA NOUVELLE BOISSON ESSAYÉE ?

Demandé seulement aux consommateurs ayant essayé une nouvelle boisson au cours du mois dernier



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (249)



powered by  intelligence

Confidentiel et exclusif

© 2026 Nielsen Consumer LLC. Tous droits réservés.

Indices clés : Pronostics pour le mois prochain



PERSPECTIVES



77%

des consommateurs prévoient de sortir
manger le mois prochain

+6pts pour la Gen-Z

48%

des consommateurs prévoient de sortir
boire un verre le mois prochain

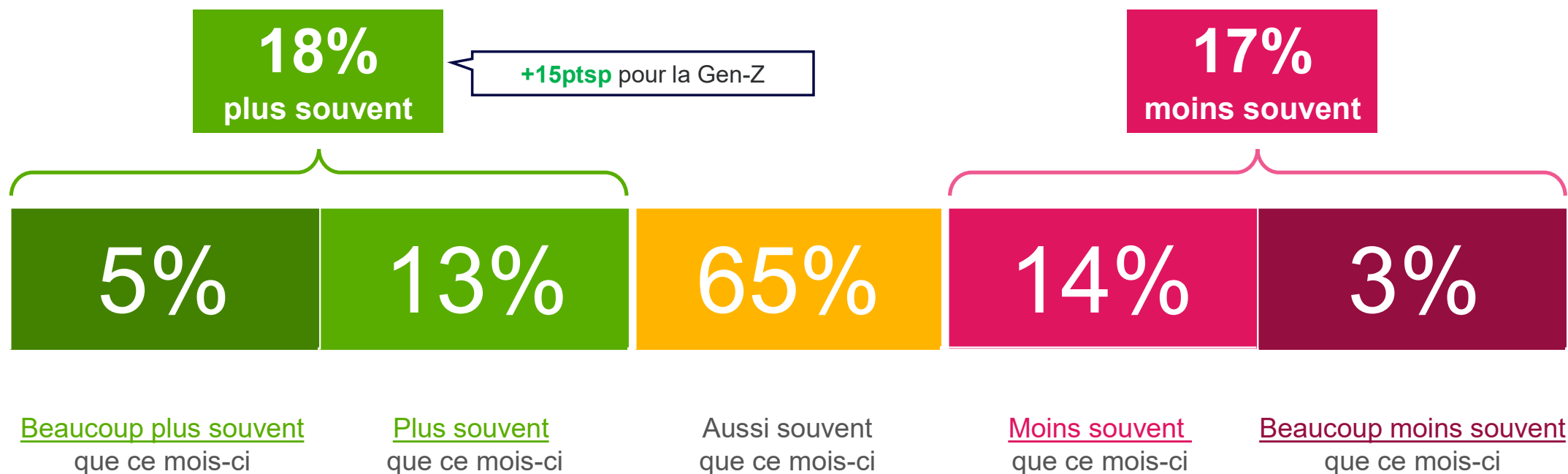


+7pts pour la Gen-Z

SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AÔÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (158 - 750)

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

Question posée aux personnes prévoyant de fréquenter les établissements le mois prochain



SOURCE : RAPPORT NIQ ON PREMISE PULSE D'AOÛT 2026 POUR LA FRANCE, ÉCHANTILLON (153 - 705)

Thirsty Trends

Beverage Alcohol industry news & insights

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 Thirsty Trends dès aujourd'hui

NIQ
powered by **CGA** intelligence



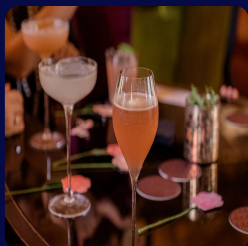
CGA : Les outils consommateurs ou opérateurs

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.



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.



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.



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.



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.



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



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](#)