

A group of people at a social gathering, possibly a bar or restaurant, holding drinks with lemons and mint. The scene is dimly lit, suggesting an evening setting. The people are engaged in conversation and holding their drinks up, some with black straws. The drinks are clear with ice, lemons, and mint leaves. The overall atmosphere is social and relaxed.

RAPPORT « PULSE » CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, Avril 2026

NielsenIQ powered by **CGA** intelligence

Point sur la fréquentation en CHR en Avril

Alors que le printemps est à l'horizon, les cocktails prennent de l'ampleur

La fréquentation

Avec 83 % des consommateurs étant sorti pour manger au cours du mois dernier, les occasions axées sur la restauration continuent de dominer le paysage, malgré une baisse de -5 pts depuis le mois dernier.

Les sorties pour boire un verre sont restées sous les 50 % ces derniers mois. Elles présentent cependant un public plus engagé avec 45 % des consommateurs qui sortent **toutes les semaines** pour boire un verre, vs 39 % pour ceux qui sortent manger.

Tendances saisonnières émergentes

La bière (40 %), les boissons chaudes (30 %) et les apéritifs (28 %) étaient les boissons les plus consommées au mois d'avril. Malgré une hausse prometteuse de la bière et des cocktails (+4 pts), la plupart des boissons sont en baisse vs n-1.

Les cocktails et la bière se distinguent comme les catégories les plus performantes en termes de satisfaction, de rapport qualité-prix, d'attractivité

Les cocktails gagnent en popularité, cette demande mérite d'être exploitée – pensez aux cocktails de saison.





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'avril 2026, 750 consommateurs âgés de 18 ans et plus ont été interrogés entre le 16 et 22 avril 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



