



RAPPORT « PULSE » CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, Juin 2026

NielsenIQ

powered by **CGA** intelligence

Point sur la fréquentation en CHR en juin

Chaleur record et ferveur sportive qui dopent la fréquentation.

La fréquentation

Porté par des températures exceptionnelles et l'engouement autour du début de la Coupe du Monde, le mois de juin 2026 a été particulièrement favorable aux établissements CHR.

La fréquentation progresse, avec davantage de consommateurs déclarant sortir aussi bien pour boire un verre (+5 pts) que pour manger (+3 pts).

Les habitudes de sortie évoluent également : les Français multiplient les occasions de consommer aussi bien en semaine que le week-end. Le contexte a par ailleurs modifié les rythmes de fréquentation, avec des sorties plus précoces dès 17h, qui se prolongent jusque tard dans la nuit.

Entre la recherche de fraîcheur en soirée et le suivi des matchs de l'équipe de France programmés en fin de journée, les établissements ont bénéficié d'une dynamique particulièrement soutenue tout au long du mois.

Consommation de boissons

Si le vin enregistre un gain de popularité par rapport à juin 2025, ce sont surtout les catégories sans alcool qui tirent leur épingle du jeu.

L'eau en bouteille (+1 pt), les soft drinks (+2 pts), les boissons énergisantes (+1 pt) et surtout les alternatives No/Low (+4 pts) progressent significativement dans les préférences des consommateurs.

Ces dernières se distinguent particulièrement en prenant la tête du classement sur le critère du rapport qualité-prix, tout en renforçant leur attractivité globale auprès des consommateurs.

Dans un contexte marqué par les fortes chaleurs et une recherche croissante d'équilibre entre plaisir, modération et praticité, les boissons sans alcool confirment leur montée en puissance et s'imposent comme un moteur de croissance incontournable pour le CHR.

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 juin 2026, 750 consommateurs âgés de 18 ans et plus ont été interrogés entre le 15 et 17 juin 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



