

COLLECTIF



CAFÉ

Les bons artisans
font les bons cafés

DOSSIER
DE PRESSE 2024

Le Collectif Café

PORTE-PAROLE DE LA FILIÈRE
POUR UNE MEILLEURE CONNAISSANCE
ET DÉMOCRATISATION DU CAFÉ DE QUALITÉ
EN FRANCE.

Sommaire



- 3 Le Collectif Café**
- 4 Le café, un grain qui a conquis le monde**
- 5 Le café aujourd'hui**
- 6 Le café, un marché en pleine mutation**
- 7 Une denrée menacée**
- 8 Le café de qualité supérieure...
un café de terroir et de spécialité**
- 9 Le Coffee shop, une success story**
- 10 Missions & Agenda 2024**
- 14 Contacts**

Le Collectif Café



UN ACTEUR ENGAGÉ POUR DÉVELOPPER LE CAFÉ DE QUALITÉ

Lancé en 1959, Le Collectif Café est la principale fédération du café de spécialité en France.

Sa mission est de faire connaître et de valoriser une filière qui élabore des cafés intégrant des critères de qualité à chaque étape, du sourcing à la torréfaction, jusqu'à la dégustation et de faire adopter au plus grand nombre une consommation de café plus qualitative et responsable.

Il représente des sourceurs, importateurs, torréfacteurs, baristas et experts café engagés pour une filière caféière éthique et durable et partage leurs expertises auprès des réseaux de distribution et des consommateurs à travers des rencontres, des dégustations, des concours et événements dans toute la France.

Le Collectif Café soutient et développe, de la cerise à la tasse, une filière caféière vertueuse, respectueuse des producteurs, de la nature et des consommateurs pour leur proposer les meilleurs cafés.

“Nous formons une véritable famille d’artisans du café de qualité. Le café est aujourd’hui assimilé à un produit industriel de grande consommation alors que le café est par essence un produit de terroir aux variétés, subtilités et qualités remarquables.

Il est important d’apprendre aux consommateurs à le reconsidérer, à le préparer et déguster mais aussi de pouvoir préserver son écosystème et son avenir.”

David Serruys – Président du Collectif Café.

Le café, un grain qui a conquis le monde

DE KAFFA AU RESTE DU MONDE

Le caféier, plante dont est issue la petite cerise rouge de café, vient d'Éthiopie, de la région de Kaffa. Elle a été cultivée au Yémen à partir de la fin du XV^{ème} siècle avant d'être implantée dans toute l'Arabie.

Aujourd'hui, les plants de café, cultivés dans des terroirs d'altitude répartis dans plus de 50 pays, offrent un large et riche panel de variétés (bourbon, java, moka, maragogype...) où la cerise de café est récoltée manuellement, le plus souvent dans de petites fermes.

Au top 10 des producteurs mondiaux^[1] : Brésil (40%), Vietnam, Colombie, Indonésie, Éthiopie, Honduras, Inde, Ouganda, Mexique et Pérou.



Le café est entré dans le quotidien des Français au XVII^{ème} siècle

En France, le café fait son entrée officielle en 1669. L'ambassadeur de Turquie en avait offert à la cour du roi Louis XIV à l'occasion d'une grande réception. Les nobles et les riches bourgeois apprécient ses qualités gustatives puis sa consommation se diffuse dans toute la société grâce à l'apparition de débits de café.

On doit l'ouverture du premier débit de café en France à un Arménien, Pascal Haroukian, d'abord à Marseille (1671) puis à Paris (1672).

Le café, aujourd'hui



DANS LE MONDE

- La 2^{ème} boisson la plus consommée après l'eau.^[2]
- 2,6 milliards de tasses bues / jour ^[3].
- 2,3 millions de tasses bues / minute ^[3].
- Le grain de café est la 2^{ème} matière première la plus vendue après le pétrole ^[2].
- Plus de 9 millions de tonnes sont produites (l'essentiel du conditionnement se fait en sacs de 60 kilos) ^[2].
- 125 millions de familles dans 60 pays dépendent du café pour gagner leur vie ^[4].

+60%

La production globale a augmenté de 60% depuis les années 1990 ^[5].

EN FRANCE

- La France est le 19^{ème} pays consommateur de café avec 300 000 tonnes de café vert importées par an soit 250 000 tonnes de café torréfiés et 15 000 tonnes d'achat de café de spécialité ^[2].
- 80% des Français boivent du café régulièrement (plus de 2 tasses par jour) ^[2].
- 5,4 kg de café sont consommés par habitant chaque année ^[2].

