

RAPPORT « PULSE » CHR FRANCE

CGA by NielsenIQ, octobre 2025



NielsenIQ

CGA
Powered by NielsenIQ

Point sur la fréquentation du CHR en octobre

Pensez aux offres saisonnières.

Fréquentation en léger recul, mais des opportunités à saisir

Léger ralentissement de fréquentation sur le mois d'octobre.

Après la forte baisse observée en septembre, les **occasions autour d'un verre (drink-led)** affichent un **rebond (+3pts)**.

Les **occasions restauration (food-led)** restent stables et continuent de dominer le paysage CHR en France, avec **86 % des consommateurs ayant mangé en CHR en octobre**.

Pour novembre, les consommateurs se montrent plutôt optimistes : **+2pts anticipent une hausse de leurs sorties vs ceux qui prévoient de ralentir**.

La reprise des occasions drink-led et l'optimisme pour novembre ouvrent la voie à des offres saisonnières attractives (menus d'hiver, boissons chaudes premium, formules conviviales). Misez sur la personnalisation et la valeur ajoutée sera clé pour capter cette dynamique.

Le réconfort des boissons chaudes

Les températures baissent et les journées raccourcissent : les consommateurs en CHR se tournent naturellement vers **les boissons chaudes**.

En octobre, la catégorie enregistre une **hausse de +9 points de pénétration vs le mois dernier**, ce qui en fait la **2^e catégorie la plus consommée**. Plébiscitées pour leur **excellent rapport qualité-prix** et classées **3^e en qualité de service**, les boissons chaudes s'imposent comme un **must-have** pour répondre aux attentes saisonnières.

Attention aux dernières tendances : une catégorie qui évolue rapidement, et des attentes qui suivent. Anticipez ces changements et différenciez-vous.



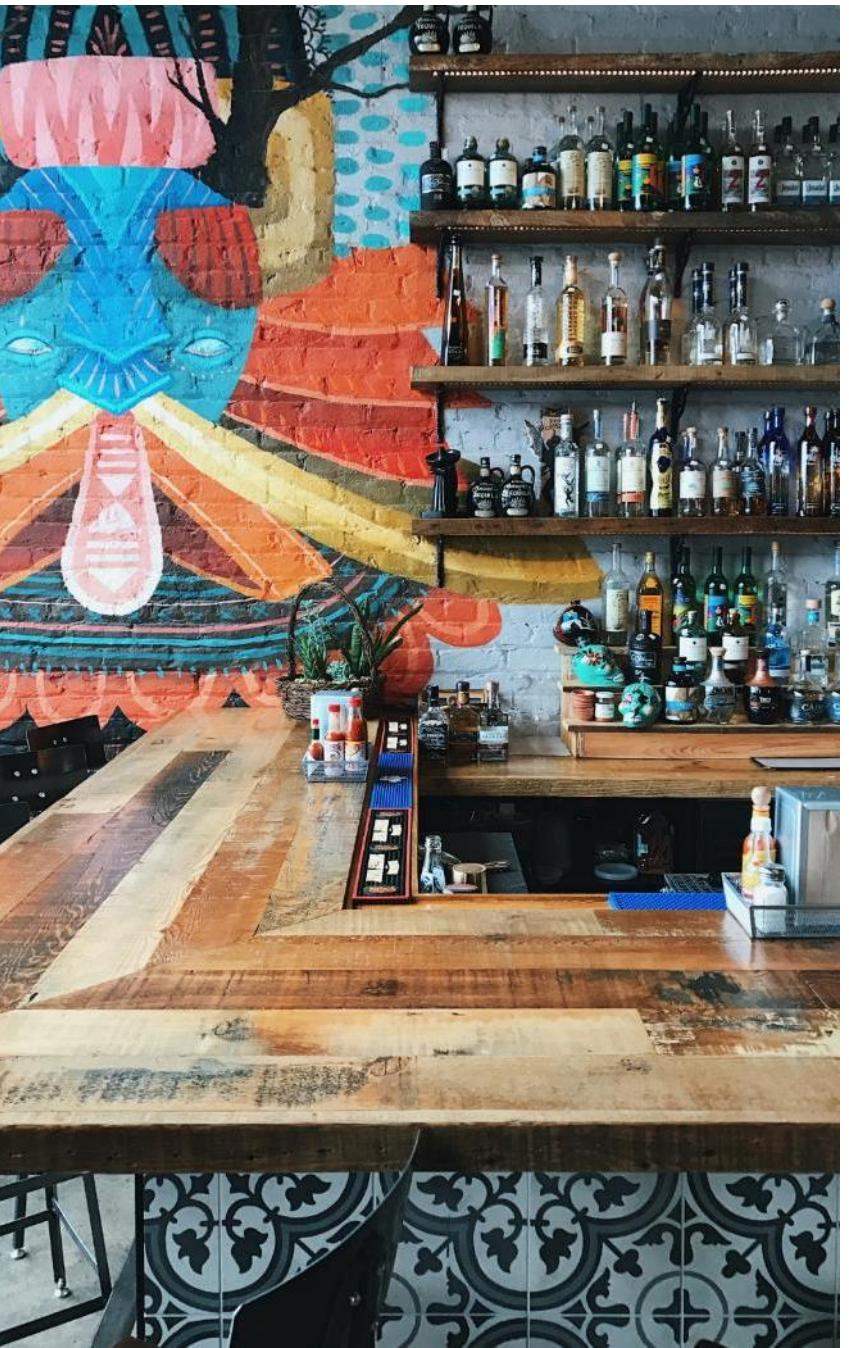
RAPPORT MENSUEL « PULSE » de CGA by NielsenIQ