88%

Des consommateurs sont sortis manger au cours du mois dernier

+3 pts vs n-1

+4 pts pour les Parisiens

55%

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

+5 pts vs n-1

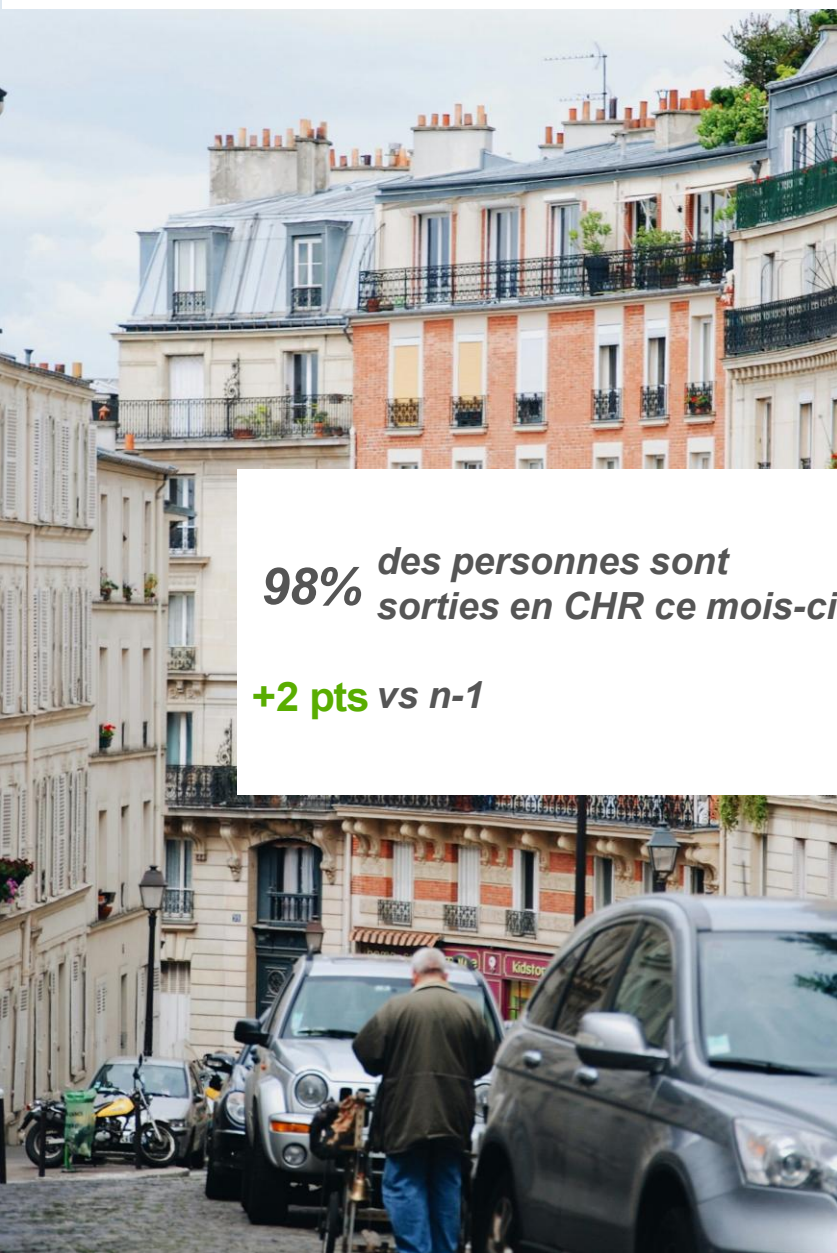
+2 pts pour les Parisiens

+5 pts pour la Gen-Z



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 137 - 752

RÉTROSPECTIVE

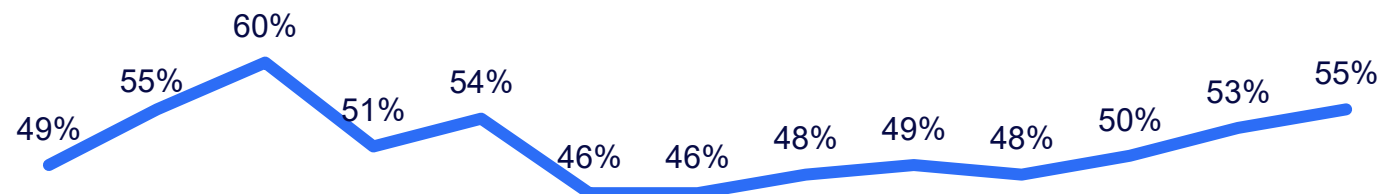
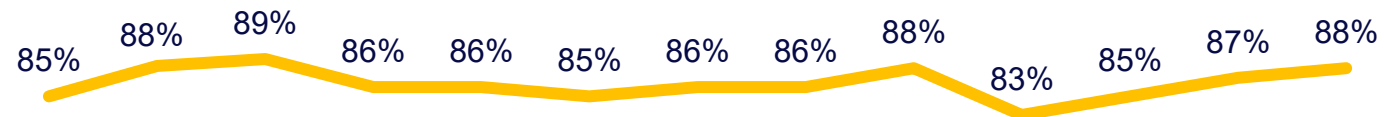


98% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci

+2 pts vs n-1

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visites dans les établissements CHR