25,9%

La part de marché du café en grains qui est en nette augmentation depuis 10 ans atteint 25,9%. Plus de 800 000 machines avec broyeurs sont vendues par an.

+15%

La torréfaction indépendante, locale et artisanale représente 5% des ventes et augmente de 15% par an depuis 2020 ^[2].

LE PRIX MOYEN D'1 TASSE DE CAFÉ

- Pour un café industriel à 14 €/ kg en grande surface = 10 cts d'€ la tasse ^[2].
- Pour un café de spécialité à 20 €/ kg = 14 cts d'€ la tasse ^[2].
- 1 tasse de café de qualité torréfié en France par des artisans coûte seulement 0,04 cts de + qu'un café industriel dit de "commodité" ^[2].

90% des Français achètent du café issu de la filière industrielle dans le réseau de la grande distribution ^[2].

Une proportion à changer !

Le café, un marché en pleine mutation

LE CAFÉ : 2^{ème} BOISSON LA PLUS CONSOMMÉE AU MONDE APRÈS L'EAU

Le marché du café connaît une véritable transformation ces dernières années, dans les modes de consommation de la boisson.

Le Collectif Café s'inscrit dans l'accompagnement de l'évolution du marché, de ses acteurs et de ses consommateurs.

Si la production mondiale vient en grande majorité d'Amérique latine (70%), d'Asie (20%) et d'Afrique (10%), le café est torréfié, transformé et consommé avant tout dans l'hémisphère nord ^[2].

Les Européens, qui sont les plus gros consommateurs de café, importent 39% du café produit; les États-Unis en importent 24% ^[2].

Le marché du café a enregistré une demande exponentielle. La production globale a augmenté de 60% depuis les années 1990 ^[5], avec une accélération entre 2000 et 2009. La demande va encore évoluer à la hausse.

Le café filtre ou "slow coffee" est la méthode de consommation préférée dans le monde, suivie de l'expresso qui est également utilisé comme base pour la préparation de boissons lactées populaires comme le cappuccino.

Le café devient une boisson "mode".

D'abord basique et générique, puis marketé par les industriels et matérialisé par l'apparition de coffee shops "mainstream" et de la capsule, cette mise en lumière a permis l'essor des cafés de qualité.



Le marché du café amorce ainsi une véritable transformation depuis ces dernières années, avec une consommation plus qualitative et le retour du café en grains.

La traçabilité et la durabilité sont de plus en plus prises en compte par les consommateurs.

LA FRANCE EST LE 19^{ème} PAYS CONSOMMATEUR DE CAFÉ

En effet, 80% des Français consomment du café régulièrement ^[2]. Avec une moyenne de 2,3 tasses de café par jour et par personne ^[6].

Le record de consommation est détenu par la Finlande avec plus de 4 tasses par jour.

Par comparaison, la consommation de café aux États-Unis est en moyenne de 2,4 tasses, en Allemagne de 1,9 tasse et au Royaume-Uni de 1,7 tasse ^[7].

Plus de la moitié des Français, tous âges confondus, considèrent ne pas pouvoir bien démarrer une journée sans une tasse de café le matin. 74% des Français âgés entre 18 et 29 ans partagent cet avis ^[8].



UNE DENRÉE MENACÉE

Depuis 1990, on estime que la production globale de café dans le monde a augmenté de 60% ^[5].

Face à la demande croissante, le marché du café s'est industrialisé au dépens de la qualité.

Le marché connaît actuellement une flambée des prix sans précédent.

Cette hausse s'explique par une conjonction de facteurs : conditions météorologiques défavorables au Vietnam et en Indonésie, diversification agricole dans certains pays producteurs, et tensions géopolitiques perturbant le transport maritime.

Les conséquences sont multiples : augmentation des prix pour les consommateurs, risques de pénuries à long terme mais aussi volatilité accrue du marché due à la spéculation.

LES ENJEUX ET DÉFIS DU MARCHÉ

Sans répondre à ces défis environnementaux, économiques et sociétaux, il n'existe pas d'avenir à long terme pour le café.

L'ensemble des acteurs de la filière du café doit s'adapter, innover pour maintenir la production, la qualité, les prix mais aussi protéger l'environnement et stabiliser les revenus des producteurs.

