

A background photograph showing a group of people at a social event, clinking glasses of lemonade or similar refreshing drinks. The scene is dimly lit, suggesting an evening or indoor setting with ambient lighting. The focus is on the hands and glasses in the foreground, with people's faces slightly blurred in the background.

RAPPORT « PULSE » CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, Juillet 2026

NielsenIQ powered by **CGA** intelligence

Point sur la fréquentation du CHR en Juillet.

Chaleur record et ferveur sportive qui dopent la fréquentation.

La canicule freine les sorties, mais prolonge les soirées

Marqué par plusieurs épisodes de canicule, le mois de juillet 2026 a été plus compliqué pour le CHR qu'à la même période l'an dernier. La fréquentation recule vs N-1, avec des consommateurs déclarant sortir moins régulièrement au cours du mois.

Pour autant, ceux qui ont continué à fréquenter les établissements ont adapté leurs habitudes aux fortes chaleurs, privilégiant davantage les sorties en semaine et des occasions plus tardives.

Entre la recherche de fraîcheur en soirée et les matchs tardifs de la Coupe du Monde, les consommateurs ont décalé leurs visites vers la fin de journée et la nuit, offrant aux établissements des opportunités sur de nouveaux créneaux de consommation.

Consommation & mois d'Août

La bière conserve sa place de boisson la plus consommée en CHR en juillet. Cependant, c'est l'eau en bouteille qui signe la meilleure progression du mois, avec un gain de +5pts par rapport à n-1. Dans un contexte de fortes chaleurs, les consommateurs adaptent leurs comportements aux conditions climatiques.

Pour le mois d'août, les intentions de sortie sont positives. La période estivale, les déplacements liés aux vacances et l'envie de profiter de moments conviviaux devraient soutenir la fréquentation des établissements. Dans un contexte propice à la détente et au plaisir, les consommateurs continueront à rechercher des expériences sociales et gourmandes, offrant au CHR de belles opportunités pour capitaliser sur l'ambiance estivale.



Consommation hors domicile et vagues de chaleur

Des vagues de chaleur à répétition qui modifient le comportement des consommateurs et nécessitent une adaption du hors domicile.

Un impact net sur la consommation et les comportements

Les périodes de fortes chaleurs ont un effet direct sur la fréquentation du CHR : plus de **1 conso sur 2** déclare réduire, voire interrompre, leur sortie lorsque les températures deviennent trop élevées.

Pour ceux qui continuent à fréquenter les établissements, les habitudes évoluent avec une préférence marquée pour des sorties plus tardives dans la journée, lorsque la chaleur est moins intense. Les occasions de consommation se déplacent ainsi vers la soirée, à la recherche de davantage de confort et de fraîcheur.

Un bouleversement des catégories consommées

L'eau et les boissons glacées connaissent un fort attrait pendant la chaleur à l'inverse, les boissons chaudes, les digestifs et les spiritueux sont moins consommés qu'habituellement.

Près **d'un consommateur sur 3** cherche à éviter la consommation d'alcool pendant les vagues de chaleur, une opportunité de proposer une offre de modération adaptée.

Comment adapter le hors domicile à ce défi climatique?

Une sélection de boissons rafraichissantes, des zones ombragées ou climatisées, sont dans la mesure du possible, des offres à faire valoir auprès des consommateurs pour générer du trafic lors de ces vagues de chaleur de plus en plus fréquentes.

Le hors domicile doit permettre d'hydrater et de rafraichir les consommateurs et d'offrir un refuge de fraîcheur. Seulement 6% des consommateurs constatent une offre différente par temps chaud, il y a donc une opportunité de développer l'adaptation du hors domicile au changement climatique.



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 juillet 2026, 750 consommateurs âgés de 18 ans et plus ont été interrogés entre le 21 et 27 juillet 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