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

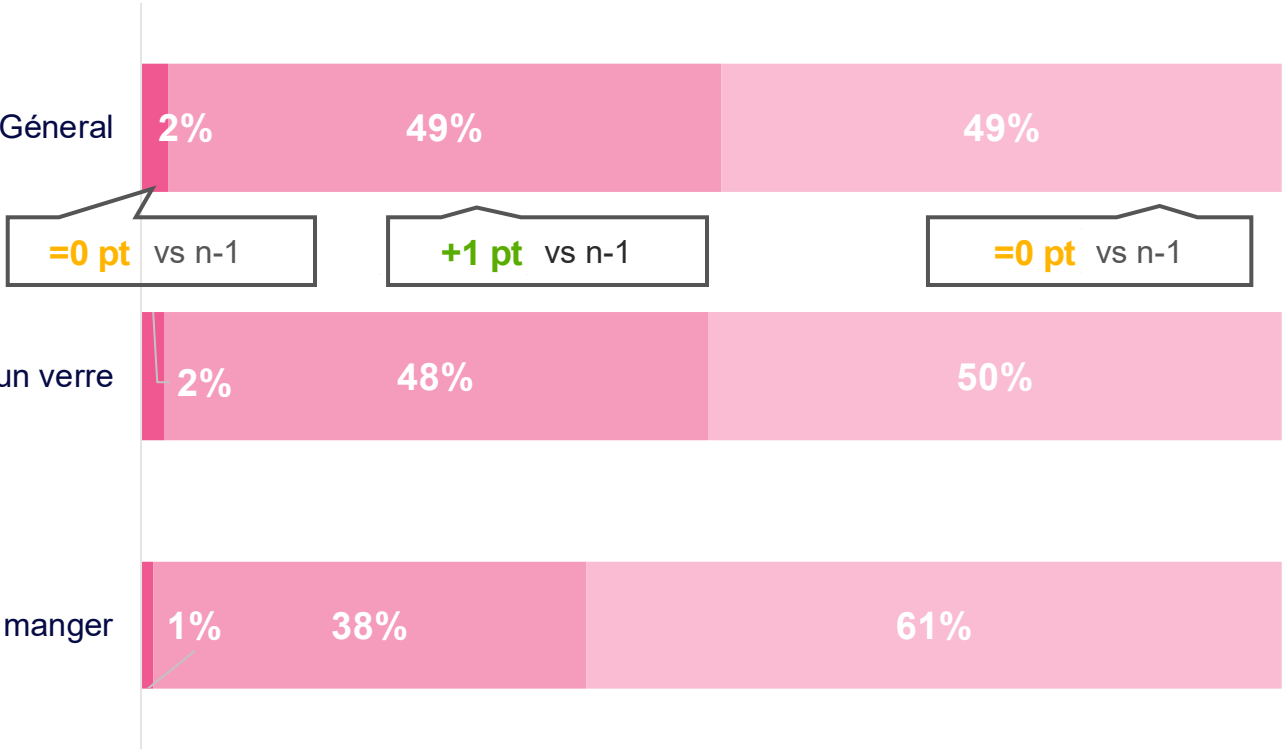
- Sont sortis manger au cours du mois dernier
- Sont sortis boire un verre au cours du mois dernier

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 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



