

COLLECTIF



CAFÉ

Les bons artisans
font les bons cafés

**DOSSIER
DE PRESSE 2025**

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**
- 7 Le coffee shop, une success story**
- 9 Le café, une denrée en danger**
- 10 Le café de spécialité gagne du terrain**
- 12 Missions & Agenda**
- 16 Contacts**

Le Collectif Café



UN ACTEUR ENGAGÉ POUR DÉVELOPPER LE CAFÉ DE QUALITÉ

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 proposer de “bons” cafés aujourd'hui et demain.

“ Le café est par essence un produit de terroir noble aux variétés, subtilités et qualités remarquables. Assimilé à un produit de commodité hyper consommé et industrialisé, il est aujourd'hui menacé au niveau écologique, économique et qualitatif. Un “ bon ” café, est un café qui respecte les producteurs, la nature, le goût, le plaisir et la santé des consommateurs. Ces critères définissent le café de qualité et donnent l'espoir qu'il puisse rester une boisson quotidienne et abordable et non pas un produit rare et de luxe dans les années à venir. Il est urgent de bâtir, avec et grâce aux consommateurs et professionnels, une filière éthique et durable pour préserver son écosystème et son avenir. ”

Loïc Marion – 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.

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



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 appréciaient ses qualités gustatives puis sa consommation s'est diffusée 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 : LE CAFÉ EST LA 2^{ème} BOISSON LA PLUS CONSOMMÉE APRÈS L'EAU

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

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 24 %) ^[2].

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].

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

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”

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

CHIFFRES CAFÉ

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 café est la première matière agricole échangée au monde
- Plus de 9 millions de tonnes sont produites ^[2].
- 125 millions de familles dans 60 pays dépendent du café pour gagner leur vie ^[4].

***La production globale de
café a fait un bond de 60 % de
production en 35 ans ^[5].***



Le café, aujourd'hui

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

80 % des Français consomment du café régulièrement ^[2] avec une moyenne de 2 à 3 tasses de café par jour et par personne ^[6].

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].

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 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.

- La France est le 19^{ème} pays consommateur de café.
- 5,4 kg de café sont consommés par habitant chaque année ^[2].
- Plus de 33 % des Français consomment du café hors domicile dont 9 % dans des coffee shops. Une part qui ne cesse d'augmenter.



LES NOUVELLES TENDANCES CONSO

La part de marché du café en grains est en nette augmentation depuis 10 ans.

Elle dépasse 25 % des ventes.

Plus de 800 000 machines avec broyeurs à grain sont vendues par an.

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.

Le coffee shop, une success story

La France est le quatrième marché pour les chaînes de cafés en Europe. McCafé, Starbucks et Columbus Café & Co dominent le segment des chaînes spécialisées dans le café avec près de 1 000 établissements.

Les implantations et les offres des cafés évoluent et se diversifient, dépassant le cadre traditionnel des bistrots et s'étendent à de nouveaux quartiers et à des lieux accessibles tout au long de la journée.

Les consommateurs français, de plus en plus en recherche d'un café de haute qualité plébiscitent de plus en plus les coffee shops indépendants, artisans commerçants du bon café. ^[10]

1 COFFEE SHOP OUVRE CHAQUE SEMAINE EN FRANCE

Parmi les meilleurs ambassadeurs du café de qualité, on peut compter sur les coffee shops indépendants. 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'espresso comme le latte ou le cappuccino, les différentes méthodes douces, différentes origines...) dans une ambiance conviviale à la déco "casual chic" et décontractée.

Les consommateurs français stimulent la demande en faveur d'un café de haute qualité, de plus de durabilité et de transparence. Le café de spécialité est en plein essor, en particulier dans le secteur de la boulangerie, où il devient un élément central de l'offre.

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

85% des coffee shops en France sont indépendants.

Le coffee shop, une success story



NOUVELLES TENDANCES

Les recettes gourmandes (café froid, latte, moka, latte macchiato...), enregistrent +20 % de commandes en coffee shop.

Les français sont de plus en plus nombreux à vouloir reproduire leur expérience café en coffee shop à la maison. Dans les grandes surfaces, on observe notamment une nette progression des ventes des cafés en grains qui doublent presque en 3 ans et triple pour les sirops barista (type caramel, noisette, vanille, cookie). ^[11]

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]

Paris est le moteur de la scène du café de spécialité, suivie de Lyon, Bordeaux et Marseille.

De nouvelles concentrations de coffee shops émergent : Lille, Strasbourg, Nantes et la région Nice/Côte d'Azur.

46 % de la clientèle visite un coffee shop de spécialité chaque semaine, tandis que 30 % s'y rend au moins 1 fois par mois. ^[10]

Les coffee shops sont devenus avec les torréfacteurs, les principaux réseaux de distribution de cafés de spécialité.

Le café, une denrée en danger

La production globale de café dans le monde a augmenté de 60 % depuis 1990 ^[5].

