



## COFFEE SHOP : UN MODÈLE EN PLEINE EXPANSION

En France, le modèle du coffee shop connaît une expansion spectaculaire avec plus de 3 500 établissements<sup>1</sup> désormais implantés sur le territoire. Ce concept, qui transforme le rapport au café, séduit par son accessibilité économique et sa capacité à créer des espaces de vie où l'on se rencontre, travaille ou échange. Depuis quelques années, le secteur affiche une croissance remarquable tant en nombre de points de vente qu'en chiffre d'affaires. Bien plus qu'une simple tendance, ce modèle représente une véritable opportunité business.

Pour sa prochaine édition, qui se tient du **dimanche 18 au mercredi 21 janvier 2026 à Paris Porte de Versailles, Sirha Bake & Snack** - événement incontournable rassemblant artisans, entrepreneurs et industriels de la boulangerie, pâtisserie et du snacking - met à l'honneur le phénomène coffee shop. À travers **un nouveau pôle dédié aux professionnels du café**, Sirha Bake & Snack répond aux attentes d'un marché en pleine mutation, où l'expérience client et la qualité des produits sont devenues essentielles.

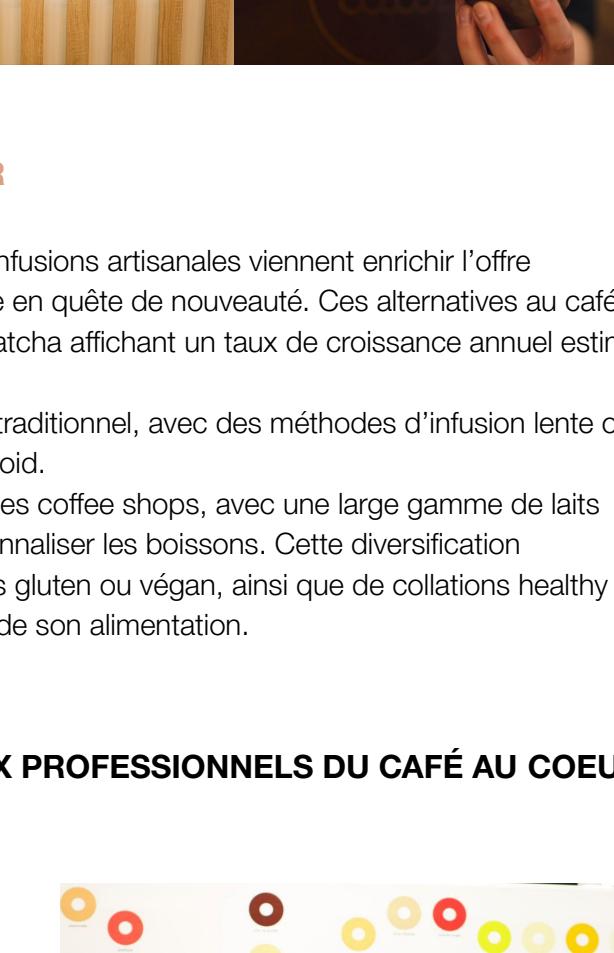
### LE COFFEE SHOP : UN MODÈLE ÉCONOMIQUE DYNAMIQUE ET ACCESSIBLE

Dans **un secteur qui représente aujourd'hui plus de 350 millions d'euros en France**<sup>1</sup>, le coffee shop s'impose comme un **modèle particulièrement attractif**. Avec un investissement initial plus modéré que la restauration traditionnelle, ce format séduit entrepreneurs et investisseurs par sa flexibilité et son potentiel de développement.

Le coffee shop ne se contente plus d'être un simple lieu de consommation, mais s'affirme comme un véritable temple dédié au Café de Spécialité. Sa force réside dans sa capacité à diversifier ses sources de revenus : vente à emporter, produits d'épicerie fine, et ateliers thématiques autour du café. Ces derniers rencontrent un succès grandissant auprès d'une clientèle en quête d'expériences et désireuse de s'initier à l'art du café, de la torréfaction à la préparation. Cela s'explique notamment par l'engouement des Français pour cette boisson : **environ 80 % en consomment régulièrement**<sup>2</sup>.

La rapidité de déploiement constitue un autre atout majeur : certaines enseignes françaises parviennent à ouvrir une vingtaine d'adresses en moins de trois ans, témoignant d'un modèle économique particulièrement agile. Par exemple, **Columbus Café**, réseau 100 % français qui possède déjà plus de 250 points de vente, ambitionne de poursuivre son développement en ouvrant une trentaine de nouveaux points de vente par an.

Cette effervescence attire également les géants internationaux, à l'image de **Dunkin'**, qui voit dans le marché français un territoire à fort potentiel pour développer son concept hybride café-snacking.



### LE PRODUIT AU COEUR DU CONCEPT

Fini le simple "café-comptoir" ! Les coffee shops, véritables sanctuaires cafénés, sont de véritables lieux de vie, où l'expérience client et la qualité du produit prennent.