Pour boire un verre



Pour manger

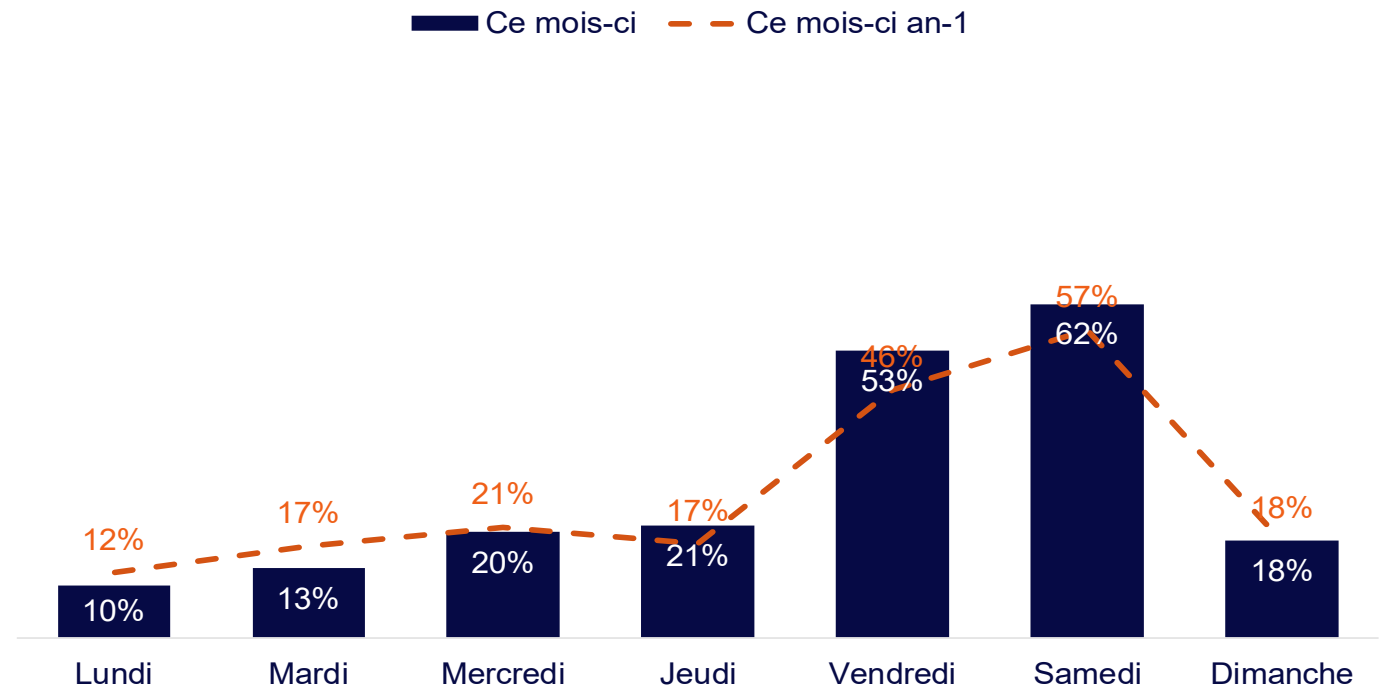
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 409 - 735





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

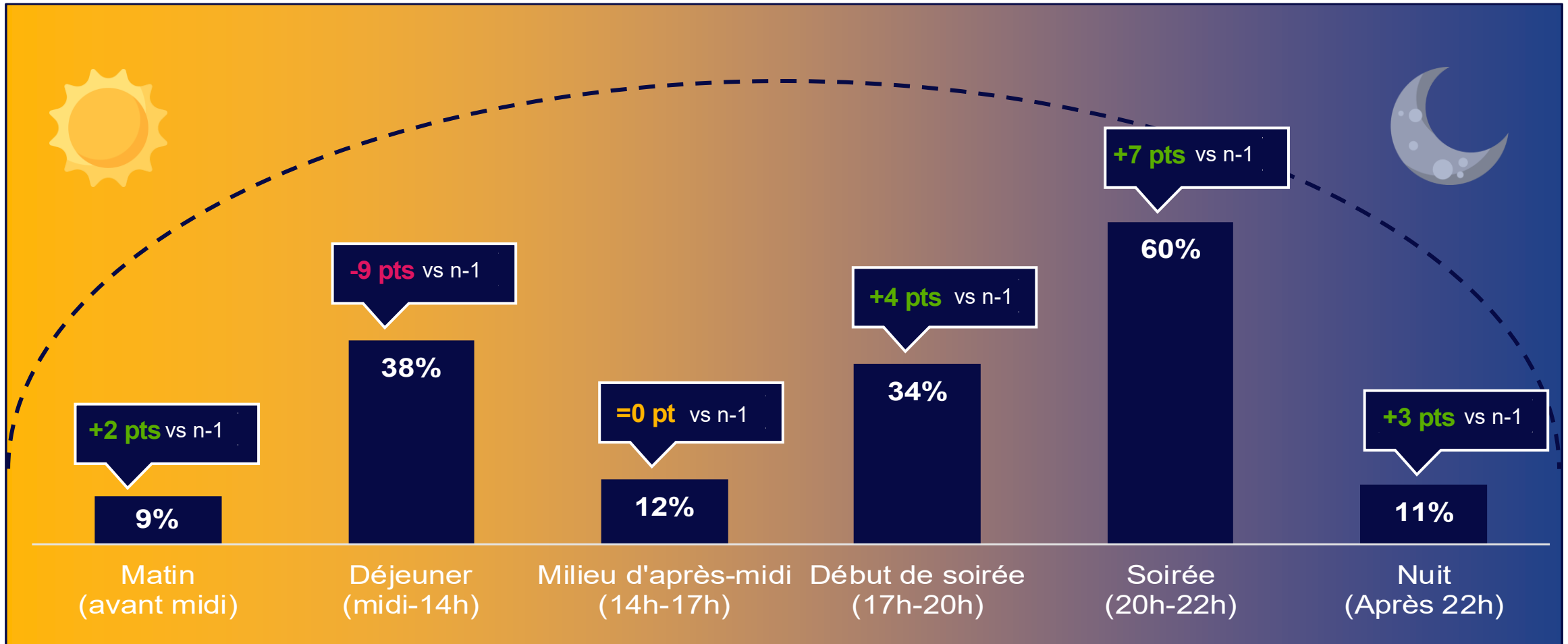
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs n-1)



