



SONDAGE HEINEKEN FRANCE X IFOP

LA RÉOUVERTURE DES TERRASSES EST DE LOIN LA PLUS ATTENDUE AU SORTIR DE CE TROISIÈME CONFINEMENT

- **64% des Français se réjouissent de cette perspective**, devant le cinéma / théâtre (34%) ou encore aller faire du shopping (32%).
- **65% ont l'intention de s'y rendre à partir du 19 mai**, date de leur réouverture officielle. Parmi eux :
 - **52% déclarent vouloir s'y rendre dès la première semaine de réouverture, 27% souhaitent s'y rendre plus souvent** que lors de la période précédant leur fermeture.
 - **45% envisagent de s'y rendre quelles que soient les conditions météorologiques...** même s'il pleut !
 - **85% ont déjà planifié le moment envisagé pour se rendre en terrasse.**
- **42% associent cette réouverture au souhait de soutenir un secteur d'activités** qui a beaucoup souffert.

Le 19 mai, les terrasses pourront rouvrir partout en France, pour des tablées de six convives avec une jauge de 50% de la capacité d'accueil, suivies le 9 juin des salles de bars et restaurants, en se limitant dans un premier temps à la moitié de leur capacité d'accueil, avant de pouvoir l'étendre davantage à partir du 30 juin.

D'après un sondage IFOP pour HEINEKEN France¹ (regroupant le brasseur HEINEKEN et le distributeur France Boissons), la réouverture des terrasses est de loin celle qui est la plus attendue au sortir de ce troisième confinement et les Français manifestent une envie forte de se rendre en terrasse, associant ce moment tant attendu à des envies de liberté, au plaisir de réinvestir ces lieux de convivialité et à un sentiment de solidarité envers toute la filière.

64% DES FRANÇAIS SONT IMPATIENTS DE RETOURNER EN TERRASSES À PARTIR DU 19 MAI POUR RENOUER AVEC LA CONVIVIALITÉ ET LE PARTAGE

Parmi les réouvertures prochaines liées à la fin des restrictions du confinement, **près de la moitié des Français (45%) de 18 ans ou plus** citent en premier le fait de « se rendre à la terrasse des bars, cafés ou restaurants » comme principale perspective de réjouissance, **64% la citant même en premier ou en second.**

Priorité aux terrasses ! Cette attente devance largement le fait d'« aller au cinéma ou au théâtre », mentionné en premier par **14% des interviewés**, soit 3 fois moins que celle des terrasses, suivie de la possibilité de refaire du shopping (commerces de vêtements, de décoration...), citée à **13%**.

Ce souhait est globalement homogène selon les différentes catégories de population et est majoritaire auprès des interviewés « actifs » : les 35-49 ans (52%), les cadres (52%), les employés (51%) ; mais aussi, dans leur globalité, les habitants du Sud-Est (51%) !

UNE ENVIE FORTEMENT PARTAGÉE DE S'Y RENDRE RAPIDEMENT ET PLUS FREQUEMMENT

65% des Français ont l'intention de retourner à la terrasse de bars, cafés ou restaurants à partir du 19 mai, date de leur réouverture officielle, et parmi les plus motivés, les jeunes (74% des 18-24 ans en ont l'intention) et les 35-49 ans (70%). Parmi eux :

¹ Etude menée auprès d'un échantillon de 1 003 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, secteur d'activité) après stratification par région. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 4 au 7 mai 2021. L'étude complète est disponible sur demande auprès du service de presse.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE | 12 MAI 2021