85%

Des consommateurs sont sortis manger au cours du mois dernier

-4 pts vs n-1

+1 pt pour les Parisiens

50%

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

+2 pts vs n-1

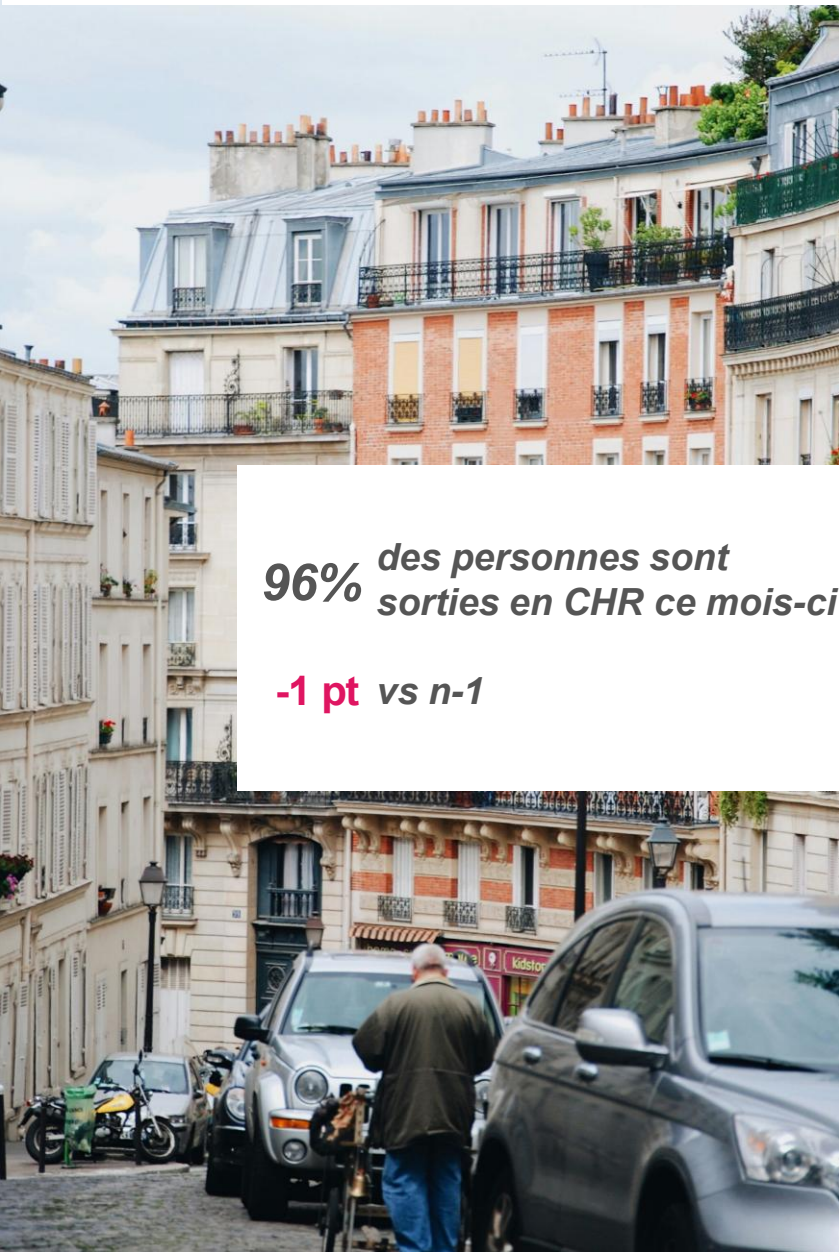
+2 pts pour les Parisiens

+2 pts pour la Gen-Z



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 156 - 750

RÉTROSPECTIVE

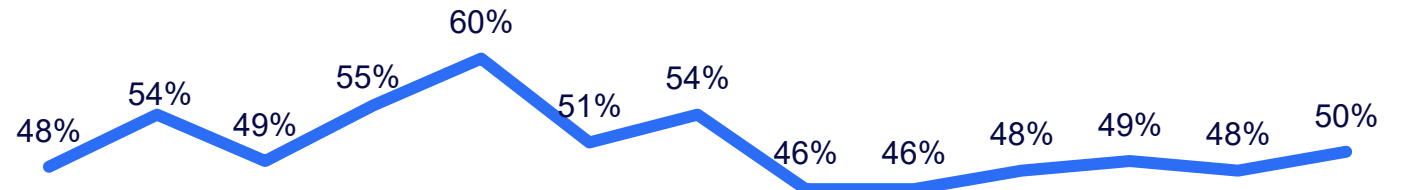
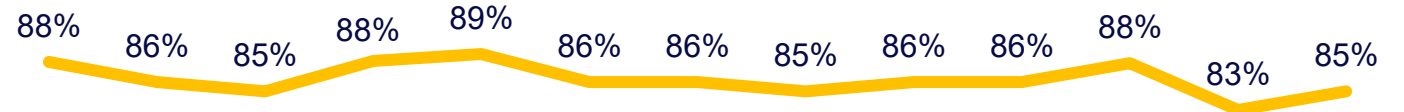


96% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci

-1 pt vs n-1

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visites dans les établissements CHR



Avril Mai Juin Juil. Aout Sept. Oct. Nov. Dec. Jan. Fev. Mars Avril

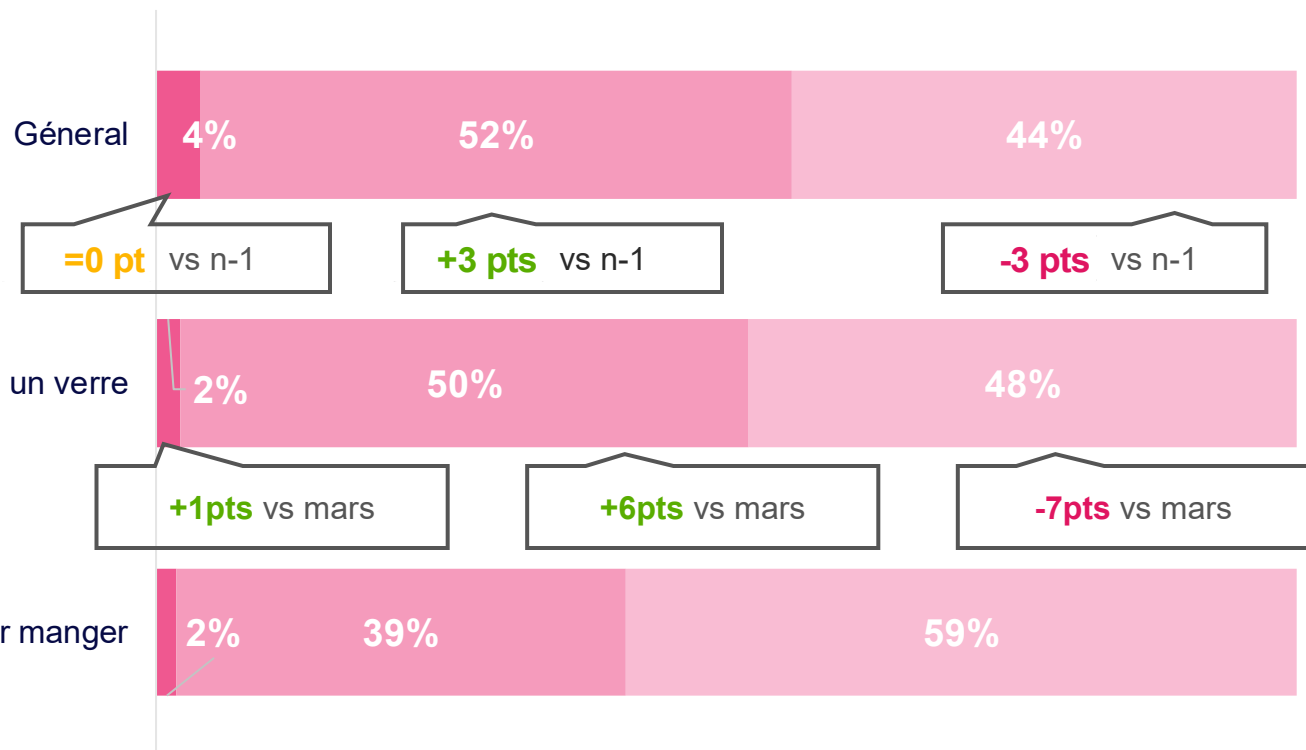
— Sont sortis manger au cours du mois dernier
— Sont sortis boire un verre au cours du mois dernier

