



Les nouvelles tendances conso décryptées par DNG

Le boom des boissons alternatives au café : un marché en pleine croissance

Le marché mondial des alternatives au café connaît une croissance remarquable et s'impose désormais comme un segment-clé de l'industrie des boissons. Evalué entre **10,8 et 12,08 milliards d'euros en 2023-2024**, sa progression annuelle est estimée à d'environ **+4 % par an pour les 10 prochaines années**, pour atteindre **14,5 à 15,3 milliards d'euros d'ici 2033**.

L'Europe confirme son rôle de **moteur mondial** avec environ **35 % des parts de marché**, soit près de **4,3 milliards d'euros**.



Longtemps portée par les substituts traditionnels (chicorée, céréales torréfiées, racines), qui représentent encore **60 % du marché**, la catégorie se transforme rapidement. Les **cafés adaptogènes** réalisés à partir des champignons, les **smart drinks** et les **boissons fonctionnelles** ont fait irruption sur le marché et redessinent les usages, multipliant les occasions de consommation et élargissant les publics.

Les alternatives au café s'intègrent dans le **macro-marché du bien-être** (nutrition fonctionnelle, sport santé, beauté holistique). Elles incarnent le passage d'un produit centré sur la caféine à une **expérience plus large, à la fois fonctionnelle et culturelle** promettant focus, équilibre et immunité.

Vincent Redrado, fondateur et président de DNG



« Le café n'est plus l'unique carburant des consommateurs. Nous entrons dans une ère où l'énergie se conjugue au bien-être, où le rituel café se réinvente par des ingrédients fonctionnels et une distribution omnicanale. Pour les marques, l'enjeu est de sortir du digital pur pour conquérir la grande distribution et les coffee shops, et inscrire définitivement ces produits dans la culture quotidienne. »

De nouveaux rituels de consommation

- De la stimulation brute au “**better energy**” : Les consommateurs recherchent une énergie plus douce, sans nervosité, intégrée dans une vision globale du bien-être.
- **Moments élargis** : ces boissons trouvent leur place au-delà du café du matin – après-midi, soirée, travail, gaming, sport.
- **Nouveaux publics** : ces boissons s'adressent aussi bien aux urbains sensibles au wellness, aux jeunes parents, aux gamers, aux flexitaristes de la caféine... autant de nouveaux segments que le café classique ne couvrait pas.

Une distribution en pleine mutation

- **Les pure players digitaux** (Bonjour Drink, French Mush, Holy, LevUp, Foocus...) dominent le marché avec des lancements en direct-to-consumer et un storytelling centré sur le bien-être.
- **L'e-commerce** sert de laboratoire agile pour tester formats, saveurs et univers de marque avant de viser une massification.
- **L'exemple Cherico** (chicorée modernisée) prouve que la catégorie peut désormais passer du digital à la grande distribution, en séduisant un large public.

À propos de DNG

DNG est un cabinet de conseil en stratégie et opérations spécialisé dans le secteur du Consumer. Convaincu que la nouvelle génération de consommateurs appelle une nouvelle génération de marques, il accompagne, de manière pragmatique, les équipes dirigeantes dans leurs projets de transformation et d'optimisation business. En tant que cabinet de conseil expert du secteur Consumer, DNG intervient sur l'ensemble des problématiques stratégiques (accélération, diversification, M&A) et opérationnelles (expérience client, CRO, croissance digitale). Une approche sur-mesure permet d'identifier les défis uniques auxquels les marques font face pour optimiser leur performance et répondre aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui. DNG accompagne ses clients à travers six expertises sectorielles principales : mode, beauté et soin personnel, luxe, maison, alimentation et boissons, et outdoor. En combinant une connaissance approfondie de chaque secteur et une approche orientée résultats, le cabinet offre des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chaque domaine.

Plus d'informations sur : www.digitalnativegroup.com

À propos de DNC

Le Digital Native Club est le club qui réunit les marques B2C les plus performantes et les partenaires incontournables du e-commerce et du retail. Ce Club a pour objectif de stimuler l'innovation en e-commerce avec des talks de CEO, des ateliers de coaching et des tables rondes. Il favorise l'échange et le networking via un Slack privé et des rencontres conviviales autour de dîners, cocktails et petits-déjeuners.

Plus d'informations sur : www.digitalnativeclub.fr