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 721 - 735

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS SELON LES JOURS DE LA SEMAINE

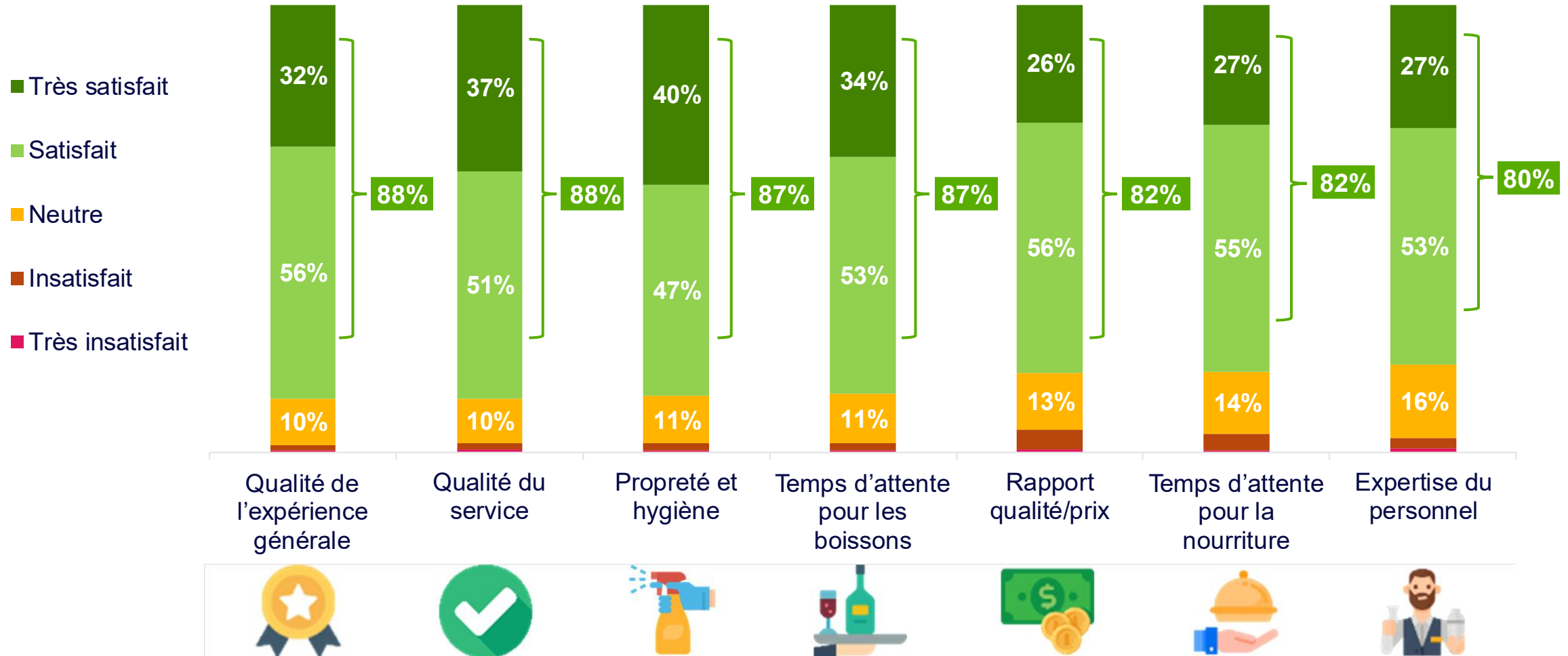
Moments de la journée pour sortir en CHR



