

“opinionway” pour **ORISHA**
Lighting up the way

Baromètre « Les Français et les restaurants, cafés et bars »

Vague 3

Juin 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie



Echantillon de **1033 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 29 au 30 mai 2024**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Orisha »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : *INSEE*.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



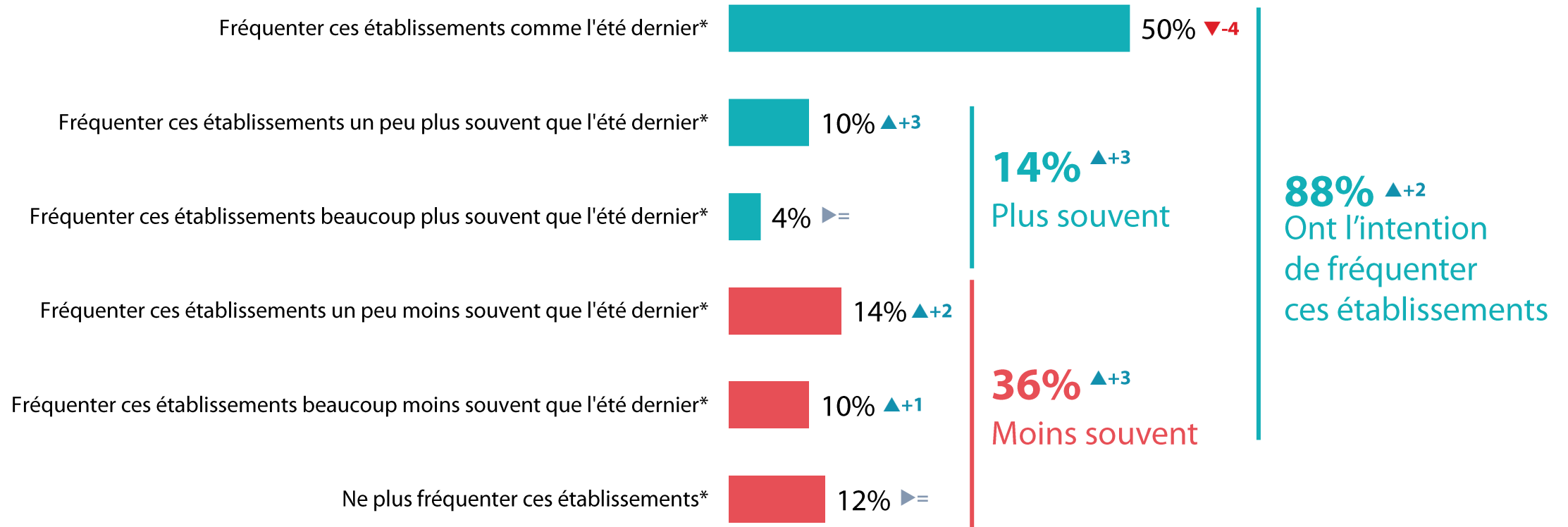
Les résultats



“ L'intention de fréquenter les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Concernant les restaurants, cafés et bars, avez-vous l'intention, cet été, de fréquenter ces établissements plus ou moins souvent que l'été dernier ?*



En juin 2022, la question était rédigée ainsi : « Concernant les restaurants, cafés et bars, avez-vous l'intention, cet été, de fréquenter ces établissements plus ou moins souvent qu'avant la crise sanitaire ? »



L'intention de fréquenter les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Concernant les restaurants, cafés et bars, avez-vous l'intention, cet été, de fréquenter ces établissements plus ou moins souvent que l'été dernier ?