- 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'octobre 2025**, 750 consommateurs âgés de 18 ans et plus ont été interrogés entre le 20 et le 24 octobre 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

+1pt pour les Parisiens

54%

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

+4pts vs n-1

+5pts pour les Parisiens



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 162 - 750

RÉTROSPECTIVE



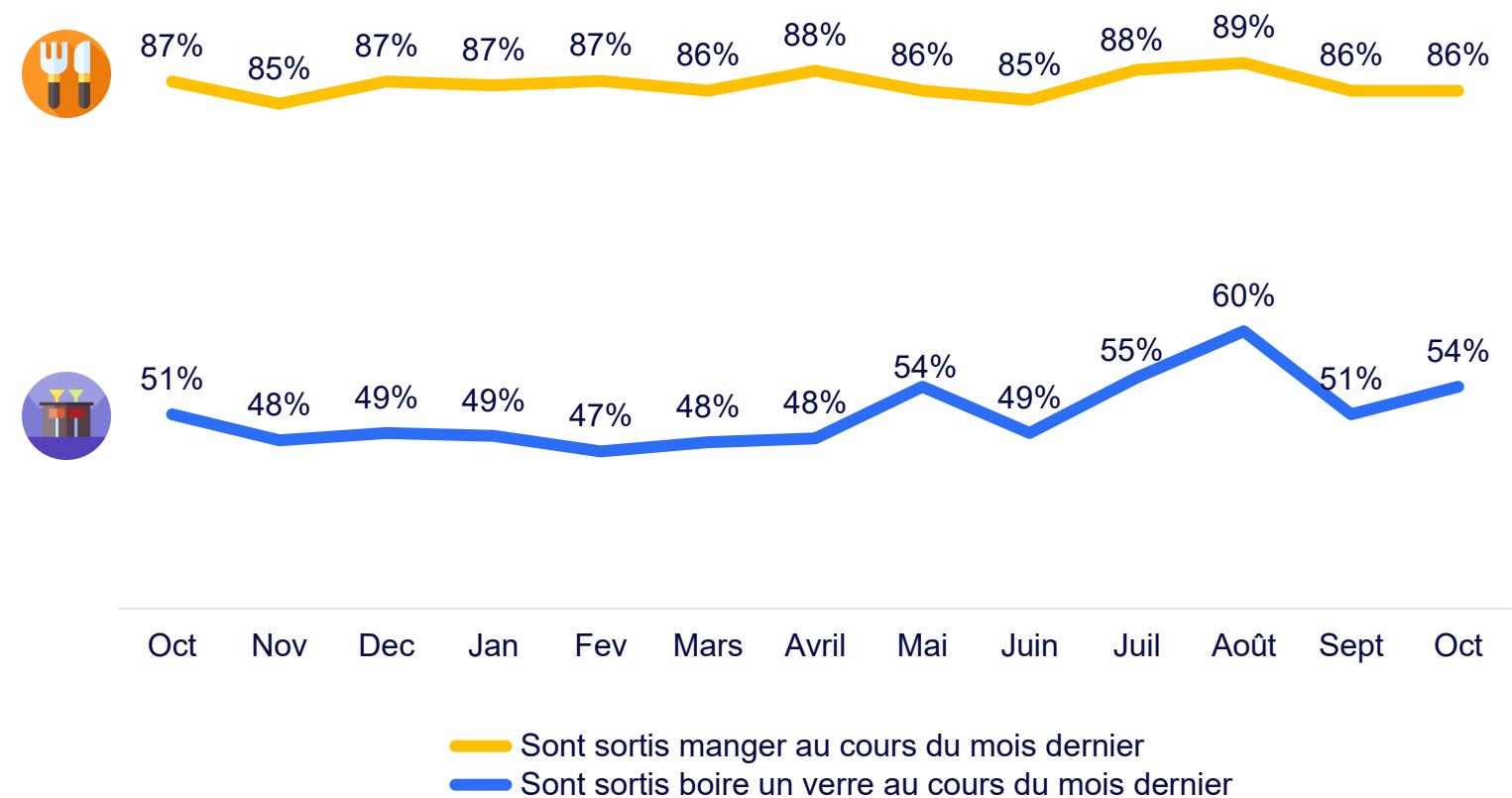
96% des personnes sont sorties en CHR ce mois-ci