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 721 - 735

SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion des consommateurs satisfaits/très satisfaits



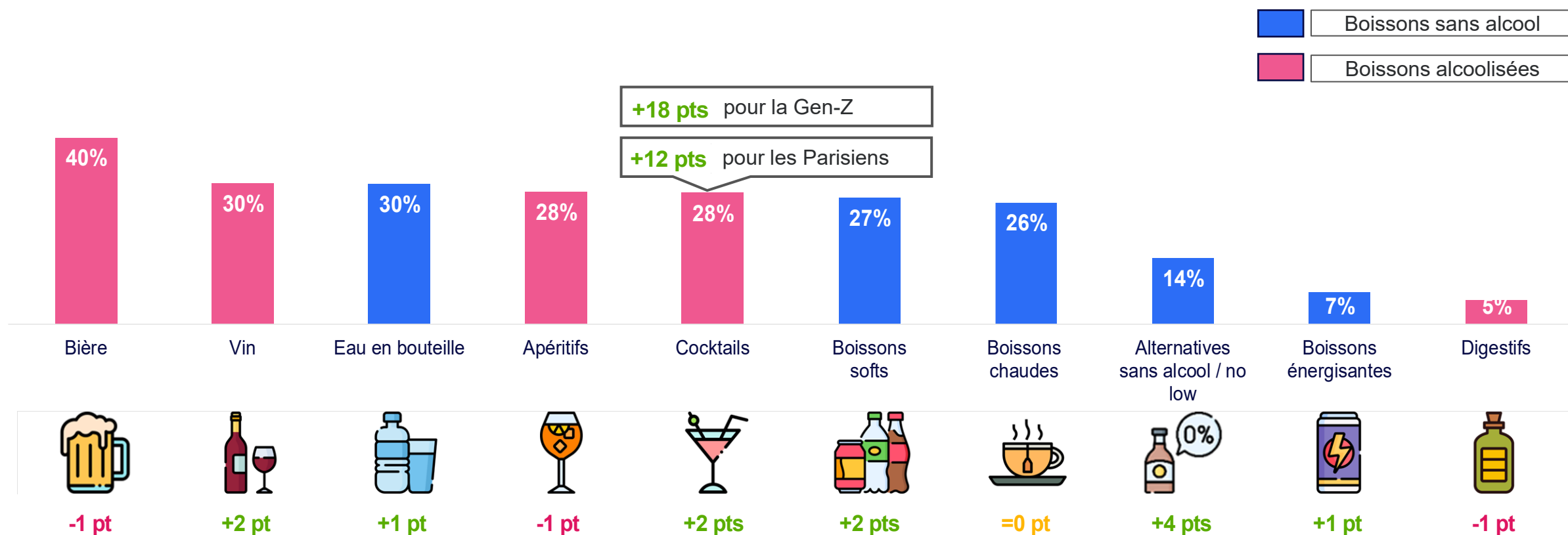
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 662 - 750