Les membres du Collectif Café jouent un rôle crucial dans le développement d'une filière café de qualité respectueuse de l'environnement.

Ils sont engagés dans la culture responsable (sans produits chimiques ni pesticides nocifs), le sourcing et le choix des grains de café, la juste rémunération des producteurs, l'optimisation de la consommation énergétique, la gestion des déchets... mais aussi désormais le transport.

Grâce à l'initiative de Belco et le lancement de sa marque FRESH COFFEE CLEAN OCEAN, le transport du café par voilier-cargo est désormais décarboné.

En 2024, Belco ouvre une nouvelle ère pour le transport international de café avec l'acheminement en France de 1900 tonnes de café à la voile en provenance de Colombie et du Brésil.



**FRESH
COFFEE**



**CLEAN
OCEAN**

TRANSPORTÉ
À LA VOILE

Le café de qualité supérieure... un café de terroir et de spécialité



LE MEILLEUR DU CAFÉ POUR UNE PRODUCTION ET UNE CONSOMMATION DURABLES

Le goût du café de qualité supérieure illustre la richesse et la diversité des terroirs, et le savoir-faire requis à toutes les étapes : choix des variétés, méthodes de récolte, de fermentation et de séchage, tri, constitution et protection des lots, torréfaction pour une qualité optimale.

Le café dit de spécialité est un café ayant obtenu une note de dégustation d'au moins 80 sur 100 par la SCA (Specialty Coffee Association). Il est traçable depuis la ferme, il ne contient aucun défaut de catégorie 1 (gros morceau de bois, grains noirs...) et un maximum de 5 défauts complets de catégorie 2 (petites pierres, brisures de grains) par échantillon de 300 g.

Le café de spécialité fonctionne comme un vin, son identité dépend de sa variété, de son terroir, du travail de l'homme et de son millésime.

A l'opposé, le café de commodité ou "industriel" vise une production en volume et à bas prix.

Il tend vers une standardisation des saveurs, ciblant un public à la recherche de consistance plutôt que de découverte.

UN CHOIX PAR GOÛT ET PAR RAISON

Choisir un café de spécialité, c'est privilégier le goût et la qualité à la quantité tout en soutenant un modèle économique durable.

Ces cafés séduisent de plus en plus parce qu'ils offrent une expérience gustative différente tout en conjuguant traçabilité, proximité et rétribution au juste prix des hommes et des femmes qui les cultivent.

De provenance du Brésil, d'Indonésie, d'Éthiopie, de Colombie ou encore du Vietnam...

Les cafés de spécialité offrent un large panel de diversité de goût et répondent aux attentes des consommateurs qui s'intéressent de plus en plus aux origines du café ainsi qu'aux différentes méthodes d'extraction et de torréfaction.

Alors que 90% des Français achètent leur café en grande distribution, de plus en plus de consommateurs achètent du café de spécialité dans des boutiques spécialisées et les coffee shops (+15% chaque année) ^[2].

Le coffee shop, une success story

1 NOUVEAU COFFEE SHOP OUVRE CHAQUE SEMAINE EN FRANCE

Parmi les meilleurs ambassadeurs du café de qualité, on peut compter sur les coffee shops. Tout y est réuni pour déguster ou acheter du bon café dans les meilleures conditions.

Le Collectif Café soutient ces professionnels du café en organisant depuis 2024, le concours du "meilleur Coffee Shop de France".

Inspiré par la tendance dans les pays anglo-saxons, le coffee shop a fait son apparition en France et particulièrement à Paris autour des années 2010-2015.

Lancé dans un premier temps comme un concept-store où l'on trouve du café de spécialité et une diversité de produits de qualité pour une jeune clientèle, les coffee shops ont le vent en poupe et sont devenus des lieux d'expériences et de rencontres autour du café qui séduisent toutes les générations.

La qualité et l'expertise café sont au cœur du concept avec différentes manières de consommer le café (boissons à base d'expresso comme le latte ou le cappuccino, les différentes méthodes douces, différentes origines...) dans une ambiance conviviale à la déco "casual chic" et décontractée.

Tous les coffee shops ont pour but de promouvoir la qualité et l'expérience unique client.

85% des coffee shops en France sont indépendants.