-1pt vs octobre n-1



FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS AU COURS DES DERNIERS MOIS

Visites dans les établissements CHR

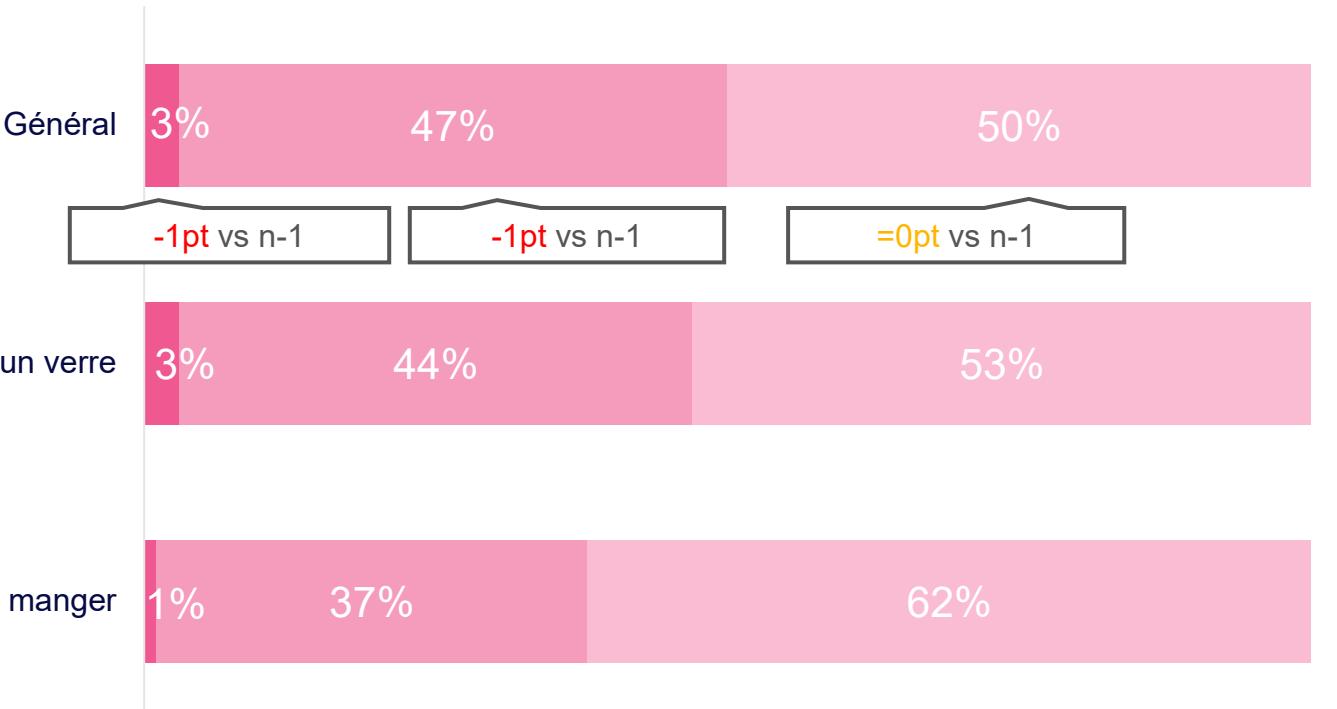


Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 750

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