86%

Des consommateurs sont sortis manger au cours du mois dernier

-2 pts vs n-1

+2 pts pour les Parisiens

54%

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

-1 pt vs n-1

=0 pt pour les Parisiens

+3 pts pour la Gen-Z



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 154 - 750

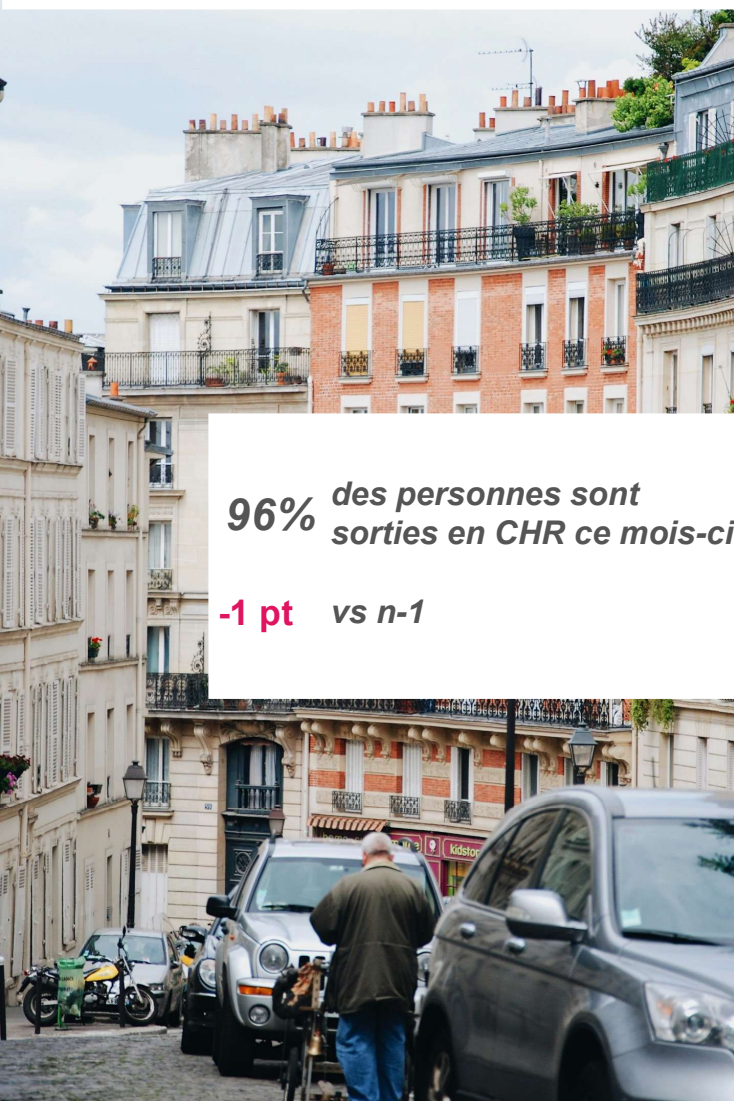
NIQ

powered by CGA intelligence

Confidential and proprietary

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

RÉTROSPECTIVE

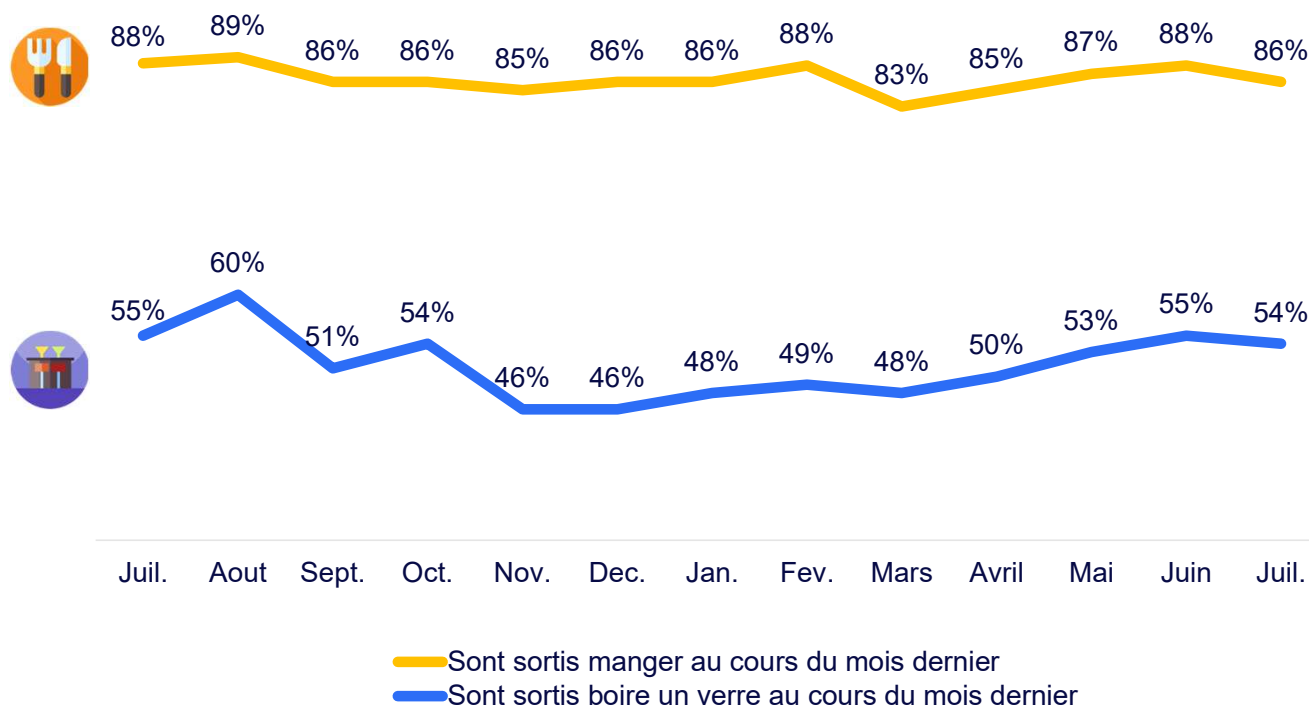


96% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci

-1 pt vs n-1

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visites dans les établissements CHR



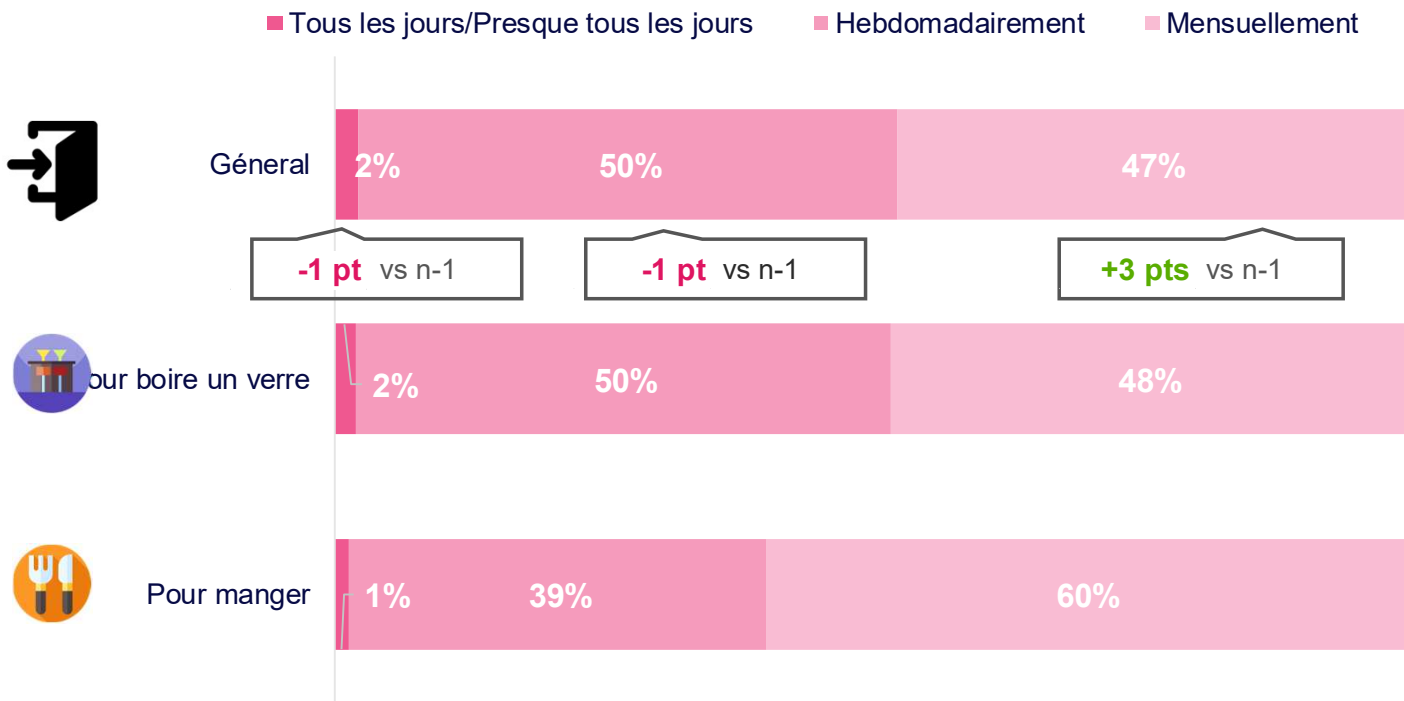
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2025, 2026 – Sample: 750