L'explosion spectaculaire du secteur - un nouveau coffee shop ouvre chaque semaine en France<sup>1</sup> - témoigne d'une révolution silencieuse qui transcende la simple tendance pour s'inscrire dans une profonde mutation culturelle.

Et pour répondre à une clientèle de plus en plus exigeante, les coffee shops ont développé une proposition de valeur centrée sur trois axes majeurs. D'abord, la **qualité du produit**, avec des cafés soigneusement sourcés pour leurs caractéristiques gustatives. Ensuite, la transparence sur l'origine et les méthodes de production, qui justifie un positionnement tarifaire plus élevé. Enfin, le **savoir-faire technique des baristas**, qui devient un véritable argument commercial différenciant.

Cette stratégie de montée en gamme permet aux établissements d'augmenter significativement leur ticket moyen : un espresso vendu jusqu'à 3€ dans un coffee shop spécialisé, contre 1,50€ à 2€ en moyenne dans un café traditionnel. Les préparations plus élaborées comme les flat whites ou les cappuccinos atteignent facilement 4,50€ à 5,50€, créant ainsi une nouvelle catégorie de marché.

L'engagement éthique et environnemental complète cette proposition commerciale en répondant aux attentes des consommateurs urbains, principalement millennials et génération Z, prêts à payer davantage pour des produits alignés avec leurs valeurs. Ce modèle économique vertueux permet non seulement d'améliorer la rentabilité au mètre carré, mais aussi de fidéliser une clientèle à forte valeur ajoutée, qui fréquente ces établissements plusieurs fois par semaine et devient prescriptive sur les réseaux sociaux.

### LES NOUVELLES TENDANCES DU SECTEUR

Le matcha, le chai latte, le golden latte ou encore les infusions artisanales viennent enrichir l'offre traditionnelle des coffee shops, séduisant une clientèle en quête de nouveauté. Ces alternatives au café gagnent rapidement du terrain, avec un marché du matcha affichant un taux de croissance annuel estimé à 7,00 % entre 2024 et 2032<sup>3</sup>.

Parallèlement, on observe un retour au café filtre plus traditionnel, avec des méthodes d'infusion lente ou des préparations innovantes comme le café infusé à froid.

Les alternatives végétales sont très demandées dans les coffee shops, avec une large gamme de laits végétaux (soja, amande, avoine) proposée pour personnaliser les boissons. Cette diversification s'accompagne d'une offre croissante de produits sans gluten ou végan, ainsi que de collations healthy pour répondre aux attentes d'une clientèle soucieuse de son alimentation.

### PÔLE CAFÉ : LE NOUVEL ESPACE DÉDIÉ AUX PROFESSIONNELS DU CAFÉ AU COEUR DE SIRHA BAKE & SNACK

Pour répondre à cette dynamique de marché et aux attentes croissantes des professionnels, Sirha Bake & Snack crée cette année un **Pôle Café** - espace stratégique qui rassemble les acteurs incontournables de l'écosystème caféné : des torréfacteurs reconnus comme **Café Mokxa** ou **Café Lomi**, aux fabricants de machines à café comme **Malongo**, en passant par les boissons alternatives comme **Oatly** et **Monin** aux accessoires pour baristas et offres annexes.

À proximité du Pôle Café, la **Scène Coffee & Bakery** met en avant les talents et les dernières innovations du secteur. Les concours de **Latte Art** et **Coffee in Good Spirit** - en partenariat avec la **Specialty Coffee Association** (SCA) - côtoient masterclasses et talks thématiques, offrant aux professionnels un espace d'apprentissage et d'échange pour accélérer leur développement dans cet univers en pleine effervescence.



### LES TEMPS FORTS À NE PAS MANQUER

Dimanche 18 et lundi 19 janvier :

- + Championnat de France de Latte Art
- + Championnat de France de Coffee in Good Spirit

Mardi 20 janvier :

- + Le coffee shop, nouvelle arme des pâtissiers ?

Avec Yann Couvreur

- + Le café au-delà de la tasse

Avec Véronique Véraswami

- + Comment le design raconte l'expérience café & boulangerie ?

Avec Camille Besse, Benoît Castel et Julien Sebban

- + Le coffee shop comme nouveau terrain des marques et du luxe

Avec Charles Lecomte et Louise Sarfati

Mercredi 21 janvier :

- + Quel modèle retail pour changer d'échelle ?

Avec Charles Znati

- + La renaissance des boissons alternatives

Avec Anthony Calvez, Stéphane Moesle et Guillaume Roy

- + Trop de latte tue le latte : la bulle des coffee shops ?

Avec Daniel Cebula et Sylvain Segura

- + Au-delà du cookie et du banana bread

Avec Estelle Dai

### CONTACTS MÉDIA



### SUIVEZ-NOUS



Les accréditations sont ouvertes !

POUR FAIRE UNE DEMANDE D'ACCREDITATION : CLIQUEZ ICI

<sup>1</sup> Collectif Café

<sup>2</sup> IFOP, panorama de la consommation de café en France

<sup>3</sup> Market Research Future