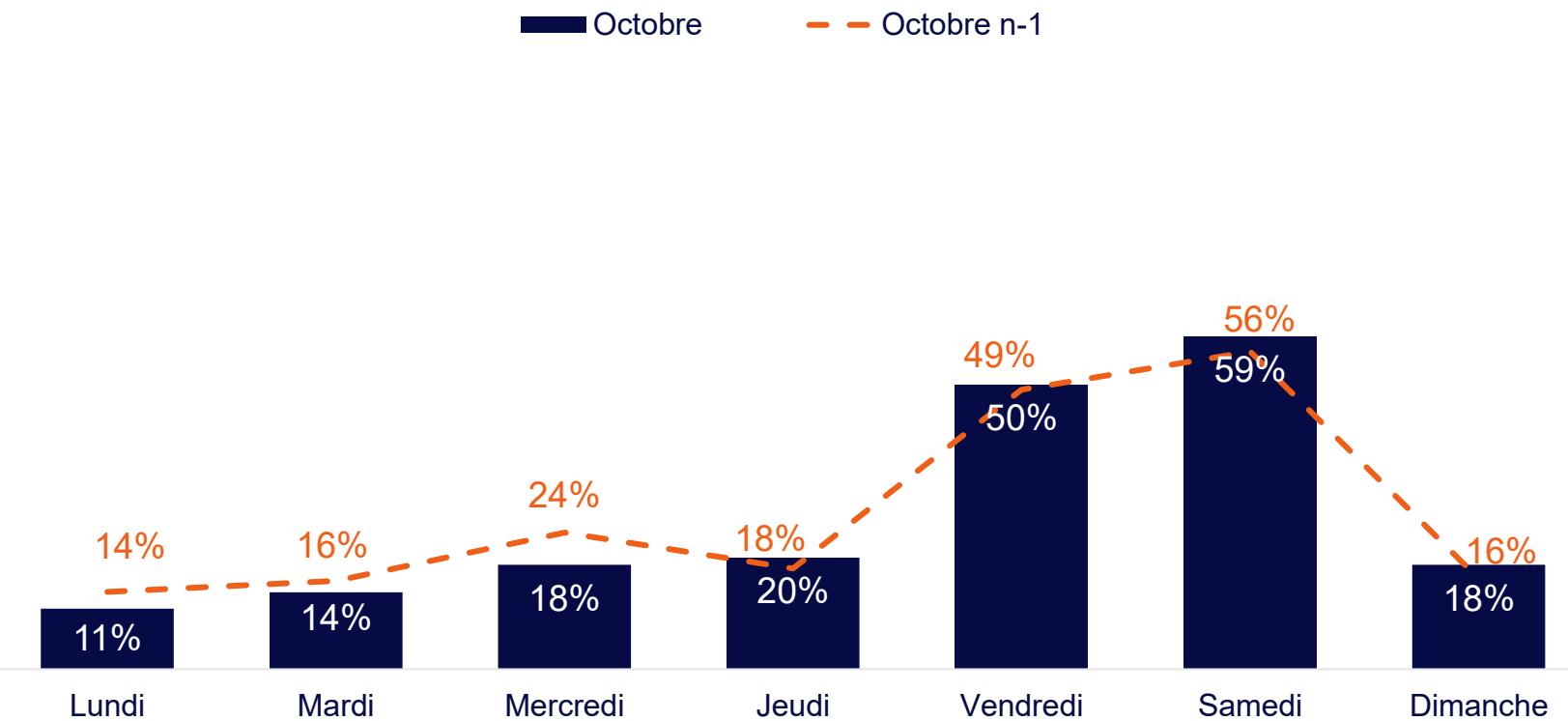
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 407 - 725





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

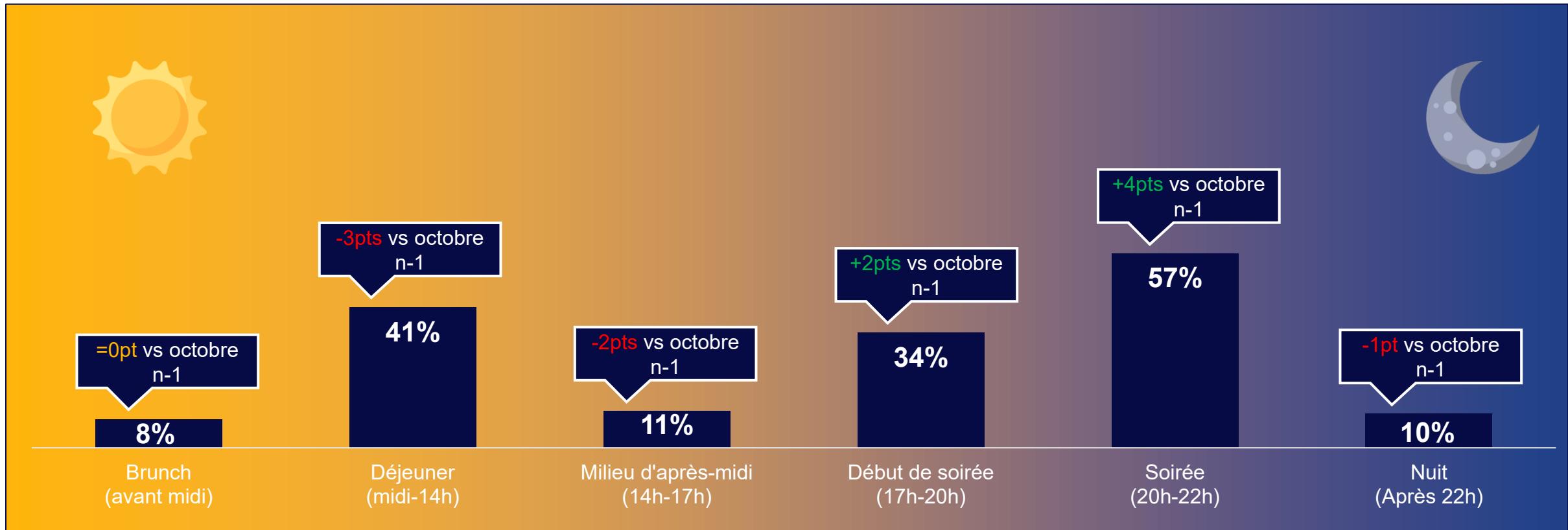
Fréquentation des établissements selon les jours de la semaine (vs an-1)