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels du foyer	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000 €	2000 € et plus
Sous-total continuer à fréquenter	88%	88%	87%	93%	89%	84%	89%	88%	91%	88%	87%	83%	91%
Fréquenter ces établissements comme l'été dernier	50%	52%	47%	53%	43%	42%	54%	55%	49%	47%	53%	38%	55%
Sous-total plus souvent	14%	15%	14%	24%	23%	20%	9%	6%	21%	15%	10%	19%	14%
Fréquenter ces établissements un peu plus souvent que l'été dernier	10%	11%	10%	16%	14%	16%	5%	5%	14%	10%	8%	13%	10%
Fréquenter ces établissements beaucoup plus souvent que l'été dernier	4%	4%	4%	8%	9%	4%	4%	1%	7%	5%	2%	6%	4%
Sous-total moins souvent	36%	33%	39%	23%	34%	38%	37%	38%	30%	38%	37%	43%	31%
Fréquenter ces établissements un peu moins souvent que l'été dernier	14%	12%	15%	10%	13%	13%	14%	15%	13%	14%	13%	14%	12%
Fréquenter ces établissements beaucoup moins souvent que l'été dernier	10%	9%	11%	6%	10%	9%	12%	12%	8%	12%	11%	12%	10%
Ne plus fréquenter ces établissements	12%	12%	13%	7%	11%	16%	11%	11%	9%	12%	13%	17%	9%



L'intention de fréquenter les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Concernant les restaurants, cafés et bars, avez-vous l'intention, cet été, de fréquenter ces établissements plus ou moins souvent que l'été dernier ?

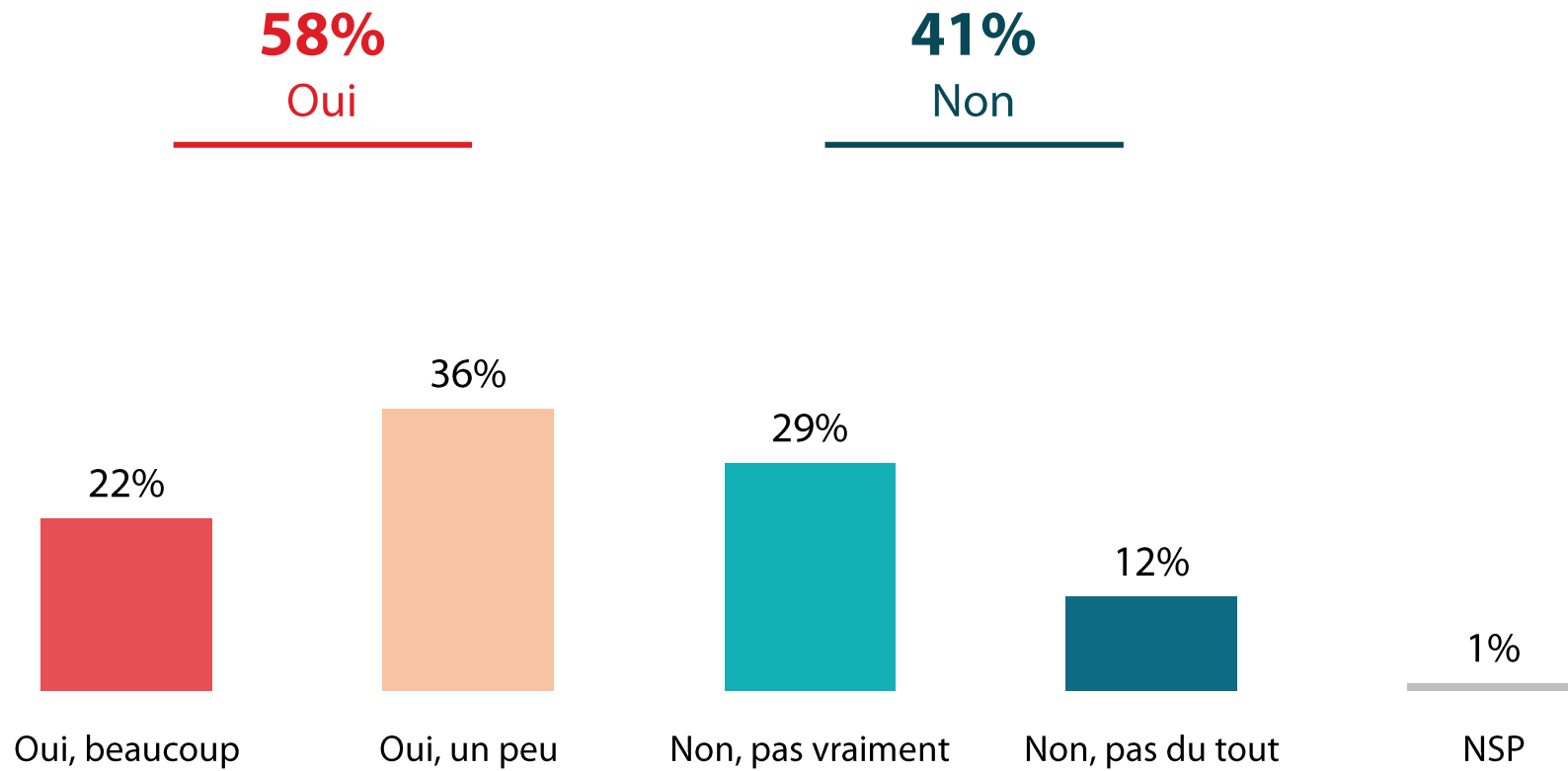
	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	Plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Sous-total continuer à fréquenter	88%	87%	87%	86%	90%	90%	90%	86%	87%	88%	87%
Fréquenter ces établissements comme l'été dernier	50%	48%	52%	45%	51%	53%	57%	52%	45%	45%	51%
Sous-total plus souvent	14%	14%	12%	15%	12%	18%	6%	16%	19%	19%	11%
Fréquenter ces établissements un peu plus souvent que l'été dernier	10%	8%	7%	13%	8%	13%	4%	11%	15%	13%	7%
Fréquenter ces établissements beaucoup plus souvent que l'été dernier	4%	6%	5%	2%	4%	5%	2%	5%	4%	6%	4%
Sous-total moins souvent	36%	38%	36%	40%	37%	29%	37%	32%	36%	36%	38%
Fréquenter ces établissements un peu moins souvent que l'été dernier	14%	14%	12%	14%	17%	12%	15%	10%	16%	13%	14%
Fréquenter ces établissements beaucoup moins souvent que l'été dernier	10%	11%	11%	12%	10%	7%	12%	8%	7%	11%	11%
Ne plus fréquenter ces établissements	12%	13%	13%	14%	10%	10%	10%	14%	13%	12%	13%