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report February 2025, 2026 – 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



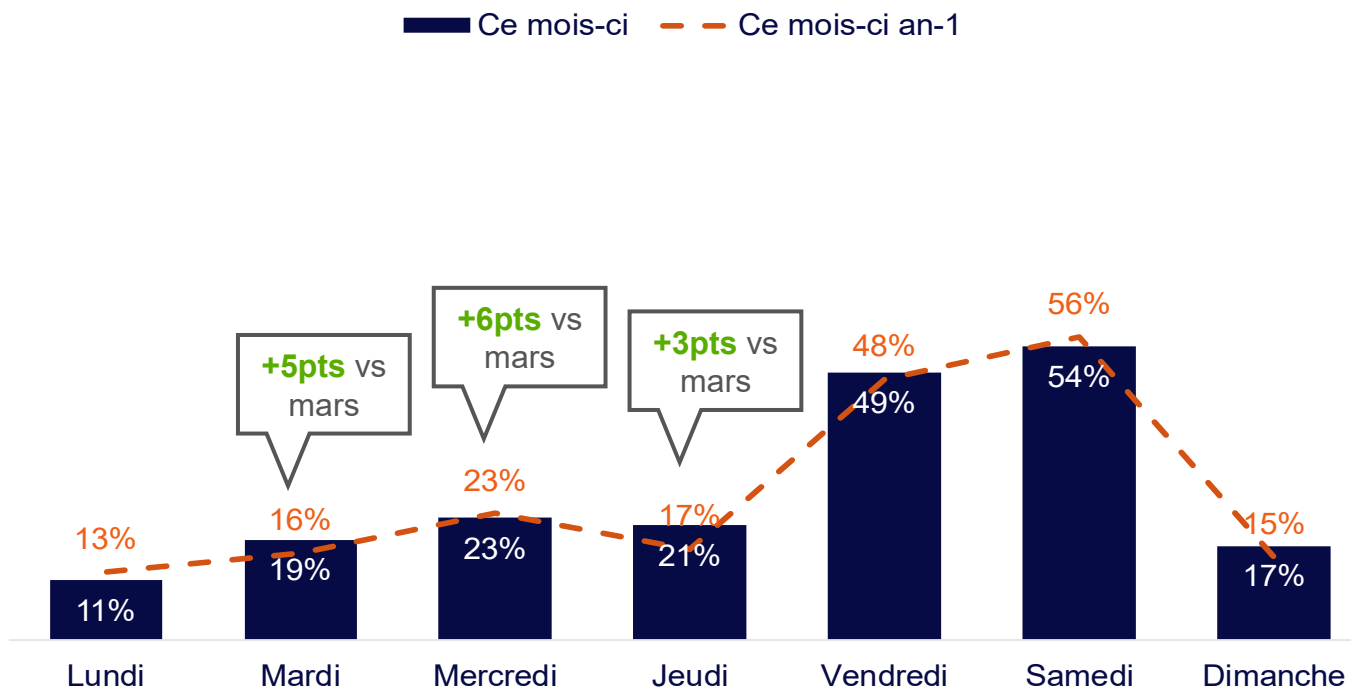
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 377 - 727