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 721 - 725

FRÉQUENTATION DES ÉTABLISSEMENTS SELON LES JOURS DE LA SEMAINE

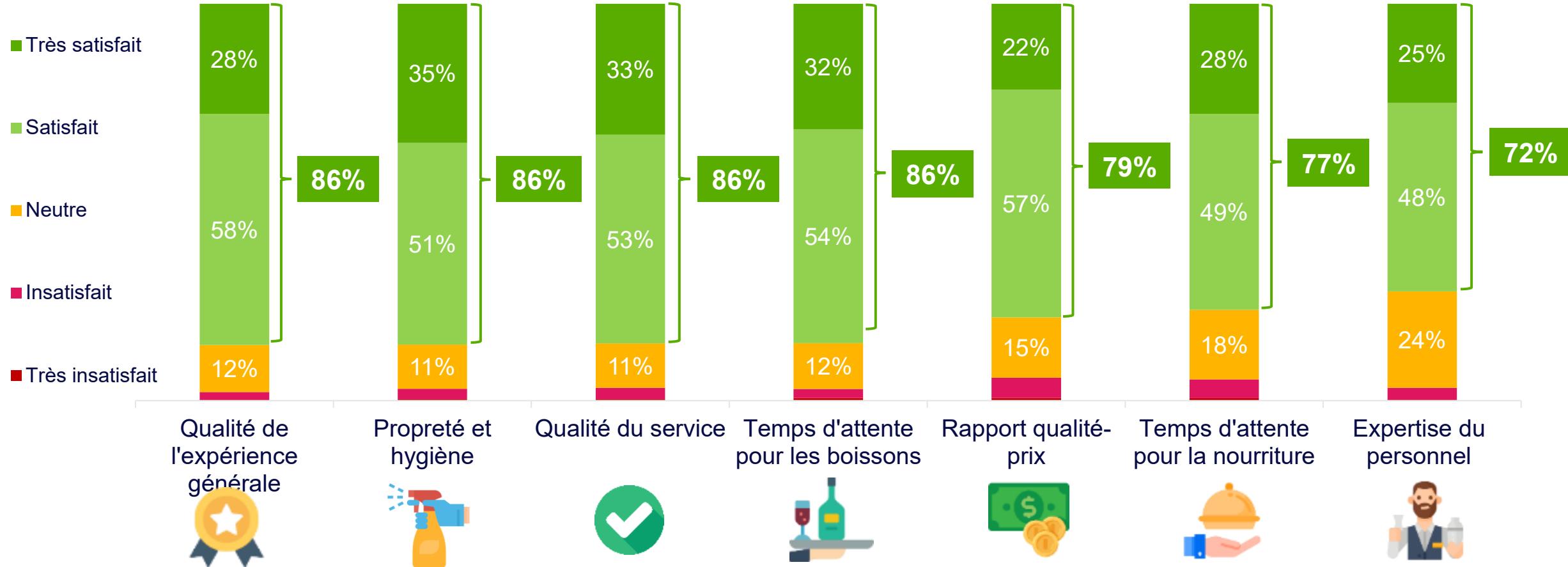
Moments de la journée pour sortir en CHR



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 719 - 725

SATISFACTION DES DERNIÈRES VISITES EN CHR

Proportion de consommateurs très satisfaits/satisfait de...