L'impact de l'inflation sur la consommation dans les cafés, bars et restaurants



Q. Avez-vous l'intention ou non de restreindre votre consommation dans les cafés, les bars et les restaurants en raison de la hausse des prix ?





L'impact de l'inflation sur la consommation dans les cafés, bars et restaurants



Q. Avez-vous l'intention ou non de restreindre votre consommation dans les cafés, les bars et les restaurants en raison de la hausse des prix ?

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels du foyer	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000 €	2000 € et plus
Sous-total Oui	58%	53%	62%	56%	59%	63%	60%	52%	57%	64%	54%	65%	53%
...Oui, beaucoup	22%	19%	24%	8%	18%	23%	27%	22%	19%	22%	23%	24%	20%
...Oui, un peu	36%	34%	38%	48%	41%	40%	33%	30%	38%	42%	31%	41%	33%
Sous-total Non	41%	46%	38%	44%	41%	37%	39%	47%	42%	36%	45%	34%	46%
...Non, pas vraiment	29%	31%	28%	31%	30%	22%	31%	33%	26%	27%	33%	22%	33%
...Non, pas du tout	12%	15%	10%	13%	11%	15%	8%	14%	16%	9%	12%	12%	13%



L'impact de l'inflation sur la consommation dans les cafés, bars et restaurants



Q. Avez-vous l'intention ou non de restreindre votre consommation dans les cafés, les bars et les restaurants en raison de la hausse des prix ?

	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	Plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Sous-total Oui	58%	59%	60%	58%	54%	57%	59%	50%	64%	59%	59%
...Oui, beaucoup	22%	23%	22%	21%	25%	18%	21%	24%	18%	22%	23%
...Oui, un peu	36%	36%	38%	37%	29%	39%	38%	26%	46%	37%	36%
Sous-total Non	41%	41%	40%	41%	45%	43%	40%	48%	36%	41%	41%
...Non, pas vraiment	29%	25%	29%	31%	30%	32%	29%	39%	27%	27%	25%
...Non, pas du tout	12%	16%	11%	10%	15%	11%	11%	9%	9%	14%	16%

“ Le budget mensuel prévu pour les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Quel budget mensuel avez-vous prévu de dépenser dans chacun de ces types d'établissement cet été ?