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

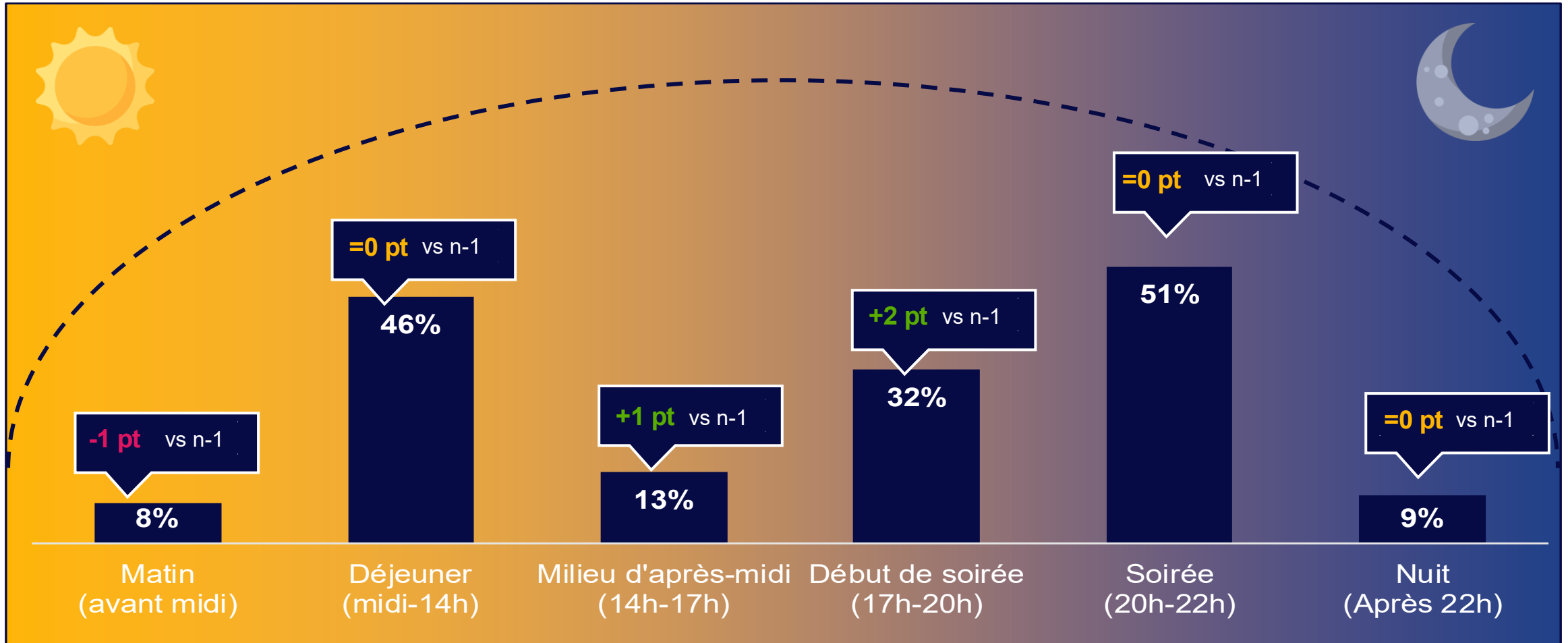
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs n-1)



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 718 - 727

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS SELON LES JOURS DE LA SEMAINE