Confidential and proprietary

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

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



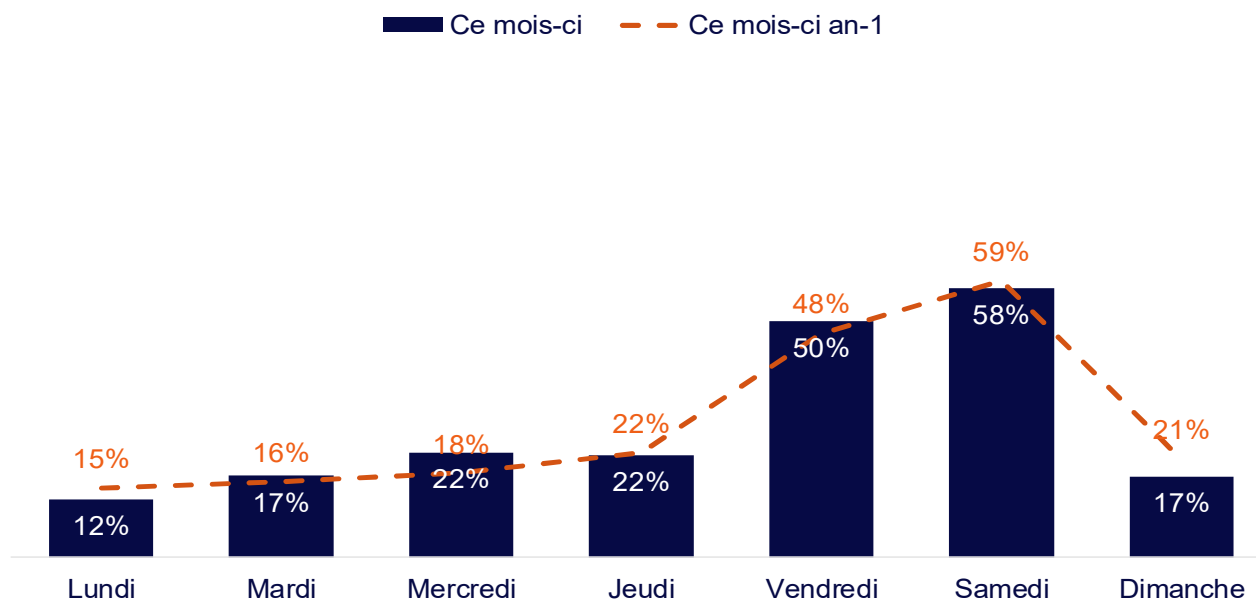
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 404 - 730





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

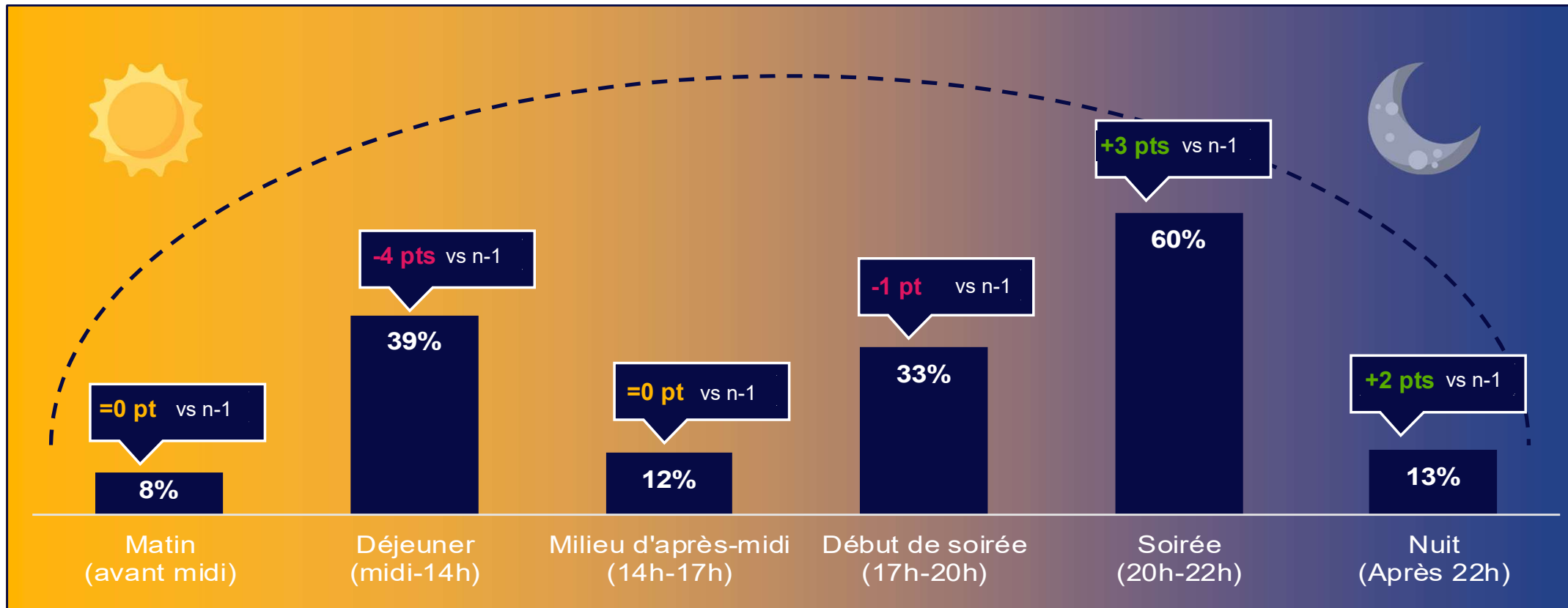
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs n-1)