Question ouverte numérique - Réponses spontanées



Dans les cafés et bars



Dans les restaurants



Le budget mensuel prévu pour les cafés, bars et restaurants cet été

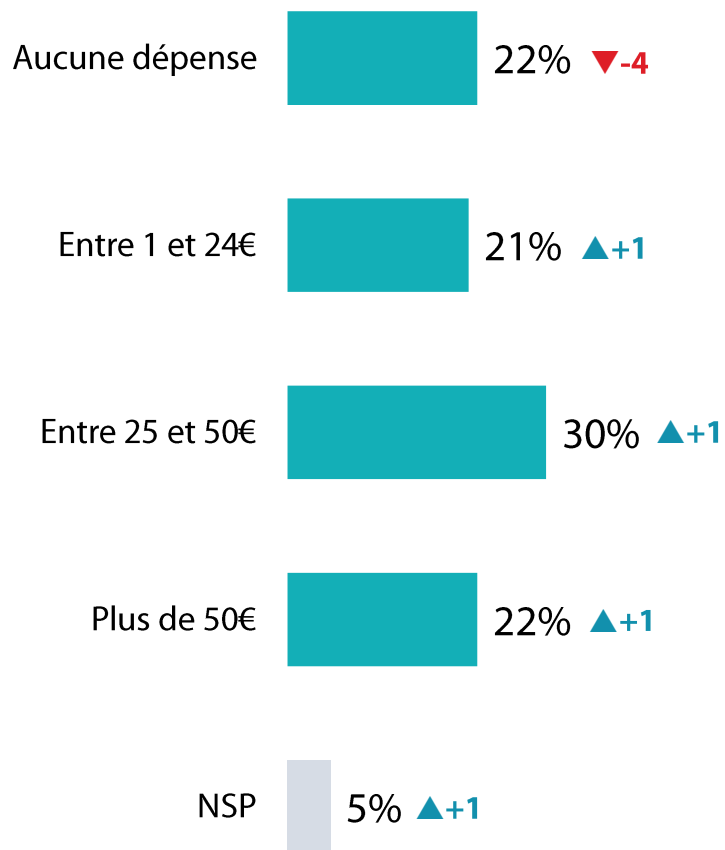
1033 personnes

Q. Quel budget mensuel avez-vous prévu de dépenser dans chacun de ces types d'établissement cet été ?

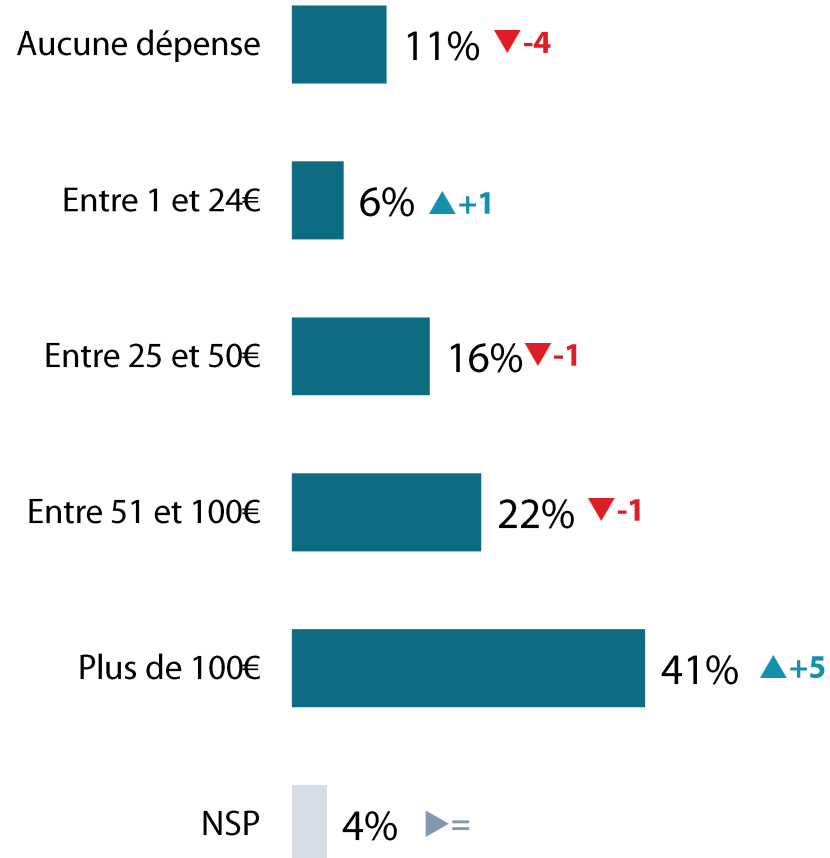
Question ouverte numérique - Réponses spontanées



