

Les réseaux sociaux et les menus contribuent à l'essor des cocktails dans les établissements français

Une nouvelle étude de CGA by NielsenIQ révèle l'importance du parcours d'achat des consommateurs, à la fois online et dans les établissements hors-domicile, sur la consommation de cocktails.

Paris, France, le 14 février 2023. Le nouveau rapport sur les cocktails en France, basé sur une enquête menée auprès de 5 000 consommateurs dans les établissements de restauration, montre que **plus de deux personnes sur cinq (43 %) boivent désormais des cocktails hors domicile**, soit une augmentation de sept points de pourcentage en seulement 12 mois. Un peu plus **d'un quart (28%) boivent des cocktails plus souvent qu'il y a un an, tandis que plus de la moitié (53%) disent en acheter à chaque fois ou presque qu'ils sortent.**

Le rapport sur les cocktails en France offre une analyse beaucoup plus approfondie de l'engagement des consommateurs vis-à-vis des cocktails et de leur parcours d'achat. L'étude révèle des opportunités majeures pour les fournisseurs d'influencer les décisions d'achat.

La visibilité en ligne a gagné en importance aux yeux des consommateurs : près de 18% d'entre eux consultent les menus des cocktails en ligne et les pages des réseaux sociaux d'un établissement avant de sortir, tandis qu'un tiers (32 %) vérifient les avis des clients.

Quels cocktails sont les plus consommés par les Français et comment les choisissent-ils?

Les descriptions de menu, les recommandations et les images sont les trois principales raisons qui influencent le choix des cocktails par les consommateurs lorsqu'ils visitent des bars et des restaurants. En outre, les descriptions de menu et les images adéquates composant un menu bien présenté sont essentielles pour stimuler l'intérêt des consommateurs.

Les consommateurs de cocktails sont susceptibles d'essayer des boissons nouvelles ou différentes lorsqu'ils sortent (45%). La visibilité devient donc encore plus importante et les fournisseurs qui travaillent avec les établissements pour tirer parti de cette visibilité peuvent aider à compléter les opportunités de publicité dans les points de vente.

Le rapport explore également les préférences gustatives des consommateurs. **Le mojito et le rhum restent les cocktails les plus appréciés en France, tandis que l'Aperol Spritz gagne en popularité, se classant désormais dans le top 10 des cocktails les plus consommés par l'ensemble des consommateurs.** Cependant, les appétits croissants pour l'expérimentation, les nouvelles marques ou saveurs et les alternatives sans ou avec peu d'alcool ouvrent de nouvelles voies pour les fournisseurs du hors-domicile.

Julien Veyron, CGA Client Solutions Director - France, commente : *"Les cocktails sont en France l'une des catégories les plus dynamiques du CHR, gagnant de nombreux nouveaux adeptes depuis la fin des restrictions COVID. La concurrence devenant intense, il est vital pour les fournisseurs de comprendre l'évolution des préférences et des habitudes des consommateurs et d'adapter leurs stratégies en conséquence. Les menus online et physiques apparaissent comme un point d'influence clé, et un bon positionnement des marques à cet endroit et sur les réseaux sociaux sera une étape majeure vers le succès."*

Raisons motivant le choix de boissons lors de sorties

