



Le café : un rituel profondément ancré dans la vie des Français

Le café confirme sa place de produit phare : plus de 9 foyers français sur 10 consomment du café en 2025.¹

La France est le troisième producteur de café torréfié dans l'Union européenne, elle représente à elle seule 204 392 tonnes de café vendus et plus de 6,4 milliards d'euros en 2025.² La France représente le 6e marché mondial pour le café et le 2e dans l'Union Européenne en termes de vente.

Les Français continuent à boire du café mais adaptent leur consommation

Le café est l'un des rares produits de consommation que l'on retrouve dans la quasi-totalité des paniers des Français. En 2025, le budget annuel moyen est de 128,8 € par foyer à domicile soit 6,9 kg par an et une fréquence d'achat de 13,8 fois par an. Ces chiffres traduisent une consommation de café pérenne malgré la flambée du cours du café vert *ces dernières années. 27,5 milliards de tasses de café en 2025 ont été consommées en France, dont 94% à domicile et 6% hors domicile. Pour les ventes à domicile, 97% des ventes se font en GMS.

À domicile vs hors domicile : des usages et tendances variés

La consommation de café est avant tout une consommation à domicile : ce canal pèse 94 % des volumes (et 62 % des dépenses), contre 6 % des volumes (et 38 % des dépenses) hors domicile. Cette différence reflète des usages complémentaires : l'achat à domicile répond à une consommation quotidienne, tandis que la consommation hors domicile s'inscrit davantage dans des moments sociaux et conviviaux qui marquent une pause dans le quotidien.

En valeur, le marché hors domicile représente 2,1 milliards d'euros en 2025 (-0,5 % par rapport à 2024) et concerne 44,8 % des Français, avec une fréquence moyenne de 57,4 achats par an et un budget annuel moyen de 101 € (soit 1,8 € moyen par acte).

Hors domicile, le café se consomme d'abord lors des pauses du matin (64 %), puis lors des pauses gourmandes de l'après-midi (22,5 %) notamment associé à un moment convivial, goûter, tandis que les cafés pris en fin de repas reculent (-19% entre 2022 et 2025), dans un contexte où les consommateurs cherchent à maîtriser leur ticket moyen en restauration.³

Expresso, café au lait, cappuccino, latté, ice coffee : des habitudes diverses selon le profil des consommateurs de café

La consommation de café concerne toutes les catégories de la population, avec des usages différenciés selon les lieux et les moments de consommation. À domicile, la consommation est davantage portée par les 50 ans et plus, qui représentent 66 % des volumes de vente. Hors domicile, les 50 ans et plus restent également majoritaires (63 % des volumes), mais le profil est plus urbain : 36 % des volumes y sont achetés par des habitants de villes de +100 000 habitants.

Concernant les variétés de produits, le café noir reste l'incontournable : malgré un léger recul, il représente 86 % des volumes consommés à domicile et 80 % hors domicile. Parallèlement, les usages évoluent, en particulier hors domicile, où l'on observe une diversification des consommations. Celle-ci est notamment portée par l'essor des boissons gourmandes à base de café qui attirent de nouveaux consommateurs à la recherche de produits qu'ils ne consomment pas forcément chez eux. Cette tendance se traduit par une progression des achats entre 2023 et 2025 de +16% pour les cappuccinos, de + 44% pour les autres cafés (mokas, macchiatos etc), de 74% pour les cafés décaféinés et de 111% pour les cafés glacés.⁴

Une filière café engagée dans la transition durable

Les attentes des consommateurs de café évoluent fortement, plaçant les engagements environnementaux et sociétaux des entreprises au cœur de leurs critères de choix.

Face aux enjeux environnementaux et sociaux, la filière café se mobilise depuis plusieurs années à chaque étape de sa chaîne de valeur. Qu'il s'agisse d'agir face au dérèglement climatique en accompagnant les producteurs pour développer des pratiques agricoles durables – de l'agroforesterie à la formation et la gestion responsable des ressources – mais aussi de limiter leur impact environnemental et de promouvoir une économie circulaire sur le territoire français en optimisant leur process – transport, énergie, emballages –, les entreprises du syndicat français du café œuvrent d'une manière résolue à une filière caféière toujours plus responsable.

¹Source: World Panel by Numerator 2025

² Source: World Panel by Numerator 2025

*Café vert = matière première, il s'agit du café non torréfié

³Source: World Panel by Numerator 2025

⁴Source: World Panel by Numerator 2025

À propos du Syndicat du Café :

Le Syndicat Français du Café rassemble 16 entreprises qui produisent et commercialisent des cafés torréfiés – en grain, moulu ou en dosettes – et solubles. Les entreprises constituant le Syndicat sont de toutes tailles, de la multinationale à la TPE, avec près de 73% de TPE et PME. Le secteur représente environ 3250 emplois directs, répartis principalement dans les territoires.

Suivez nous sur :

 [Syndicat français du Café](#)