Dans les cafés et bars



Dans les restaurants





Le budget mensuel prévu pour les cafés, bars et restaurants cet été



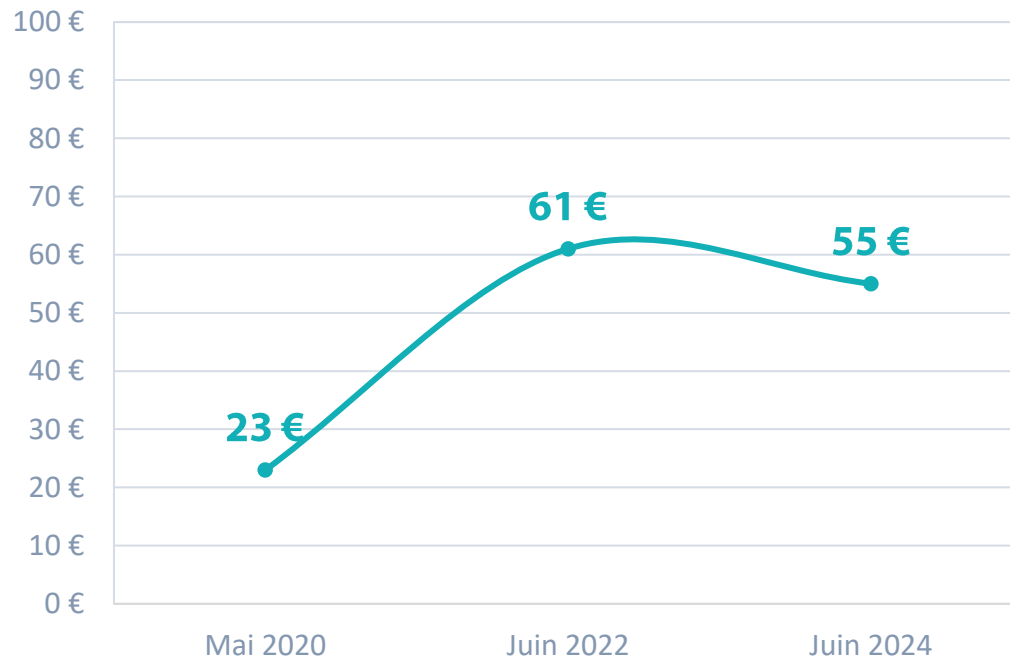
1033 personnes

Q. Quel budget mensuel avez-vous prévu de dépenser dans chacun de ces types d'établissement cet été ?

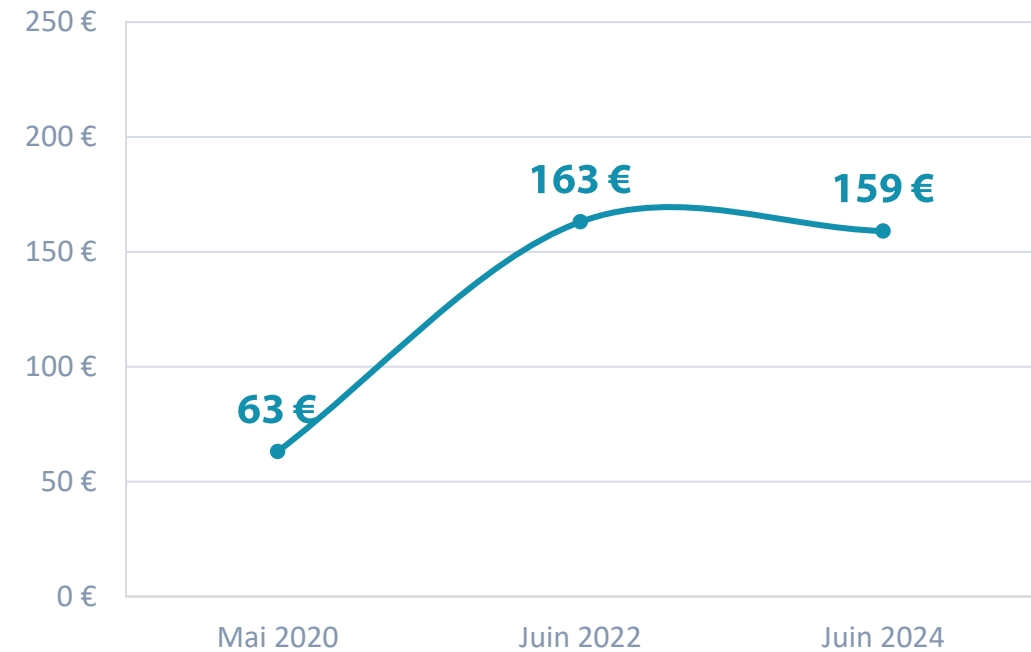
Question ouverte numérique - Réponses spontanées



Dans les cafés et bars



Dans les restaurants



Le budget mensuel prévu pour les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Quel budget mensuel avez-vous prévu de dépenser dans chacun de ces types d'établissement cet été ?