Indices Clés : Les Catégories



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

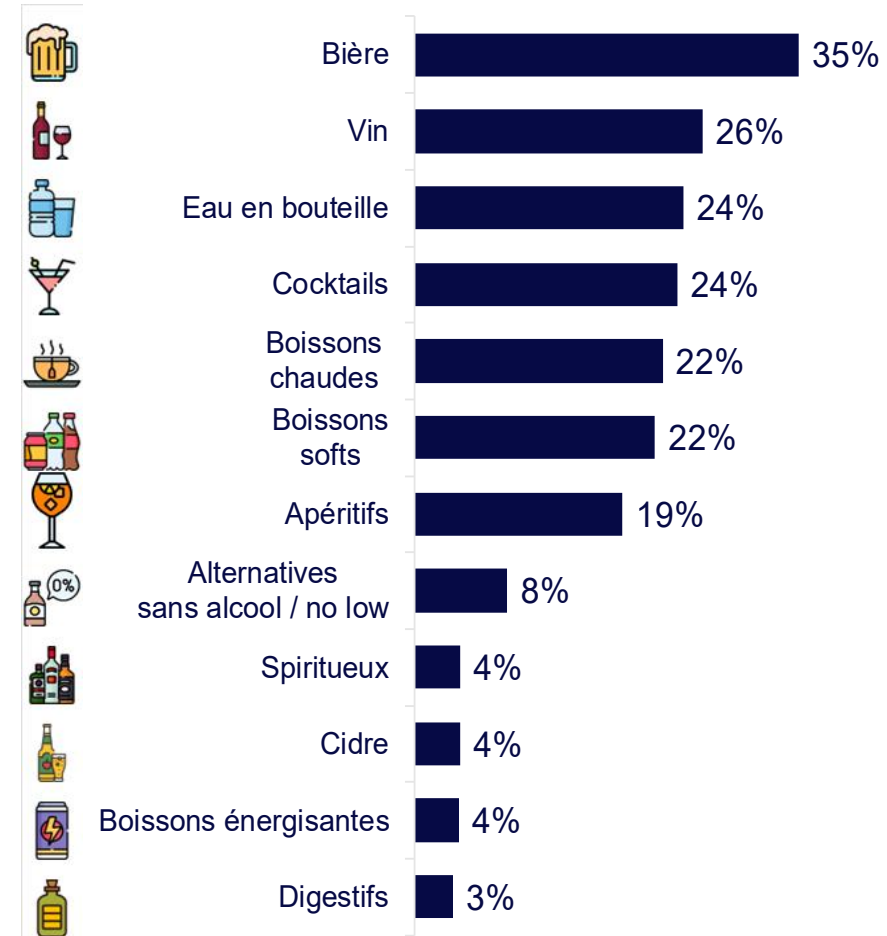
Top 10 des boissons les plus populaires auprès des consommateurs | Indexé vs. n-1



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 136 - 735

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 June 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 

							
Alternatives sans alcool / no low	Bière	Apéritifs	Vin	Cocktails	Boissons chaudes	Boissons softs	Eau en bouteille
90%	90%	87%	87%	83%	82%	72%	71%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 63 - 260

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**



							
Cocktails	Bière	Alternatives sans alcool / no low	Apéritifs	Boissons chaudes	Vin	Boissons softs	Eau en bouteille
91%	87%	86%	83%	83%	83%	74%	65%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 63 - 260

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 

							
Vin	Cocktails	Bière	Apéritifs	Boissons chaudes	Alternatives sans alcool / no low	Boissons softs	Eau en bouteille
95%	93%	92%	89%	88%	87%	85%	84%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 63 - 260