L'âge moyen des caféiculteurs atteint désormais 59 ans, et les petites exploitations sont soit vendues à des promoteurs immobiliers, soit redirigées vers des cultures plus rentables, voire, abandonnées. ^[12]

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.

Le marché connaît une flambée des prix : + 75% l'Arabica et + 60 % pour le Robusta en 1 an.

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

Le marché du café s'est industrialisé aux dépens de l'environnement, des producteurs de café et de la qualité.

Sans répondre aux enjeux 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.



Le café de spécialité

gagne du terrain



LE MEILLEUR DU CAFÉ POUR UNE PRODUCTION ET UNE CONSOMMATION DURABLES

Le goût du café de qualité supérieure illustre la richesse, 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 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.

Si près de 90 % des Français achètent leur café en grande distribution, les cafés de spécialité 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.

Le café de spécialité est un marché de niche en croissance : plus de 8 % en 2025.

Le marché français du café de spécialité connaît une croissance annuelle de + 8% et pourrait devenir un segment majeur du café dans les 5 à 10 ans porté par une premiumisation qui se renforce.

Il reste cependant un marché de niche, le café traditionnel, de "commodité" étant toujours dominant.

76 % du café de spécialité en France est vendu en B2B, représentant environ 10 600 tonnes de café vert versus 24 % en B2C.

Les bureaux représentent la plus grande part de ce marché : 38 %.

La consommation à domicile : 18 %.

Les autres principaux canaux sont les cafés, hôtels, restaurants (17 %), les coffee shops de spécialité (14 %) et le secteur des boulangeries, pâtisseries et "food to-go" (6 %).^[10]

Le café de spécialité

gagne du terrain



Plus de 80 % des consommateurs de café de spécialité achètent leur café directement chez un torréfacteur et plus de 65 % s'approvisionnent auprès d'un coffee shop.

Le café en grains est le choix N°1 des consommateurs à domicile (83 %), suivi du café moulu (27 %) et des dosettes/capsules (22 %). Les machines à espresso sont l'équipement préféré (près de 60 % des consommateurs en utilisent une), tandis que 40 % optent pour les cafetières filtre. ^[10]

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.

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].



Le Collectif Café

Les Missions

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. Le Collectif Café est la principale fédération professionnelle française qui représente l'ensemble de la filière café de la cerise à la tasse.

Il a pour vocation d'accompagner les importateurs, les torréfacteurs, les baristas, les créateurs de coffee shops et les experts café 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 fédère plus de 180 adhérents
et près de 400 points de vente
en métropole et en 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 ... mais également des MOF torréfacteur/torréfactrice :

MOF 2018 :

Daniela CAPUANO,
Vincent BALLOT et
Paul ARNEPHY

MOF 2023 :

Anne CARON,
Laurent BAYSSE et
Mikaël PORTANNIER.

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 "

" 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.

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 - PARMI LES RENDEZ-VOUS DU COLLECTIF CAFÉ



LE PARIS COFFEE SHOW DU 13 AU 15 SEPTEMBRE 2025

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 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.

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.

DES CHAMPIONNATS D'ENVERGURE QUI VALORISENT LE SAVOIR-FAIRE DES ACTEURS DE LA FILIÈRE :

- **Le championnat de France de Torréfaction**, en partenariat avec la SCA – juge la maîtrise de la torréfaction du café selon des critères techniques précis.
- **Le championnat de France de Cup Tasters**, en partenariat avec la SCA – teste la capacité des dégustateurs à reconnaître et différencier avec précision les arômes et les caractéristiques de chaque café.
- **Le championnat de France des Techniciens Café**, en partenariat avec Nuova Simonelli, BWT Water+More et Composants Diffusion – un concours où la vitesse de diagnostic et la rigueur technique des professionnels sont à l'honneur.
- **Le concours du Meilleur Espresso de France**, organisé par le Collectif Café – s'installe à l'entrée du festival et invite les visiteurs à déguster et choisir la tasse parfaite.
- **Le concours International des Cafés Torréfiés à l'Origine**, organisé par l'Agence pour la Valorisation des Produits Agricoles (AVPA).
- **Le concours du Meilleur Coffee Shop de France**, qui récompense la qualité du lieu et du service de ces établissements plus en vogue que jamais !

LES RENCONTRES EN RÉGION

Ces rencontres originales dans les territoires ont pour objectif de valoriser le savoir-faire des artisans torréfacteurs, de défendre une consommation de café responsable et qualitative, et d'éveiller les papilles autour de dégustations de cafés de spécialité et d'expériences gourmandes.

LES JOURNÉES DU CAFÉ

1 tour de France sur 4 jours pour promouvoir le café de qualité

Chaque année autour du 1^{er} octobre, date de la journée internationale du café, Les adhérents et partenaires du Collectif Café se mobilisent à travers toute la France pour faire découvrir leur métier et le café.

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,%20D'Unis%20%20C4%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>
- [10] ÉTUDE D'ALLEGRA 2025
- [11] Liquid data™ et Circana 360*
- [12] International Coffee Organization, Data on the Global Coffee Trade. Age caféiculteurs

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