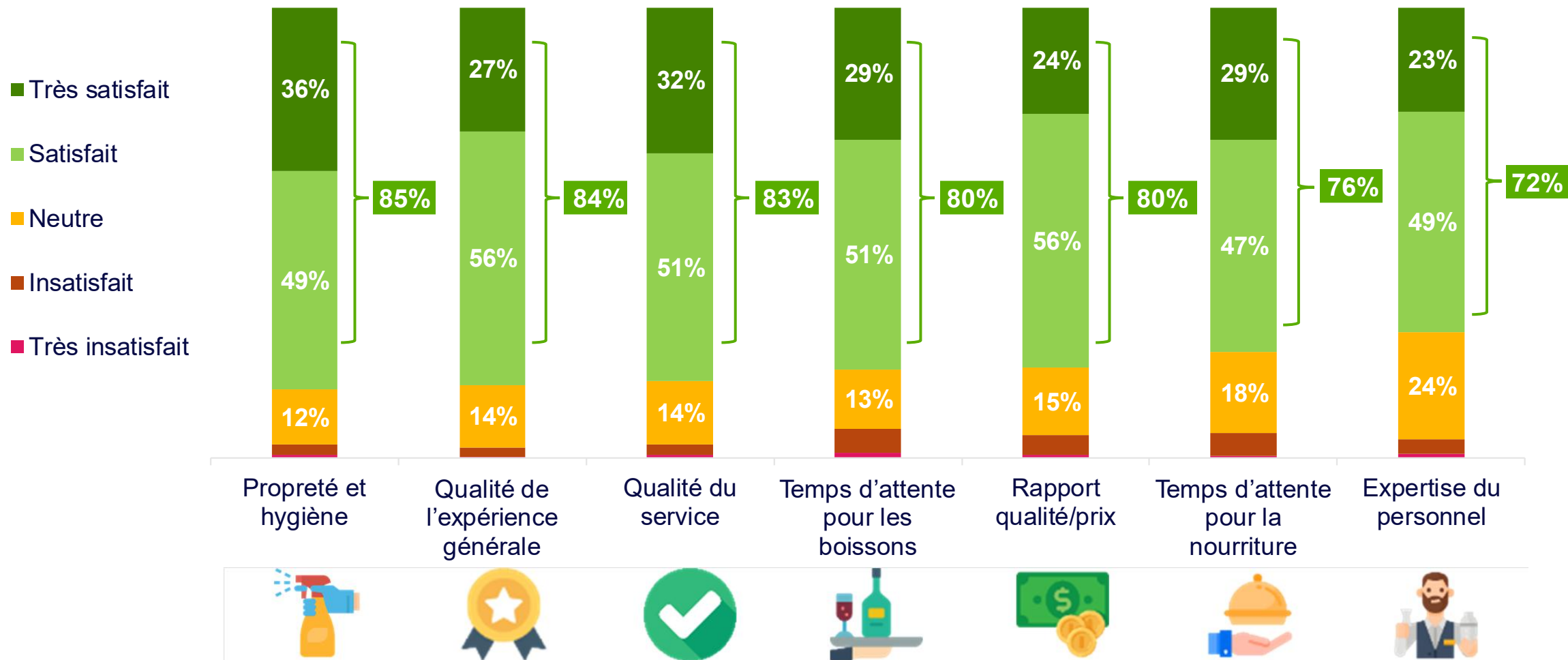
Moments de la journée pour sortir en CHR



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 715 - 727

SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion des consommateurs satisfaits/très satisfaits



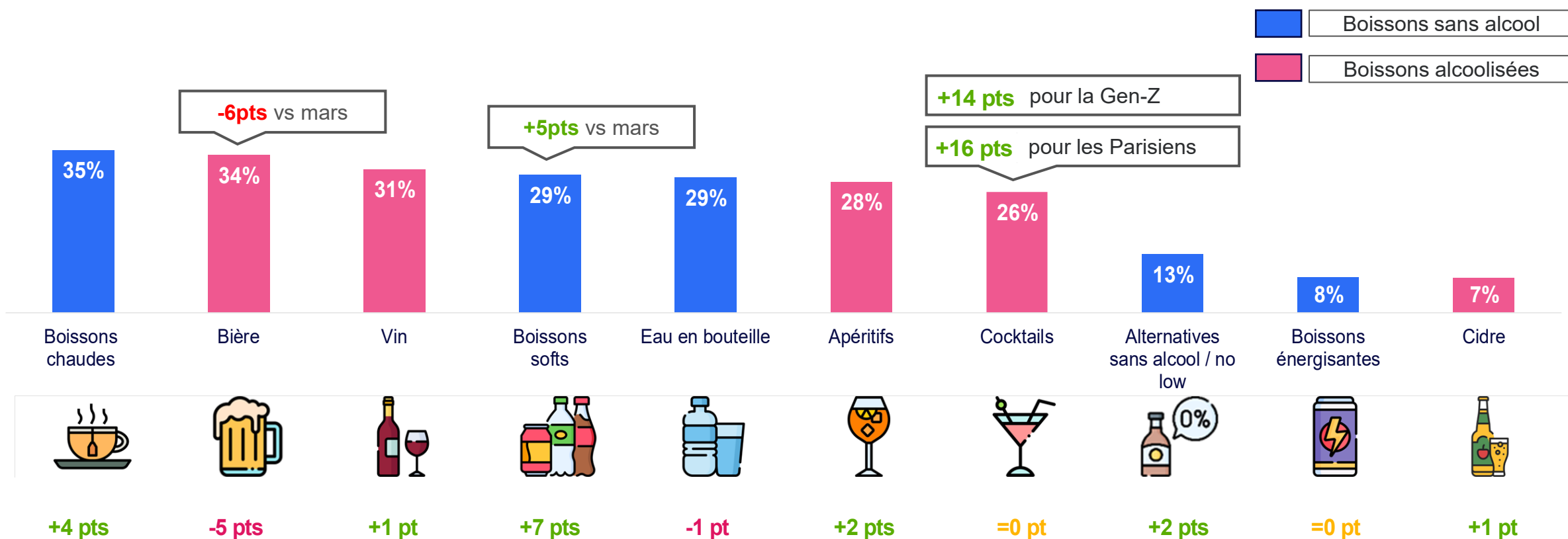
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 634 - 750