	Moyenne en Euro	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels du foyer	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000 €	2000 € et plus
Les cafés et bars	55	64	48	83	73	47	49	48	63	54	51	49	61
Les restaurants	159	178	142	149	140	128	173	189	165	146	165	97	194

	Moyenne en Euro	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	Plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Les cafés et bars	55	67	39	49	68	62	41	62	51	55	70
Les restaurants	159	153	132	154	164	190	138	184	149	166	151



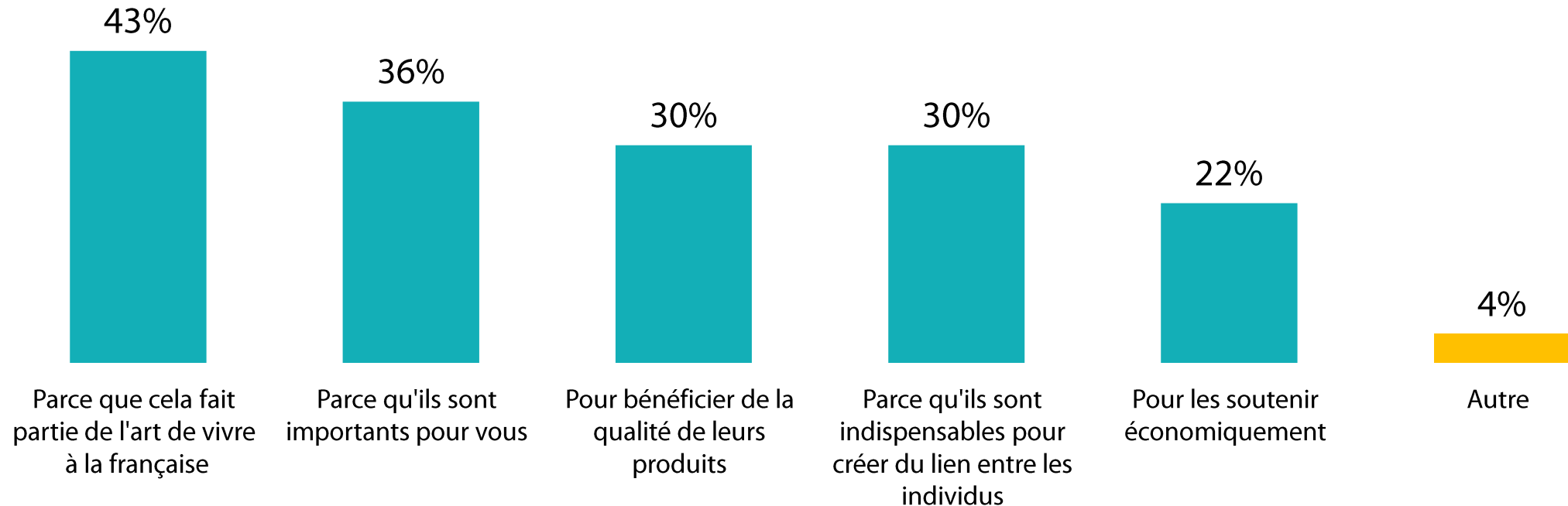
Les raisons d'envisager fréquenter davantage les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Pourquoi avez-vous l'intention de fréquenter plus souvent les cafés, les bars et les restaurants ?

