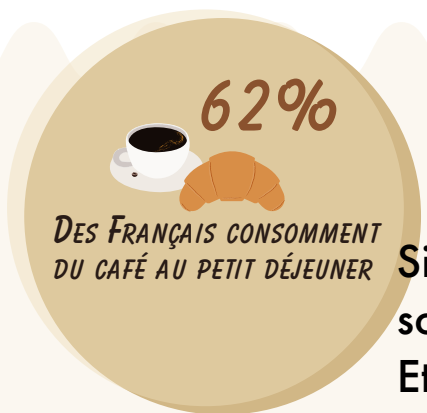


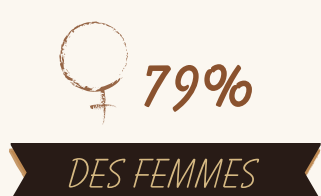


Pour la 3ème année consécutive, C10 présente son étude annuelle, menée en partenariat avec l'IFOP. Cette année, le leader de la distribution de boissons en France propose un panorama de la consommation de café dans l'hexagone.
Meilleur allié du matin, compagnon indétrônable des fins de repas, le café est incontournable, plus de 8 français sur 10 déclarent ainsi en consommer !
Sur le zinc, à la maison, en capsules ou en grains, l'étude C10 met la lumière sur l'indémorable « petit noir » et ses tendances de consommation.



DU CAFÉ, À TOUTE HEURE, À (PRESQUE) TOUT ÂGE !

Si le café fait quasi l'unanimité chez les hommes (88%), les femmes ne sont pas en reste, elles sont ainsi 79% à en consommer.
Et plus on vieillit, plus on devient amateur de café, 92% des plus de 50 ans consomment ainsi du café, soit 9 points de plus que la moyenne nationale.
Le moment de consommation privilégié est très nettement le petit-déjeuner (62%), loin devant le déjeuner à 47%.



ET EN RÉGION

Si aucune région ne surconsomme du café, des habitudes de consommation locales existent avec des Habitants du Grand-Est qui en consomment encore plus au petit déjeuner (68% vs. 62% pour l'ensemble de la population) et pendant l'après-midi (47% vs. 35%), les Bourguignons et les Méditerranéens à midi (resp. 54% et 53% vs 47%), les Chtis l'après-midi (43% vs. 35%),...



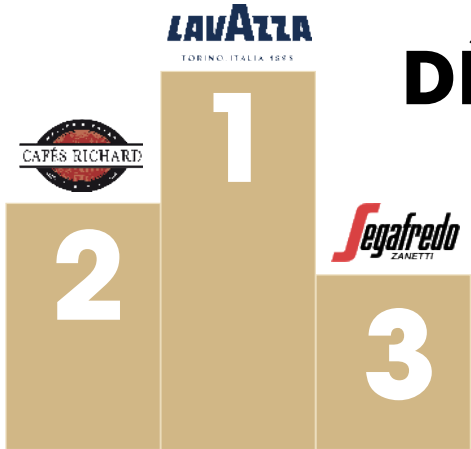
LE CAFÉ SOUS TOUTES SES FORMES

Voici près de 20 ans que les capsules et dosettes ont acquis leurs lettres de noblesse en France. Pour 67% des consommateurs de café, cette solution est préférée aux autres. Et ce sont plus de 2/3 des 25-34 ans qui optent pour ce mode de consommation rapide et pratique.
Mais le moulu a toujours la cote, plus d'1 consommateur sur 2 se tourne vers ce type de café et les plus de 65 ans l'affectionnent tout particulièrement (59%).
Si les exigences des Français en matière de café sont de plus en plus élevées, 1/4 des consommateurs continuent pourtant à consommer du café soluble et 13% d'entre eux ont choisi le café en grains, reconnu pour ses qualités gustatives bien qu'il nécessite un équipement onéreux.