- **52% déclarent vouloir s’y rendre dès la première semaine de réouverture.** 17% d’entre eux sont déjà dans les « starting blocks », estimant pouvoir s’y rendre dès le jour de réouverture (en pleine semaine). Les jeunes adultes sont encore une fois en première position : 24% des moins de 35 ans concernés affirment vouloir s’y rendre dès le 19 mai. En parallèle, 35% sont prêts à réaliser cette sortie durant la première semaine (entre le mercredi 19 mai et le dimanche 23 mai). Enfin, 33% affirment qu’ils s’y rendront dans les 15 jours suivant la réouverture.
- **27% ont l’intention de s’y rendre plus souvent** et 64% au moins autant qu’avant les fermetures
- **Enfin, parmi ceux qui envisagent de retrouver les terrasses dès la première semaine de réouverture, 45% sont prêts à s’y rendre même s’il pleut** et 40% à faire des économies dans leurs dépenses habituelles afin de consommer davantage. 30% déclarent être prêts à annuler ou déplacer un rendez-vous, 22% pourraient poser une journée de congé et 36% pourraient être présents dès l’ouverture afin d’être certains de trouver une place.

LIBERTÉ, PLAISIR DE RÉINVESTIR CES LIEUX ET SOLIDARITÉ ENVERS LE SECTEUR : 3 NOTIONS PLEBISCITÉES

Pour 46% des personnes interrogées, cette réouverture des terrasses est associée à l’envie de « s’aérer, de quitter son environnement quotidien », à parts égales avec la notion de « convivialité, de partage », suivie par le fait de « **soutenir un secteur en difficulté** » (42%).

Sortir de son environnement quotidien est particulièrement mis en avant par les populations les plus susceptibles d’être en activité, que ce soit les 35-49 ans (31%), les cadres (33%) mais également les foyers comprenant au moins 3 enfants de moins de 14 ans (37%).

CÉLÉBRER LA CONVIVIALITÉ RETROUVÉE AVEC LE DISPOSITIF #TOUSENTERRASSE !

A l’occasion de la réouverture des terrasses en France, HEINEKEN France souhaite célébrer cette convivialité retrouvée. L’objectif du dispositif #TousEnTerrasse est de soutenir nos clients Cafés-Hôtels-Restaurants (CHR) qui ont tant souffert ces derniers mois, en mobilisant l’ensemble des collaborateurs du groupe HEINEKEN France ainsi que les consommateurs invités à rejoindre le mouvement.

HEINEKEN France a décidé de donner la parole à des gérants d’établissements au travers d’une série d’interviews filmées, et de recueillir le témoignage de clients heureux de les retrouver et de renouer avec cette convivialité. Les vidéos sont à retrouver les 17, 18 et 19 mai sur les réseaux sociaux de HEINEKEN France.

Une campagne de communication de la marque Heineken® est par ailleurs prévue dans le même temps, mettant à l’honneur un certain nombre de points de vente, célébrer leur réouverture et inviter les Français à venir à leur rencontre. HEINEKEN France en appelle à la responsabilité de chacun pour respecter les gestes barrières et le protocole sanitaire, pour limiter la propagation de l’épidémie et que la reprise soit durable pour tous !

À propos de HEINEKEN France

A la fois le premier des brasseurs² et premier des distributeurs de boissons³, HEINEKEN France est un acteur économique majeur en France, à dimension internationale. Fort de 3 sites de production et de 72 centres de distribution, le Groupe rassemble près de 3 800 collaborateurs, tant dans la production et la commercialisation de marques de bières prestigieuses (telles que Heineken®, Desperados®, Affligem®, Lagunitas®, Pelforth® ou Fischer®) que dans la distribution de plus de 6 300 références de boissons dans les cafés, hôtels, restaurants, à travers sa filiale France Boissons.

CONTACTS PRESSE | AGENCE BCW

Cécile Pochard – 06 26 39 83 72 – cecile.pochard@bcw-global.com
Salomé Blum-Aferiat – 01 56 03 12 78 – salome.blum-afariat@bcw-global.com

² 1ère entreprise nationale, en chiffre d’affaires et en volumes de fabrication et de commercialisation de bières

³ 1ère entreprise nationale, en chiffre d’affaires, spécialisée dans la distribution de boissons pour la Consommation Hors Domicile