Question posée à ceux qui envisagent de fréquenter davantage les cafés, les bars et les restaurants cet été, soit 14% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



Les raisons d'envisager fréquenter davantage les cafés, bars et restaurants cet été



Q. Pourquoi avez-vous l'intention de fréquenter plus souvent les cafés, les bars et les restaurants ?

Question posée à ceux qui envisagent de fréquenter davantage les cafés, les bars et les restaurants cet été, soit 14% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	Total	Sexe		Age		Statut			Région		Revenus mensuels du foyer	
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP+	CSP-*	Inactif*	Ile-de-France*	Province	Moins de 2000 €*	2000 € et plus
Parce que cela fait partie de l'art de vivre à la française	43%	43%	42%	35%	48%	45%	40%	42%	49%	41%	31%	49%
Parce qu'ils sont importants pour vous	36%	35%	37%	44%	31%	44%	23%	39%	54%	32%	36%	35%
Pour bénéficier de la qualité de leurs produits	30%	28%	32%	34%	27%	33%	33%	23%	19%	32%	33%	29%
Parce qu'ils sont indispensables pour créer du lien entre les individus	30%	27%	33%	40%	23%	20%	46%	28%	41%	28%	29%	29%
Pour les soutenir économiquement	22%	23%	21%	23%	21%	20%	17%	28%	17%	23%	28%	19%
Autre	4%	3%	4%	2%	5%	3%	3%	7%	2%	4%	-	5%