UN TREMLIN POUR LES ACTEURS DU CAFÉ DE QUALITÉ

Le coffee shop est un lieu d'expériences café et de petite restauration accessible à toute heure de la journée qui crée des adeptes et booste le marché.

La reconnaissance de la qualité de l'offre café et des compétences des torréfacteurs et baristas a renforcé cette tendance.

LE COFFEE SHOP EN FRANCE

Avec plus de 3 500 points de vente, la France occupe la 3^{ème} place sur le marché des coffee shops au niveau européen avec un chiffre d'affaires d'environ 321 millions d'euros (6,9 milliards d'euros en Europe).

Depuis 2010, le nombre de coffee shops installés sur le territoire a augmenté de 74% et les ventes au détail dans les coffee shops ont fait un bond de 140% ^[9].

Le Collectif Café

Missions & Agenda 2024

COLLECTIF



C A F É

**Les bons artisans
font les bons cafés**

Le Collectif Café est issu du Comité français du Café qui a été créé après la Deuxième Guerre mondiale pour relancer la consommation de café. Fondé en 1959, le Collectif Café est la principale fédération professionnelle française qui représente l'ensemble de la filière café du grain à la tasse.

Il a pour vocation d'accompagner les importateurs, les torréfacteurs, les baristas et les créateurs de coffee shops et d'encourager la montée en gamme de la filière. Il sensibilise les amateurs de café à une consommation plus éclairée en faisant la promotion des fondamentaux : traçabilité, qualité, goût, expertise et savoir-faire.

***Il regroupe 750 torréfacteurs,
plus de 180 adhérents et près de
400 points de vente en métropole
et dans les outre-mer.***

Les membres sont majoritairement des petites et moyennes entreprises de torréfaction traditionnelle mais aussi des baristas, des coffee shops, des importateurs et des experts.

1 - LES MISSIONS DU COLLECTIF CAFÉ

- Faire la promotion du café de qualité et du métier de torréfacteur traditionnel à travers des événements professionnels et grand public.
- Défendre les intérêts des entreprises de torréfaction produisant sur le territoire français (TPE, PME, ETI) auprès des pouvoirs publics, instances nationales et internationales.
- Participer au développement de la filière café en mettant en avant tous les professionnels du secteur.
- Encourager le grand public à adopter une consommation éclairée, qualitative et responsable.

AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

- Travailler collectivement pour le développement du café de spécialité en France.
- Mettre en avant les actions durables et responsables pour une montée en gamme de la filière.
- Les accompagner sur des questions d'ordre réglementaire et social.

AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

- Sensibiliser aux problématiques du produit et de la filière.
- Accompagner vers une consommation plus éclairée et qualitative.
- Faire savoir que "Les bons artisans font les bons cafés".



UNE CAMPAGNE DE BONS SENS "LES BONS ARTISANS FONT LES BONS CAFÉS"

Le Collectif Café lance une campagne de communication web sur 3 ans.

"Les bons artisans font les bons cafés" pour inciter les Français à acheter et à consommer du bon café en allant à la rencontre des bons artisans.

Parce que les consommateurs sont de plus en plus en quête d'informations sur la provenance et la qualité des produits qu'ils acquièrent et d'une relation de confiance avec leurs commerçants.

Via un micro-trottoir sur un marché, le clip vidéo soulève la méconnaissance de la filière.

Les personnes interrogées ne savent pas où acheter du bon café alors qu'ils savent où acheter du bon pain, une bonne viande...

Le Collectif Café et les réseaux des torréfacteurs artisanaux et indépendants se mobilisent pour accompagner ces évolutions à travers un message simple.

Ils invitent les consommateurs à aller à la rencontre des femmes et des hommes qui proposent du bon café près de chez eux.

2 - PARMIS LES RENDEZ-VOUS DU COLLECTIF CAFÉ

LE PARIS COFFEE SHOW DU 7 AU 9 SEPTEMBRE

Le Paris Coffee Show est le premier événement professionnel français dédié à la filière café, à destination des professionnels et des passionnés de café.

Pendant 3 jours, au Parc Floral de Paris, le Paris Coffee Show, mutualisé avec le festival Sirha Omnivore, accueille plus de 80 exposants et organise de nombreuses animations et concours d'envergure afin de valoriser le savoir-faire et la passion des acteurs de la filière auprès des professionnels et passionnés de café.