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 722 - 730

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS SELON LES JOURS DE LA SEMAINE

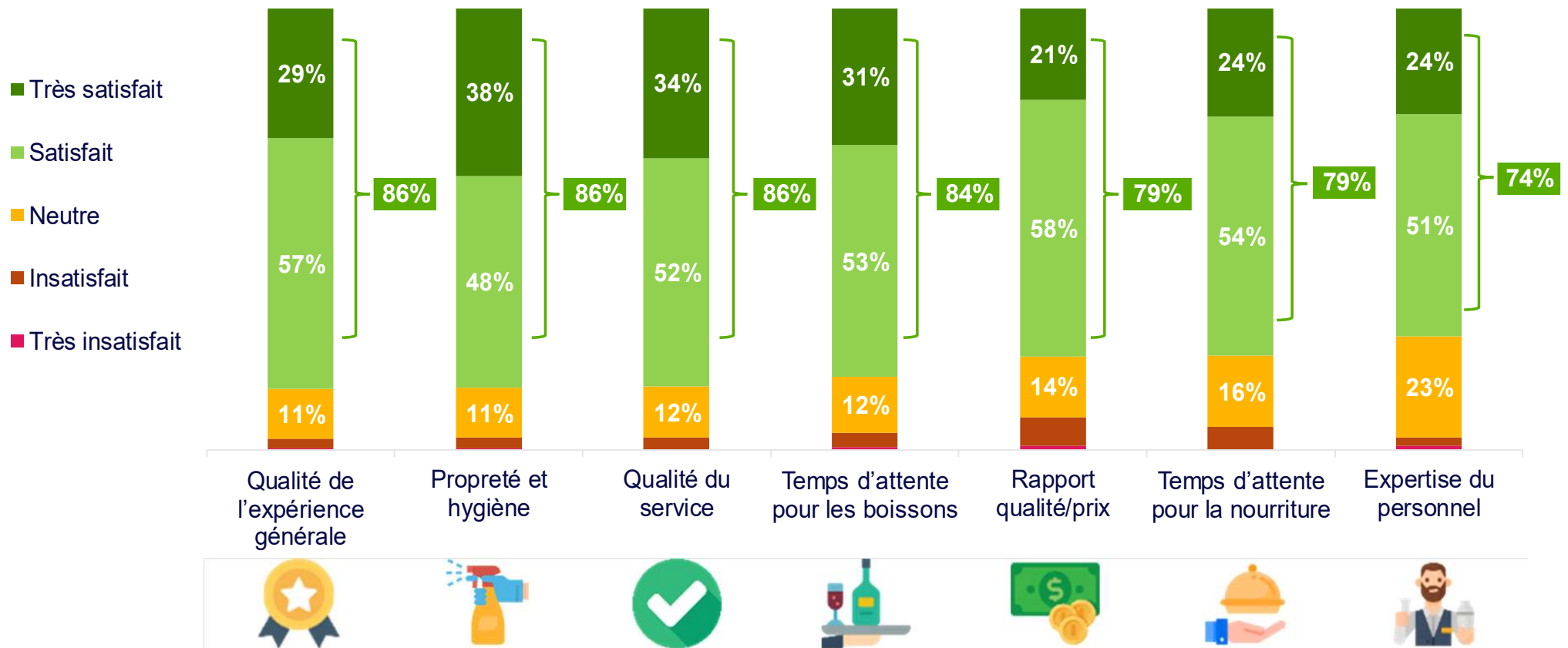
Moments de la journée pour sortir en CHR



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 719 - 730

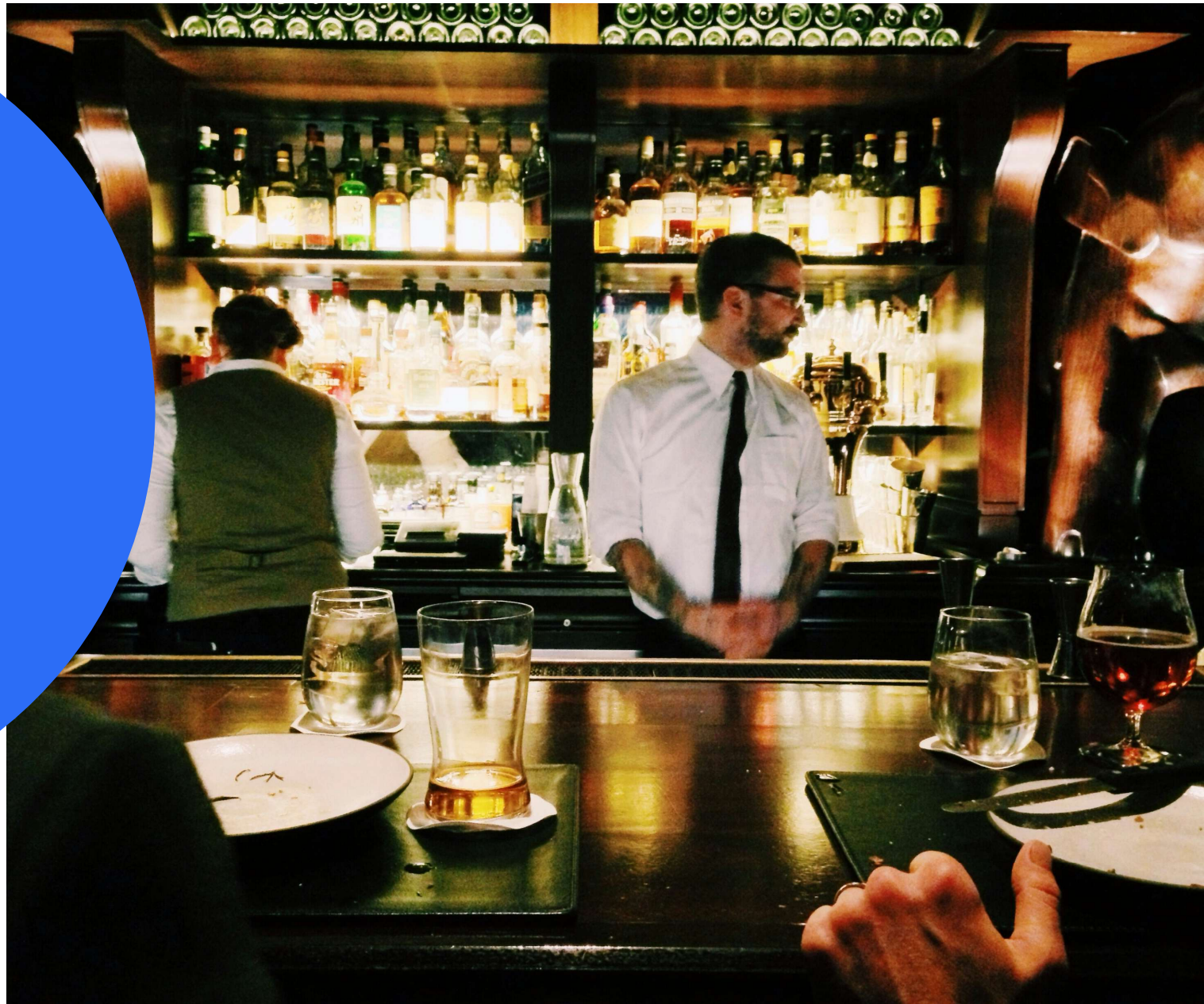
SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion des consommateurs satisfaits/très satisfaits