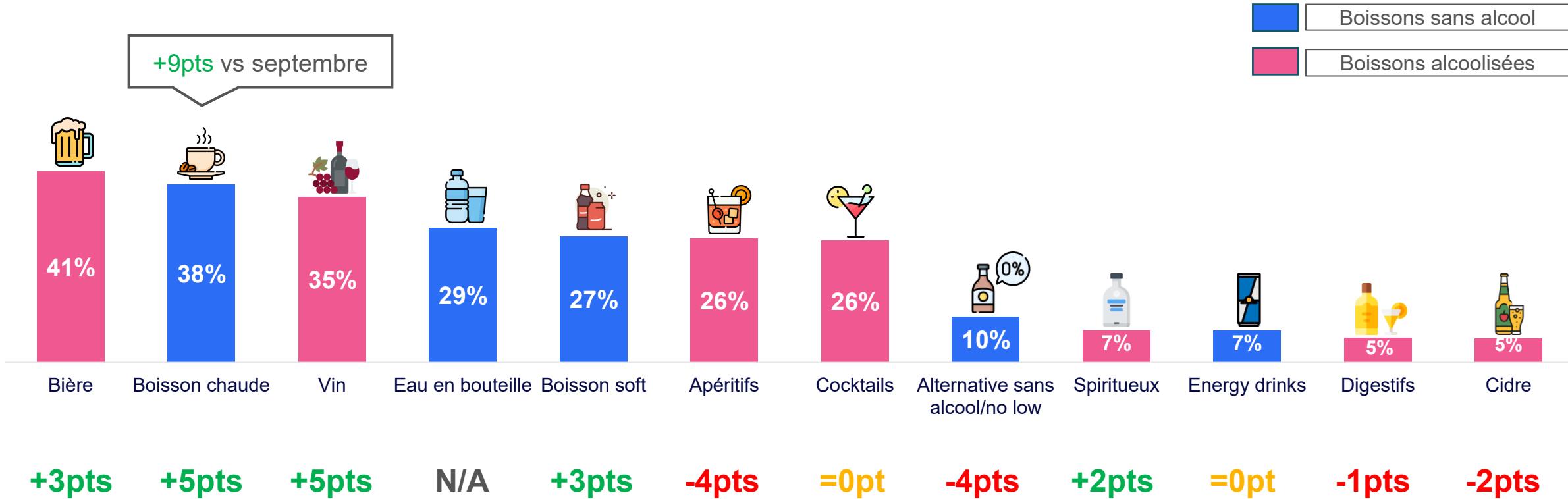
Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 638 - 748

Indices Clés : Les catégories



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

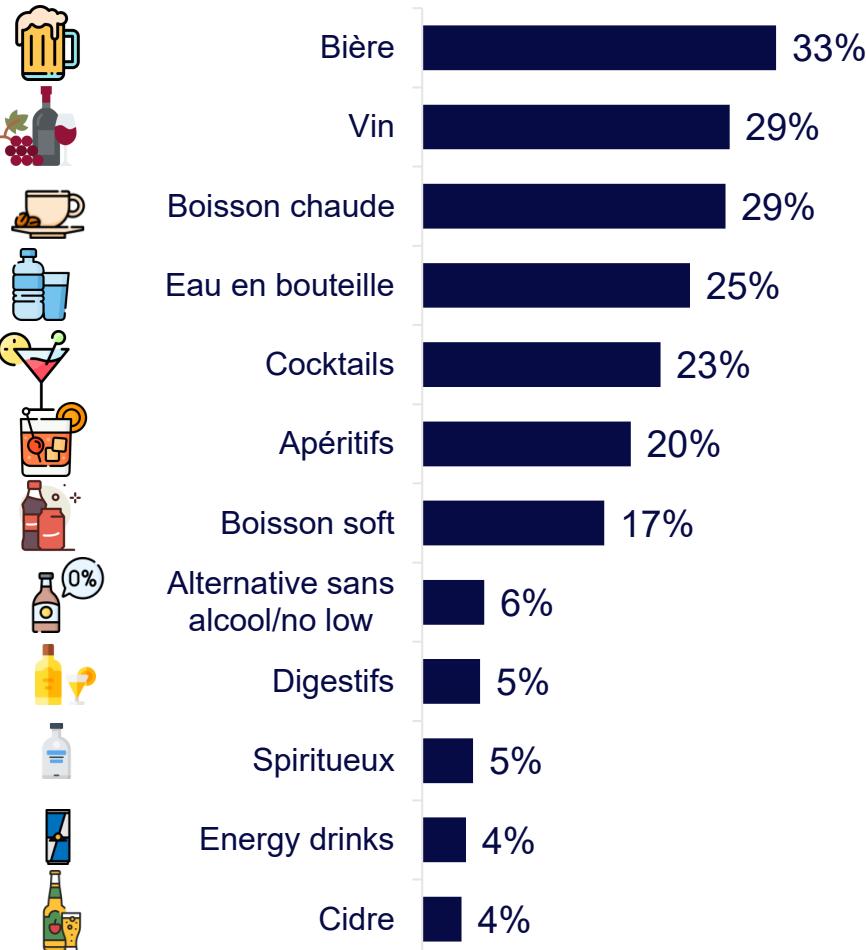
Boissons les plus populaires auprès des consommateurs | Indexé vs. an-1



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 721 - 725

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 October 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