Sur 3 000 m² d'exposition, producteurs, torréfacteurs, baristas ou encore experts café proposent des expériences uniques aux visiteurs afin de leur faire découvrir l'univers du café ainsi que des nouveautés (nouvelles méthodes de dégustation, nouveaux lieux de dégustation, nouvelles tendances).

- Différents espaces d'animation :

- **Le Village des torréfacteurs** pour découvrir les subtilités de la torréfaction, l'art de la dégustation et des cafés d'exception.
- **La scène Coffee Show** pour des master-classes de professionnels et de passionnés telles que "La Cuisine au Café de Spécialité" ou "Le Café gourmand".
- **Les espaces Coffee Shop, Cupping et Torréfaction** pour découvrir les subtilités du Café de Spécialité.
- **Des conférences** pour débattre sur les enjeux de la filière.



EN PARTENARIAT AVEC LE

SIRHA/+
OMNIVORE

- Des championnats prestigieux qui célèbrent l'art du café :

- **Le Championnat de France Cup Tasters**, pour distinguer le meilleur dégustateur de café.
- **Le Championnat de France des Techniciens Café**, pour mettre la lumière sur les techniciens, qui sont des acteurs indispensables dans la filière café.
- **Le Championnat de France de Torréfaction**, pour désigner le meilleur torréfacteur de France.
- **Le Concours du Meilleur Espresso de France**, le top des espressos notés par un jury de professionnels et dégustés par les visiteurs du Paris Coffee Show.
- **Le Concours du Meilleur Coffee Shop de France**, le nouveau grand concours pour faire connaître et valoriser la créativité et le talent des dirigeants de coffee shops.

1^{er} OCTOBRE (JOURNÉE INTERNATIONALE DU CAFÉ)

Lancement des events en régions chez Encuentro et mise en avant du savoir-faire des torréfacteurs Hauts-de-France.

LES JOURNÉES DU CAFÉ DU 1^{er} AU 5 OCTOBRE

1 tour de France sur 5 jours pour promouvoir le café de qualité

Organisées chaque année autour du 1^{er} octobre, date de la journée internationale du café, les Journées du Café marquent, depuis 2015, le rendez-vous des passionnés.

Du 1^{er} au 5 octobre, Le Collectif Café et ses adhérents en partenariat avec De'Longhi France, donnent rendez-vous aux passionnés comme aux amateurs pour rencontrer les acteurs de la filière dans 400 points de vente répartis sur toute la France.

Au programme de nombreux ateliers café : présentations "du grain à la tasse", visites d'ateliers de torréfaction, dégustations, initiation au latte art, introduction aux méthodes d'extraction douce et au slow coffee, jeux concours...



SOURCES

- [1] <https://fr.statista.com/statistiques/571498/production-mondiale-de-cafe-principaux-pays/>
- [2] Collectif Café.
- [3] <https://www.leparisien.fr/economie/consommation/marche-du-cafe-2-3-millions-de-tasses-sont-bues-chaque-minute-09-04-2019-8049639.php>
- [4] OIC
- [5] <https://www.lesechos.fr/weekend/planete/comment-la-filiere-du-cafe-doit-se-reinventer-face-a-la-menace-du-changement-climatique-1989303#:~:text=Il%20faut%20dire%20que%20ces,ou%20trois%20d'ici%202050.>
- [6] <https://www.cafesmiguel.fr/blog/p-consommation-cafe-en-france#:~:text=Avec%20une%20moyenne%20de%202,2%20Unis%202%2C4%20tasses.>
- [7] <https://www.cafesmiguel.fr/blog/p-consommation-cafe-en-france#:~:text=La%20consommation%20journali%C3%A8re&text=Pour%20r%C3%A9f%C3%A9rence%2C%20les%20Allemands%20consomment,tasse%20de%20caf%C3%A9%20le%20matin.>
- [8] <https://www.cafesmiguel.fr/blog/p-consommation-cafe-en-france>
- [9] <https://modelesdebusinessplan.com/blogs/infos/marche-cafe-coffee-shop-chiffres>

Contacts

AGENCE DE PRESSE : VLC

Valérie Leseigneur

valerie@agencevlc.com

Tél. 06 68 80 37 35

Joy Lion

joy@agencevlc.com

Tél. 07 62 59 65 86

COLLECTIF CAFÉ

Emmanuelle Clabaut

e.clabaut@collectifcafe.fr

Tél. 06 22 14 85 51

PARTENAIRES