Indices Clés : Les Catégories



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

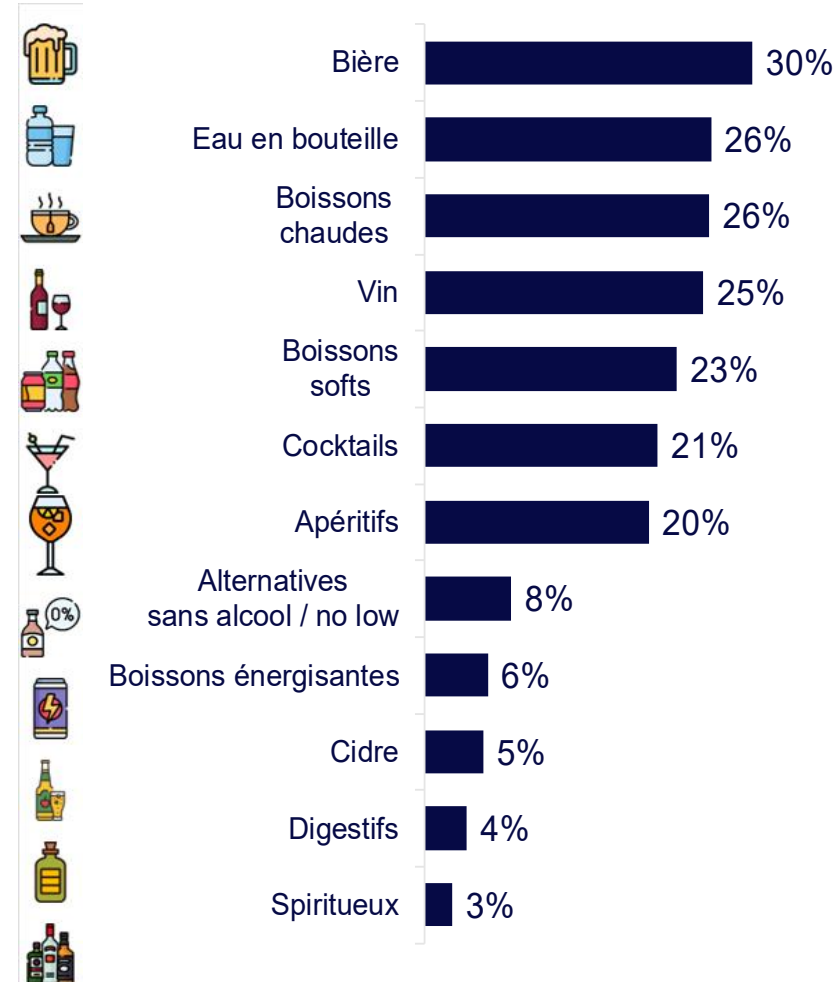
Top 10 des boissons les plus populaires auprès des consommateurs | Indexé vs. n-1



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 151 - 727

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 April 2026 – 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 