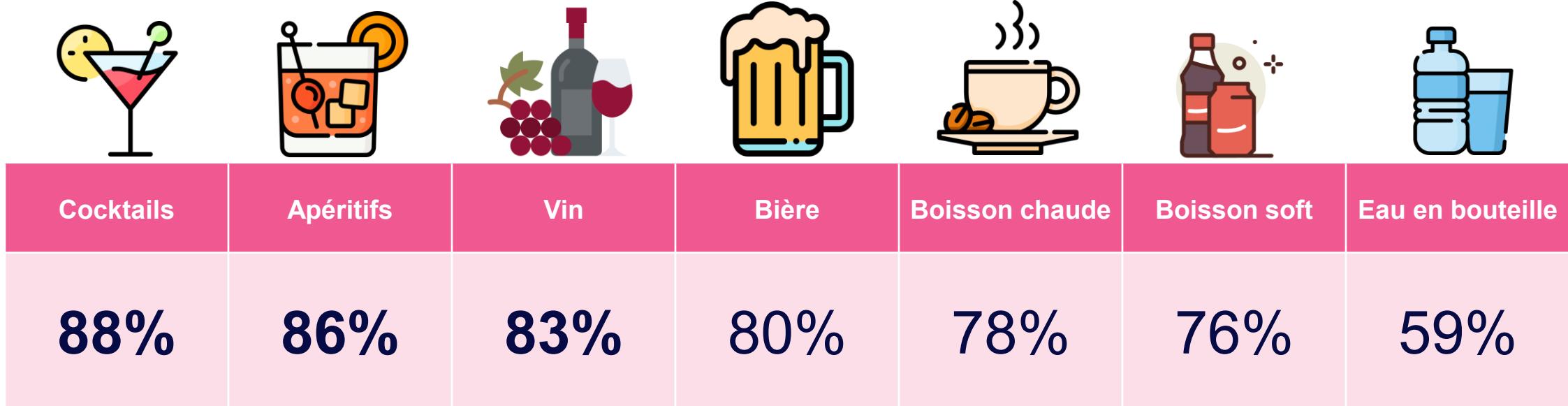
Boisson chaude	Cocktails	Bière	Vin	Apéritifs	Boisson soft	Eau en bouteille
86%	85%	84%	80%	74%	71%	69%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 125 - 247

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 October 2025 – Sample: 123 - 244

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	Bière	Boisson chaude	Cocktails	Boisson soft	Apéritifs	Eau en bouteille
90%	89%	89%	87%	87%	87%	82%

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 126 - 245



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

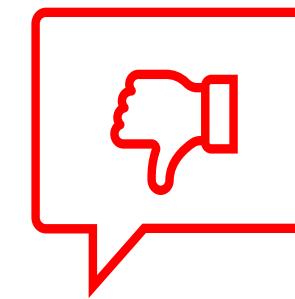
Essai de nouvelles boissons en CHR par ceux qui sortent manger et/ou boire un verre