ET EN RÉGION

Le café moulu est surconsommé par les Chtis (66%), Bretons (64%), habitants du Pays de la Loire (62%) et Normands (61%)
Les Habitants du Grand-Est ont une appétence particulière pour le café en dosettes souples ou rigides pour machines Senseo, Tassimo ou Dolce Gusto (63%)
Les Franciliens consomment quant à eux plus de café en capsules pour machines Nespresso (43%).
Une spécificité partagée avec les Méditerranéens (39%) et les Rhodaniens (38%)



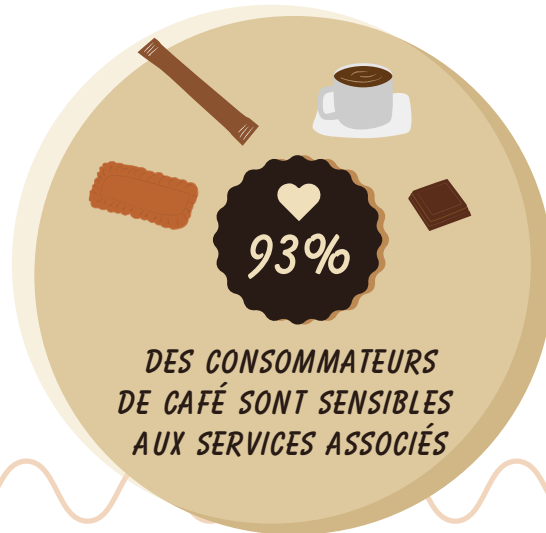
LES MARQUES LES PLUS CONNUES
PAR LES CONSOMMATEURS EN CHR

DÉTENTE ET CONVIVIALITÉ AU COMPTOIR

Près d'1 consommateur sur 3 consomme du café hors domicile, et ce, principalement sur son lieu de travail (76%) ou dans un café – bar – brasserie - restaurant (40%).
Et s'ils plébiscitent le comptoir pour cet instant de dégustation, c'est parce que les Français l'appréhendent comme un moment de détente (61%) et de convivialité (59%).

« Chez C10, nous avons enregistré une hausse de 1,1% de croissance valeur sur le café en CHR à fin décembre 2017. Nous suivons les tendances de cette catégorie de près pour voir si elle s'inscrit dans le temps ; les Français ont des envies particulières quand il s'agit de leur consommation de café hors domicile et nous nous devons de leur proposer des produits et des services en adéquation avec leurs attentes. Aujourd'hui 45% des Français trouvent la qualité du café en CHR moyenne ou faible et nous souhaitons améliorer chaque jour un peu plus cette satisfaction client en diversifiant nos offres » analyse Camille Delettretz Directrice marketing de C10. »

Tasse, sucre, gâteau, chocolat, les Français sont aussi sensibles aux services associés à leur café en CHR (93%).
Régulière, la consommation de café en CHR se répartie entre le matin (55%) et l'après-midi (47%).



LE THÉ TIRE SON ÉPINGLE DU JEU

Sur le segment des boissons chaudes, le thé a aussi une place de choix : plus d'1 Français sur 2 a déjà remplacé son café par du thé à au moins un moment dans la journée.

« Nos ventes de thé ont considérablement augmenté (+22,6% à fin décembre 2017). Aujourd'hui le thé n'est plus le parent pauvre du CHR, les références proposées sont bien plus nombreuses et les Français se tournent de plus en plus vers une consommation alternée entre thé et café. »

Ajoute Camille Delettretz Directrice marketing de C10.

Sources :
Etude réalisée du 26 avril au 22 mai 2018 par l'institut IFOP pour C10 auprès d'un échantillon de 3011 Français âgés de 18 ans et plus, (échantillon national représentatif de la population française, selon la méthode des quotas).
Observatoire C10 des boissons en CHD



A PROPOS DE C10 : premier réseau de la distribution de boissons en CHR, C10 compte aujourd'hui plus de 65 000 clients, 280 fournisseurs et un réseau fort de 187 adhérents.

Contact presse :
Agence Albine & Co
01 58 18 35 25

Blandine de Roaldès | Marine Babion
b.deroldes@albineco.com | m.babion@albineco.com