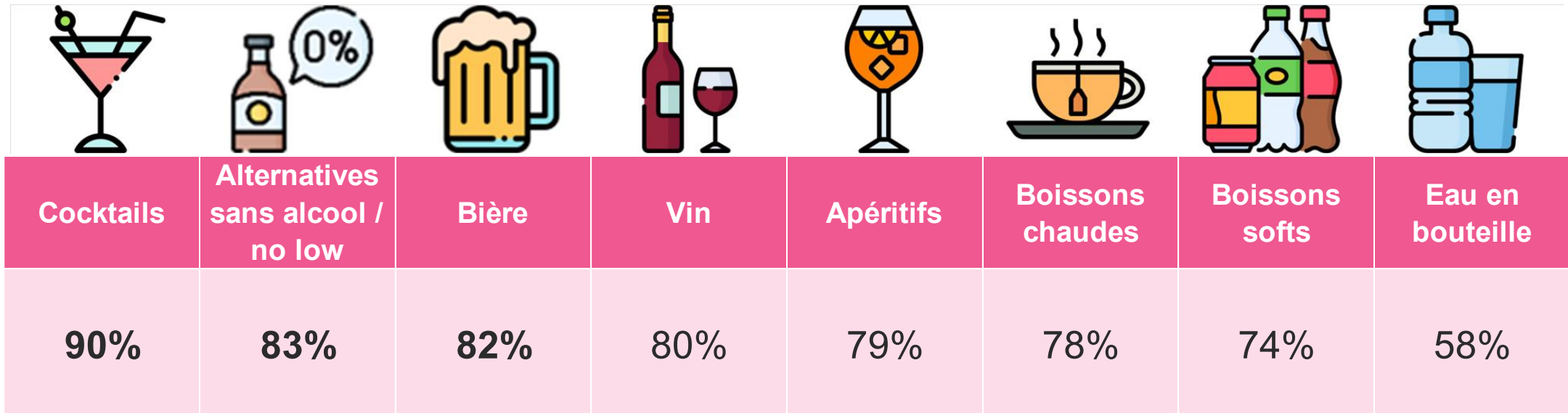
 Vin	 Cocktails	 Alternatives sans alcool / no low	 Boissons chaudes	 Bière	 Boissons softs	 Eau en bouteille	 Apéritifs
87%	85%	83%	81%	81%	79%	78%	76%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 59 - 222

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 April 2026 – Sample: 59 - 222

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** 

 Alternatives sans alcool / no low	 Vin	 Boissons softs	 Apéritifs	 Bière	 Cocktails	 Boissons chaudes	 Eau en bouteille
92%	91%	88%	87%	86%	85%	85%	79%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 59 - 222



