



Restauration à table : Flunch conserve son titre de “Top Enseigne”

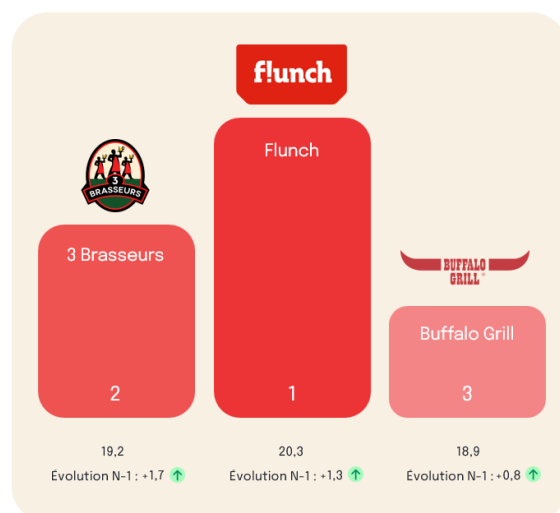


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur de la restauration à table, 18 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, la facilité d'accès en restaurant en passant par le rapport qualité prix.

Télécharger
l'étude



Flunch conserve son titre de Top Enseigne – secteur restauration à table



Dans le secteur de la restauration à table, l'indice secteur s'élève à 16,6. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Flunch conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 20,3 (+1,3 points vs l'an dernier). Si le trio de tête demeure identique, un léger changement s'opère dans le classement. Avec un indice de 18,9 (-0,8 point), Buffalo Grill recule à la troisième place, tandis que Les 3 Brasseurs gagnent une position et passe deuxième avec 19,2 (+1,7 point).

Les écarts-types sont plus faibles dans la restauration à table, ce qui rend plus difficile pour une enseigne de se démarquer réellement. Dans un contexte où les consommateurs privilégient le plaisir à prix maîtrisé, l'attractivité prix affiche l'écart-type le plus élevé. Cela signifie que les restaurants du secteur ont une réelle opportunité de se démarquer sur ce point. Viennent ensuite le rapport qualité-prix et la facilité d'accès, deux critères toujours déterminants pour attirer à leurs tables.

— Les Top Enseignes 2026 – Restauration à table – sur
chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur de la restauration à table, plusieurs enseignes se distinguent selon les critères étudiés.

Les restaurants Buffalo Grill restent les plus faciles d'accès. Cette année, la chaîne de grillades se distingue aussi sur l'expérience en restaurant, où elle prend la place d'Au Bureau.

Flunch continue de se distinguer pour son attractivité prix et son rapport qualité-prix.

Sur le terrain des promotions, Le Gang des Taverniers affiche une nette progression : il détrône La Côte et l'Arête sur l'utilité et Flunch sur leur générosité. En revanche, Flunch reprend la main en matière de fréquence des promotions.

Côté offre, Les 3 Brasseurs maintiennent leur avance sur la pertinence et progressent sur la variété, un critère dominé l'an passé par Au Bureau. Hippopotamus s'impose pour la première fois sur la qualité de l'offre, un critère détenu l'an dernier par Le Comptoir du Malt.

Enfin, en matière de responsabilité sociétale, Le Comptoir du Malt obtient le meilleur indice d'attractivité commerciale, détrônant Le Gang des Taverniers.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Flunch	37,9	19,2	+5,5
Rapport qualité prix	Flunch	34,1	26,7	+0,9
Utilité des promotions	Le gang des taverniers	17,3	9,3	+5,5
Générosité des promotions	Le gang des taverniers	12,3	7,2	+1,1
Fréquence des promotions	Flunch	12,9	8,1	+1,6
Pertinence de l'offre	3 Brasseurs	25,6	21,0	+1,1
Qualité de l'offre	Hippopotamus	24,1	19,6	+5,5
Variété de l'offre	3 Brasseurs	27,1	22,1	+3,9
Facilité d'accès au magasin	Buffalo Grill	37,9	30,9	+1,3
Expérience d'achat en magasin	Buffalo Grill	20,8	18,2	+0,2
Responsabilité sociétale	Comptoir du Malt	15,2	8,7	+3,1

Méthodologie



Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes. 359 enseignes étudiées, réparties sur 20 secteurs d'activité.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 19 septembre au 4 octobre 2025.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : " Baromètre réalisé par Ipsos BVA pour Bonial – 2^{ème} édition – 2025 "et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Les 18 enseignes – Restauration à table – analysées : 3 Brasseurs, Au Bureau, Bistro Régent, Buffalo Grill, Comptoir du Malt, Courtepaille, Crocodile, Del Arte, Flunch, Hippopotamus, La Boucherie, La Côte et l'Arête, La Pataterie, Le Gang des Taverniers, Léon, Memphis coffee, Ninkasi et Le Poivre Rouge

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