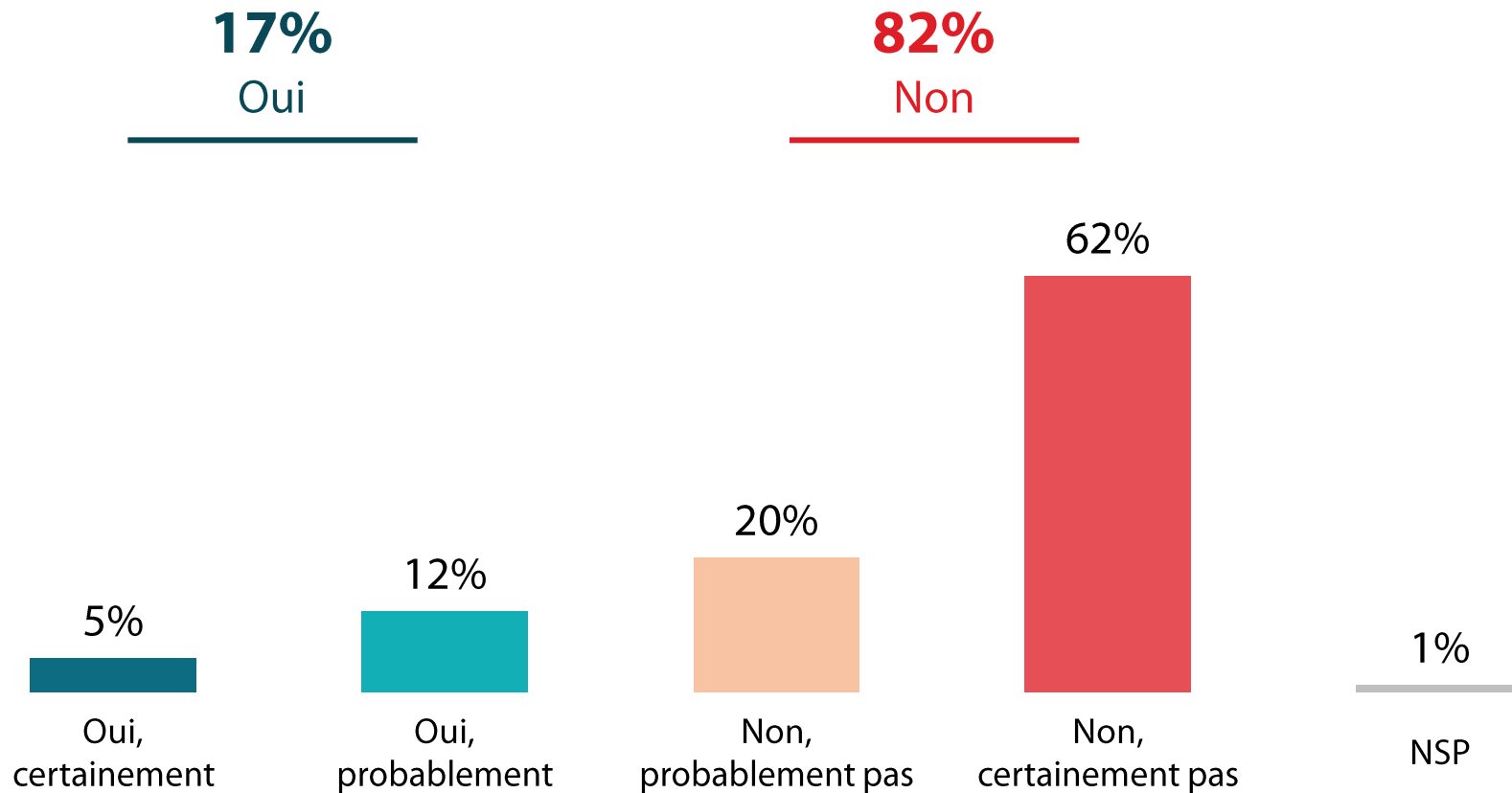
*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution



L'intention de suivre les JO depuis les cafés, bars et restaurants



Q. Cet été, avez-vous l'intention de vous rendre dans les restaurants, cafés et bars afin de suivre les compétitions sportives des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ?





L'intention de suivre les JO depuis les cafés, bars et restaurants



Q. Cet été, avez-vous l'intention de vous rendre dans les restaurants, cafés et bars afin de suivre les compétitions sportives des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ?

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels du foyer	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000 €	2000 € et plus
Sous-total Oui	17%	22%	13%	23%	36%	22%	12%	5%	24%	23%	9%	23%	16%
...Oui, certainement	5%	7%	3%	5%	11%	4%	6%	1%	8%	5%	3%	6%	5%
...Oui, probablement	12%	15%	10%	18%	25%	18%	6%	4%	16%	18%	6%	17%	11%
Sous-total Non	82%	77%	87%	77%	64%	77%	88%	95%	75%	77%	91%	76%	84%
...Non, probablement pas	20%	18%	22%	30%	22%	19%	18%	19%	17%	23%	21%	19%	20%
...Non, certainement pas	62%	59%	65%	47%	42%	58%	70%	76%	58%	54%	70%	57%	64%



L'intention de suivre les JO depuis les cafés, bars et restaurants



Q. Cet été, avez-vous l'intention de vous rendre dans les restaurants, cafés et bars afin de suivre les compétitions sportives des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ?

	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	Plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Sous-total Oui	17%	24%	16%	16%	13%	17%	8%	17%	12%	23%	23%
...Oui, certainement	5%	7%	5%	4%	5%	4%	3%	6%	5%	4%	6%
...Oui, probablement	12%	17%	11%	12%	8%	13%	5%	11%	7%	19%	17%
Sous-total Non	82%	76%	84%	83%	87%	82%	92%	81%	88%	77%	77%
...Non, probablement pas	20%	19%	16%	22%	20%	23%	22%	20%	21%	21%	17%
...Non, certainement pas	62%	57%	68%	61%	67%	59%	70%	61%	67%	56%	60%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RestONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du département Opinion
Tel: 01 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com