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

+29 pts pour la Gen-Z
+15 pts pour les Parisiens



32%
Oui

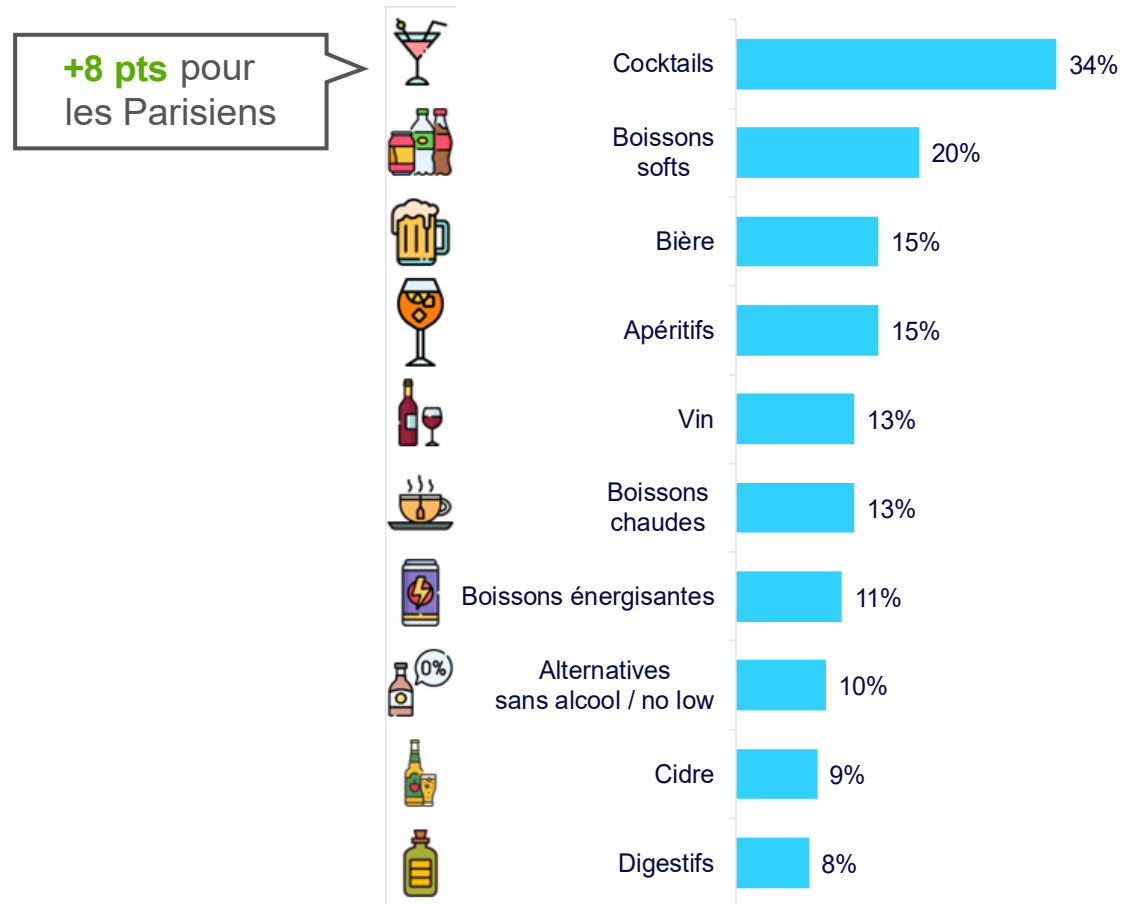


68%
Non

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 151 - 718

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 April 2026 – Sample: 71 - 230

Indices clés : Pronostics pour le mois prochain





74%

Prévoient de sortir manger au restaurant
au cours du mois prochain

-1 pt pour les Parisiens

44%

Prévoient de sortir boire un verre au
cours du mois prochain

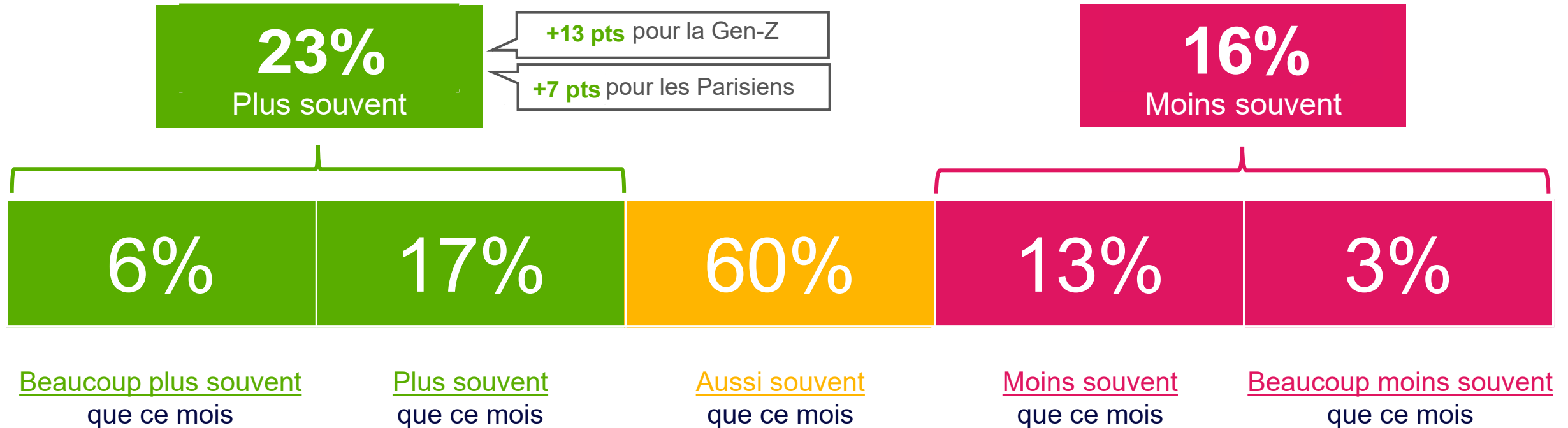
+3 pts pour les Parisiens



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report April 2026 – Sample: 156 - 745

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 April 2026 – Sample: 147 - 691

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](#)