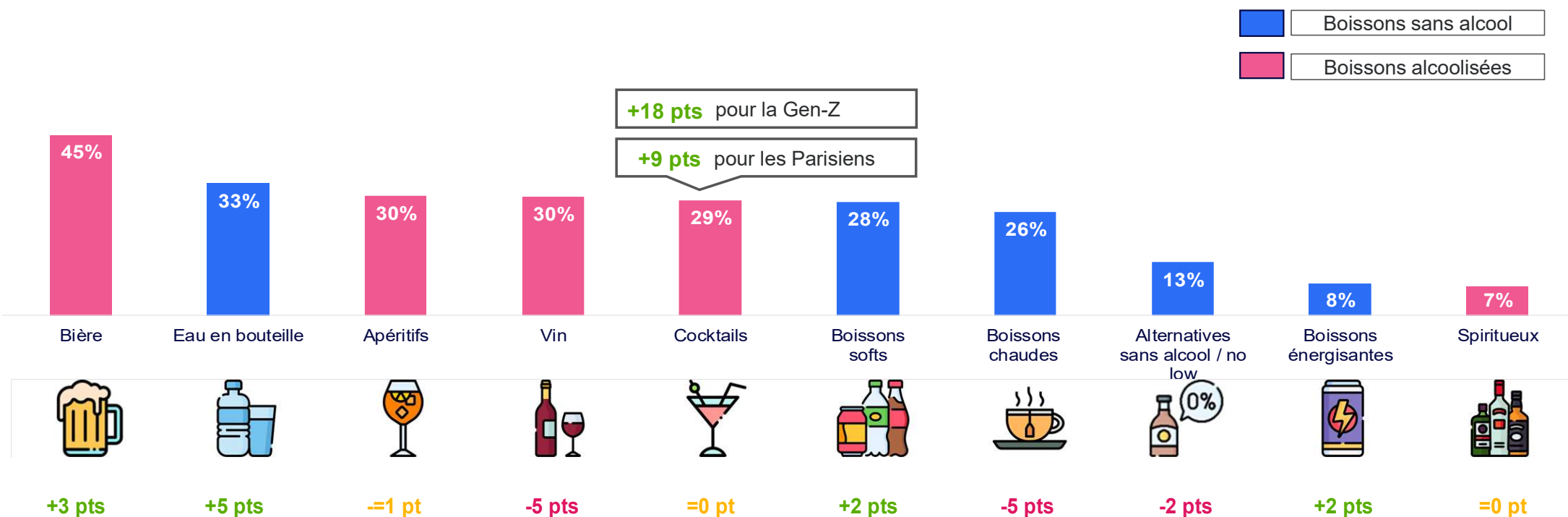
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 644 - 750

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 July 2026 – Sample: 149 - 730

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 July 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 

							
Bière	Vin	Alternatives sans alcool / no low	Boissons chaudes	Apéritifs	Cocktails	Boissons softs	Boissons énergisantes
86%	83%	83%	81%	81%	74%	72%	70%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 50 - 280

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**



Apéritifs	Cocktails	Bière	Alternatives sans alcool / no low	Vin	Boissons softs	Boissons chaudes	Boissons énergisantes
92%	88%	85%	84%	84%	83%	81%	66%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 50 - 280

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 

							
Boissons chaudes	Vin	Bière	Cocktails	Apéritifs	Boissons softs	Eau en bouteille	Alternatives sans alcool / no low
94%	92%	90%	89%	88%	85%	82%	80%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 50 - 280



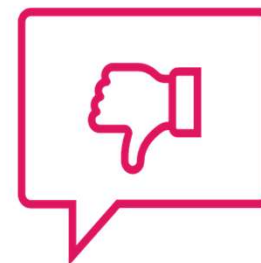
AVEZ-VOUS ESSAYÉ UNE NOUVELLE BOISSON LORS D'UNE SORTIE AU COURS DU MOIS DERNIER ?