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

+26 pts pour la Gen-Z

+12 pts pour les Parisiens



31%
Oui

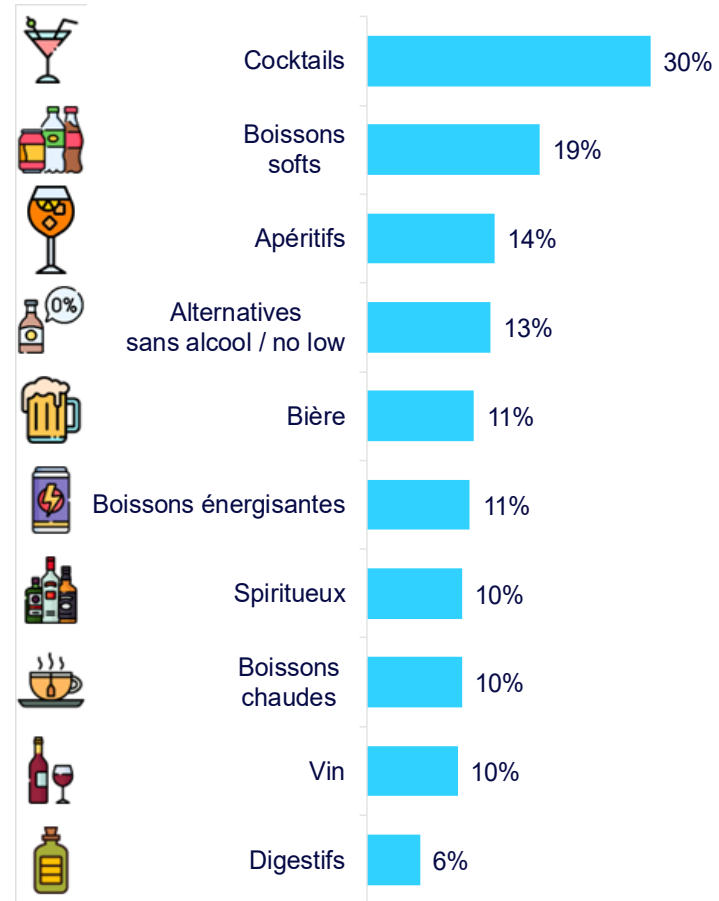


69%
Non

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 136 - 735

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 June 2026 – Sample: 227

Indices clés : Pronostics pour le mois prochain





76%

Prévoient de sortir manger au restaurant
au cours du mois prochain

+2 pts pour les Parisiens

43%

Prévoient de sortir boire un verre au
cours du mois prochain

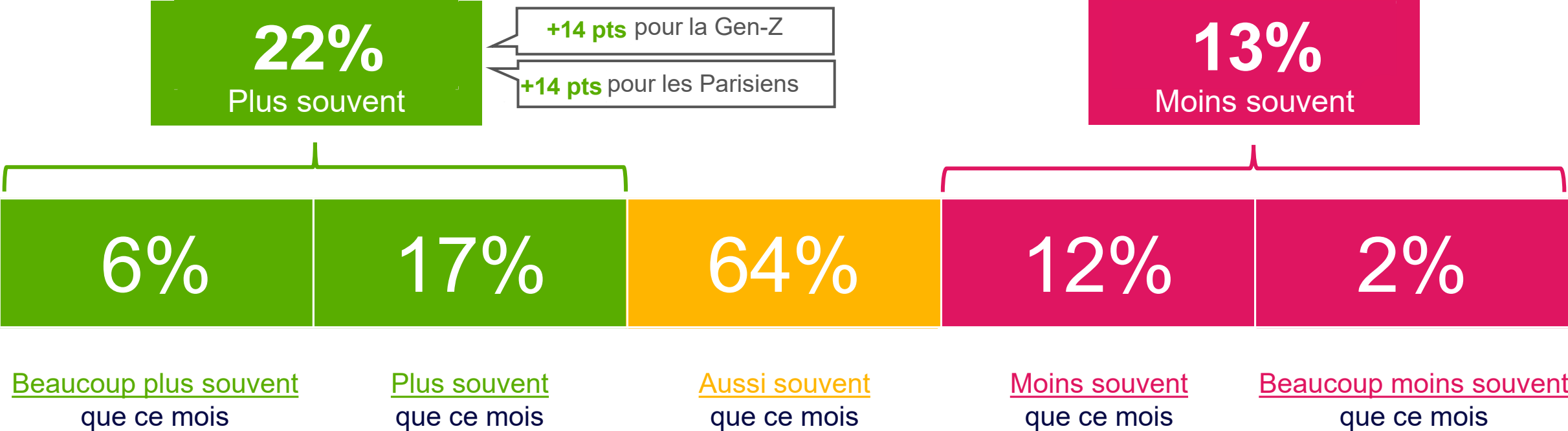
+3 pts pour les Parisiens



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report June 2026 – Sample: 137 - 749

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 June 2026 – Sample: 131 - 702

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



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](#)