+23pts pour la Gen-Z

+9pts pour les parisiens



27%
Oui

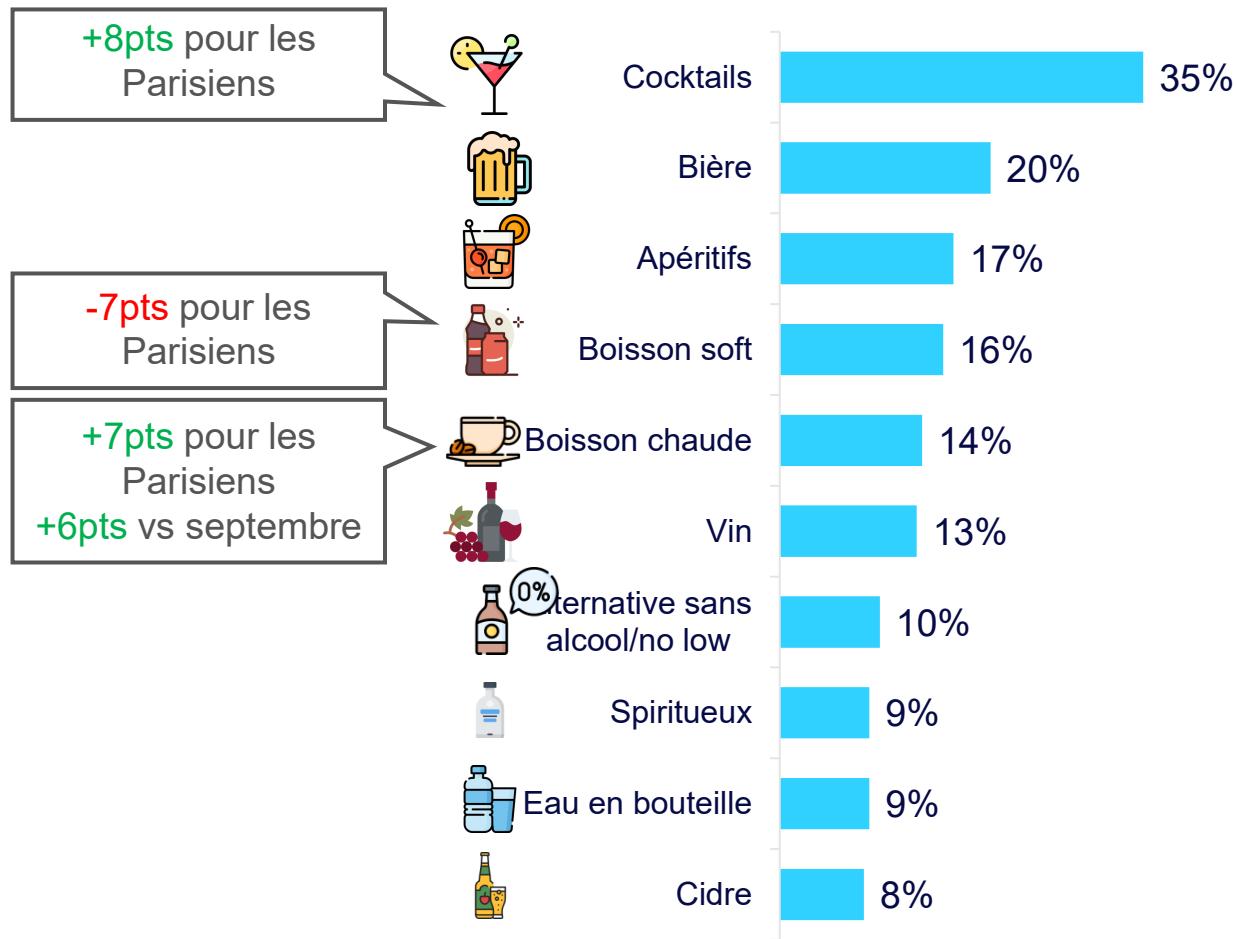


73%
Non

Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 144 - 721

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 October 2025 – Sample: 58 - 198

Indices clés : Pronostics pour le mois prochain





77%

Prévoient de sortir manger au restaurant
au cours du mois prochain

43%

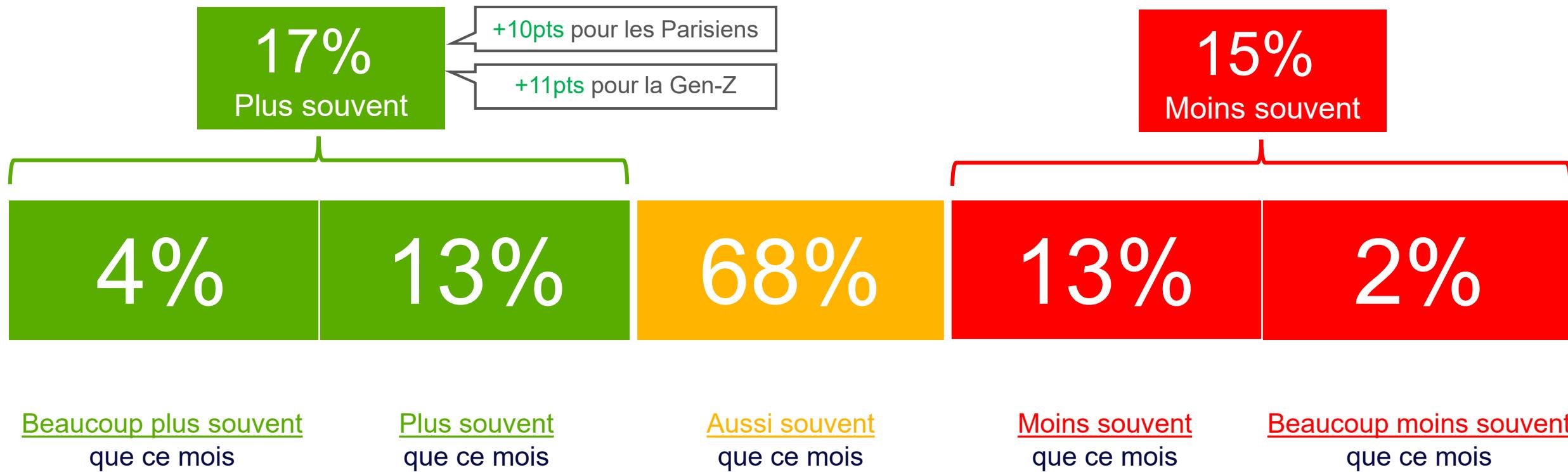
Prévoient de sortir boire un verre au
cours du mois prochain



Source: CGA Monthly On Premise Consumer Pulse Report October 2025 – Sample: 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 October 2025 – Sample: 135 - 705

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 & insights



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 se
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](#)