+32 pts pour la Gen-Z

+14 pts pour les Parisiens



32%
Oui



68%
Non

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 149 - 722

NIQ

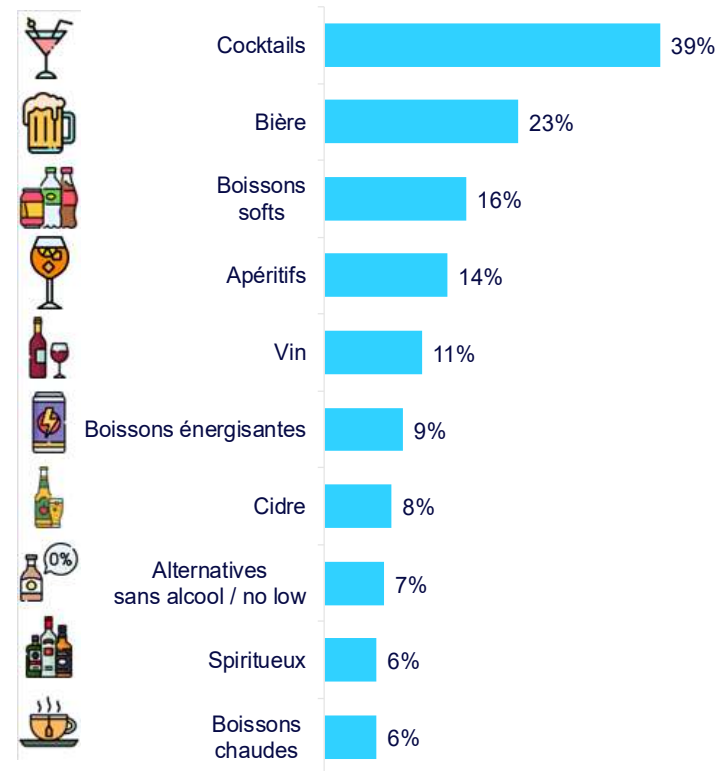
powered by CGA intelligence

Confidential and proprietary

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

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 July 2026 – Sample: 231

Indices clés : Pronostics pour le mois prochain





74%

Prévoient de sortir manger au restaurant
au cours du mois prochain

+3 pts pour les Parisiens

41%

Prévoient de sortir boire un verre au
cours du mois prochain

-2 pts pour les Parisiens

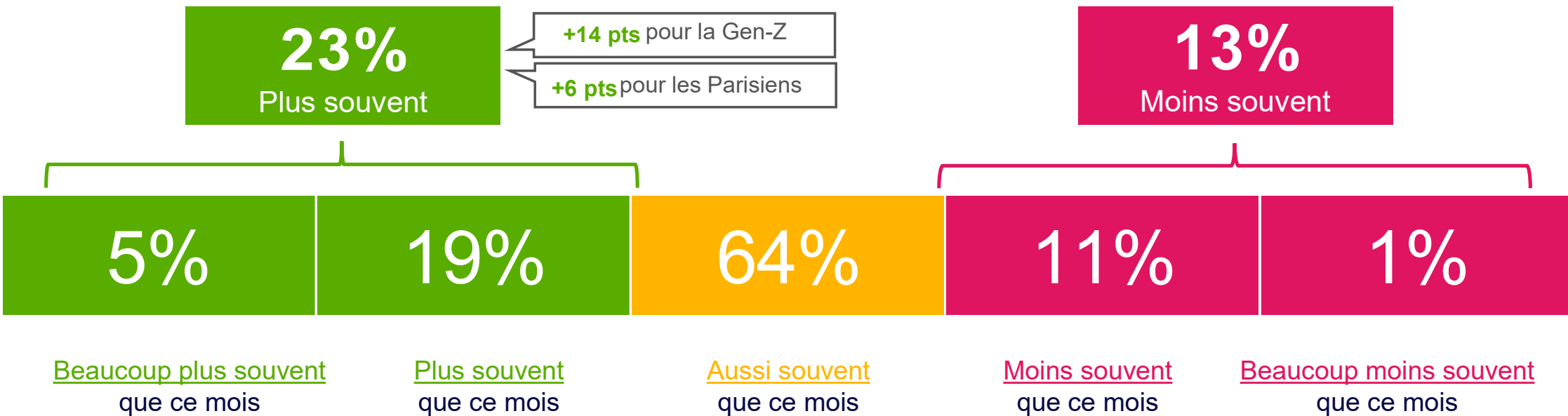


PERSPECTIVES



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

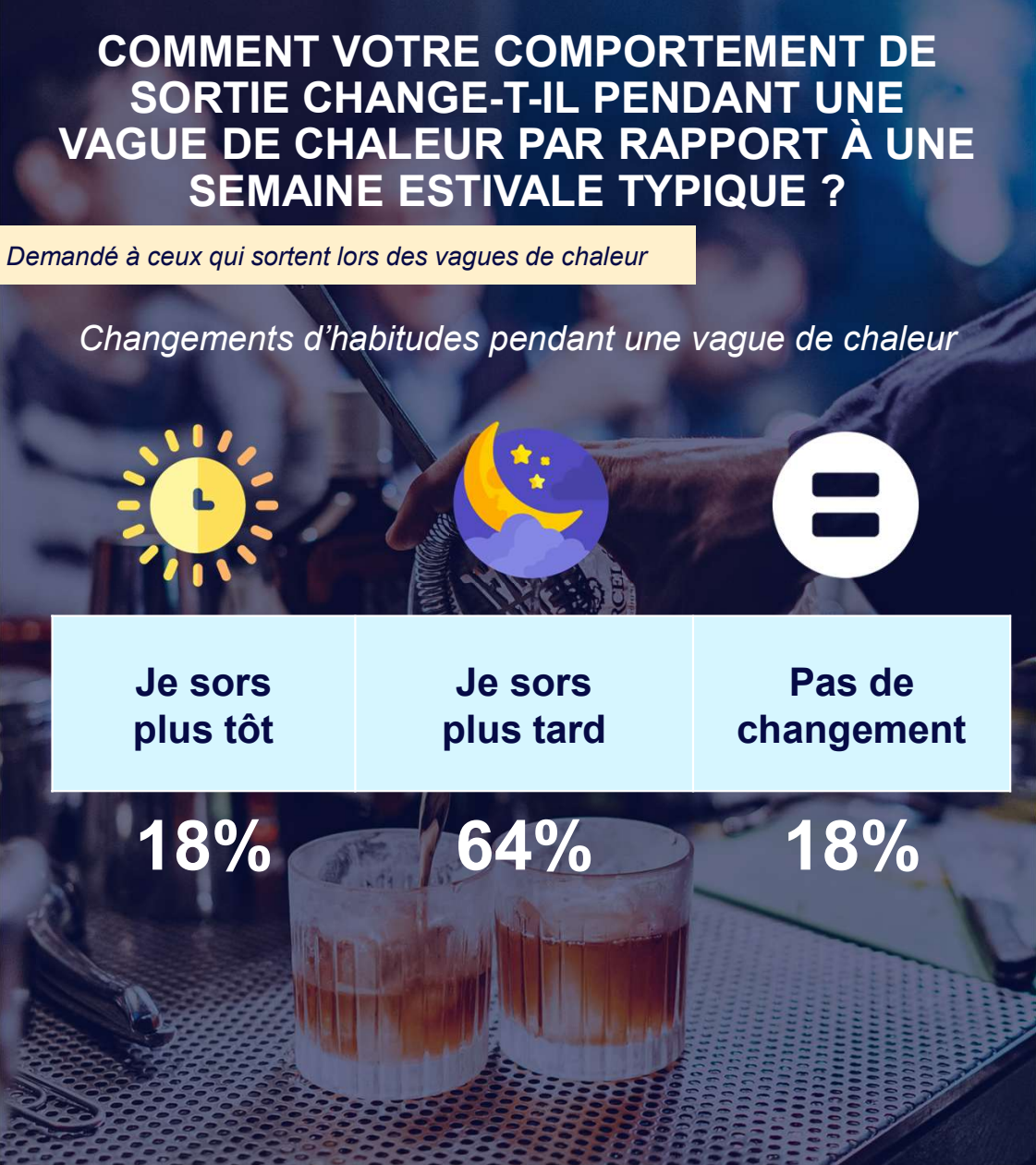
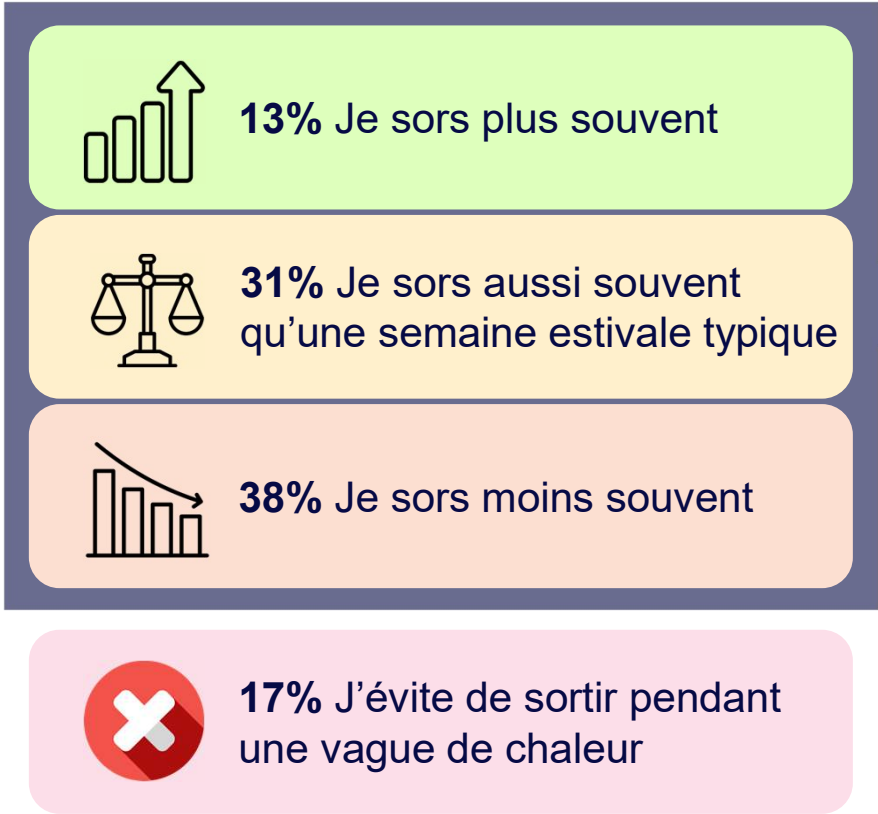


Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 146 - 699

Hot topic:
Comportements
lors des vagues
de chaleur



COMMENT VOTRE COMPORTEMENT DE SORTIE CHANGE-T-IL PENDANT UNE VAGUE DE CHALEUR PAR RAPPORT À UNE SEMAINE ESTIVALE TYPIQUE ?



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 623 - 750



PENDANT UNE VAGUE DE CHALEUR, QUELLE EST LA PROBABILITÉ QUE VOUS CHOISSIEZ DES ÉTABLISSEMENTS EN FONCTION DE...

Demandé à ceux qui sortent lors des vagues de chaleur

% probable/très probable de choisir un établissement en fonction de...



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 623

BUVEZ-VOUS PLUS OU MOINS CES BOISSONS PENDANT UNE VAGUE DE CHALEUR PAR RAPPORT À UNE SEMAINE ESTIVALE TYPIQUE, LORSQUE VOUS ÊTES DANS DES CAFÉS, BARS, RESTAURANTS OU AUTRES ÉTABLISSEMENTS SIMILAIRES ?

Demandé à ceux qui sortent lors des vagues de chaleur

Top 5 categories de boissons les consommateurs choisissent...



Plus pendant une vague de chaleur



**Eau en
Bouteille**

61%



**Boissons
glacées**

42%



**Boissons
softs**

33%



**Alternatives
no/low**

26%



**Boissons
énergisantes**

24%

... en boivent plus

Moins pendant une vague de chaleur



**Boissons
chaudes**

39%



Digestifs

37%



Spiritueux

37%



Vin

35%



Apéritifs

33%

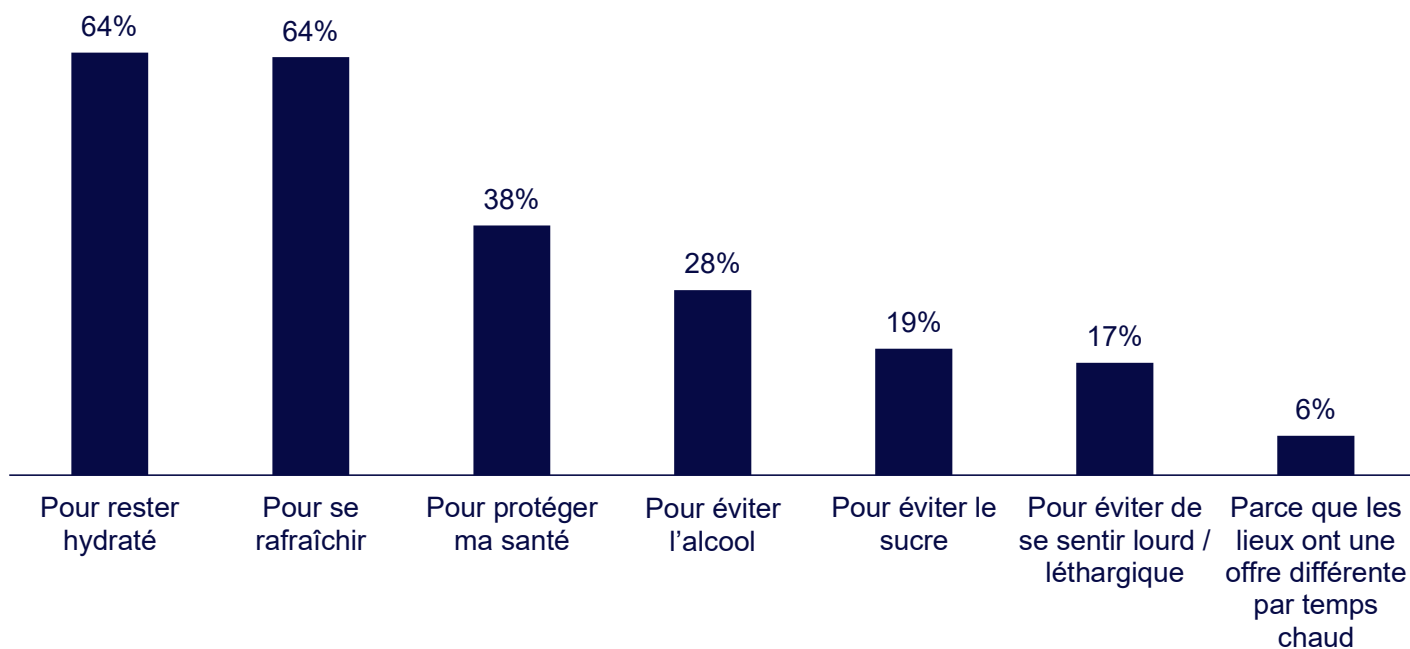
... en boivent moins



QUELLES SONT LES PRINCIPALES RAISONS POUR LESQUELLES VOS CHOIX DE BOISSONS CHANGENT PENDANT UNE VAGUE DE CHALEUR ?

Demandé à ceux qui sortent lors des vagues de chaleur

Raisons de changer de boisson pendant une vague de chaleur



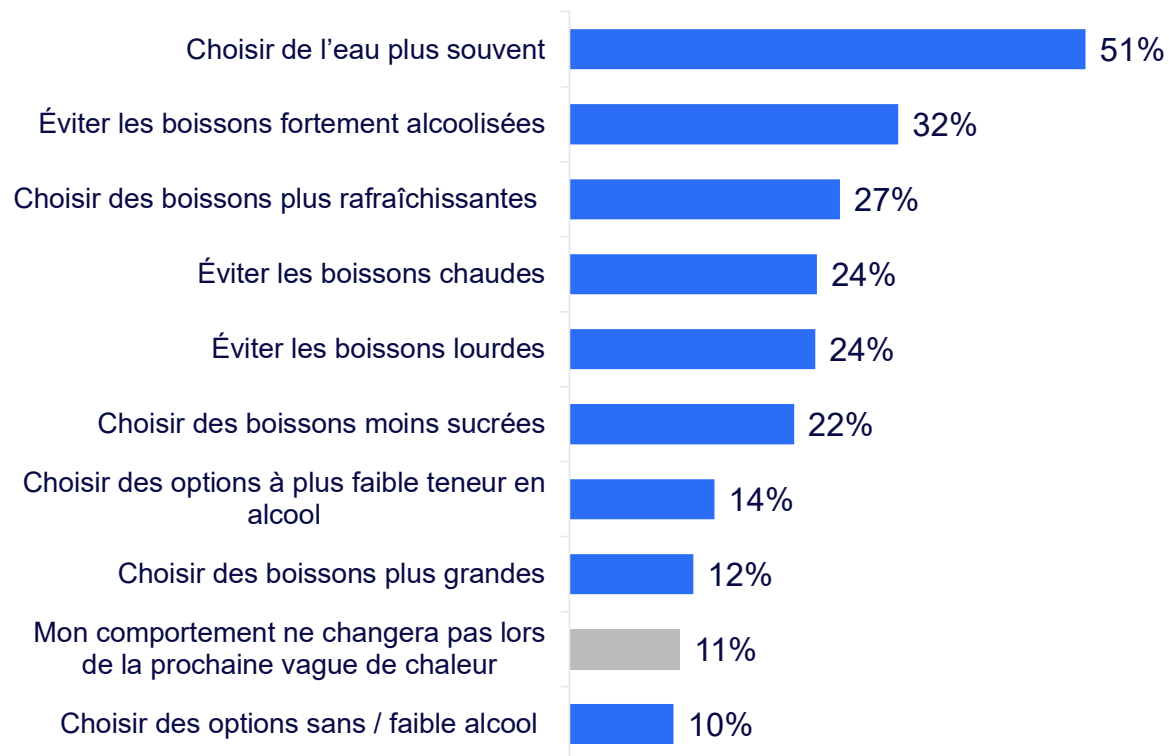
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 550



LORS DE LA PROCHAINE VAGUE DE CHALEUR, QUELS CHOIX DE BOISSONS PENSEZ-VOUS FAIRE LORSQUE VOUS SORTIREZ ?

Demandé à ceux qui sortent lors des vagues de chaleur

Top 10 des choix attendus lors de la prochaine vague de chaleur



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report July 2026 – Sample: 623

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



Confidential and proprietary

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

CGA : Les outils consommateurs ou opérateurs

Quelques exemples d'études courantes pour lesquelles l'expertise de CGA by NielsenIQ peut être mise à profit



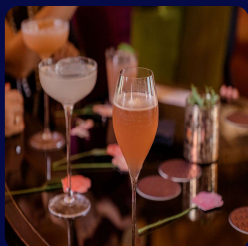
Supports personnalisés pour les appels d'offre

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.



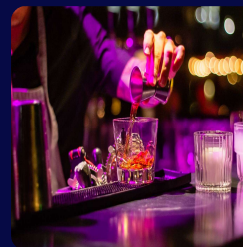
Recherche sur mesure consommateurs ou opérateurs

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



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](#)

Confidential and proprietary

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.