

ROUTIN

Groupe Routin - 2026 : Influencer la nouvelle économie du coffee shop en France et à l'international

En 2026, après cinq ans de croissance (+15% en moyenne par an) et un cycle d'investissements renforcé, Routin accélère sa conquête du coffee shop. À horizon 2030, le Groupe projette un chiffre d'affaires de 200 Millions d'euros, porté par une stratégie d'innovation, de premiumisation et de création d'expériences au cœur des nouveaux usages. Une trajectoire qui confirme son ambition de spécialiste influent du secteur.

2026 : le point de bascule critique pour les coffee shops

Le marché des coffee shops poursuit sa croissance mondiale : il devrait atteindre près de 295 milliards USD d'ici 2030, avec un taux de croissance annuel d'environ +4,7 %. Ce dynamisme repose sur une demande accrue de boissons premium, d'expériences différenciantes et de formats innovants, ce qui impose aux acteurs du secteur de **repenser leurs offres, leurs services et leurs concepts**.

Ainsi, 3 mégatendances dessinent les enjeux à relever :

1

Différenciation par l'expérience

La quête de nouveaux goûts et sensations.

Les jeunes consommateurs plébiscitent la diversité et l'audace. L'offre de boissons devient un véritable terrain d'expression culturelle et créative¹ avec des saveurs plus complexes et sensorielles.

2

Création de valeur par la personnalisation et la "drink identity".

Plus de 75 % des consommateurs de la Gen Z et des millennials personnalisent régulièrement leurs boissons à l'aide de sirops, sauces, purées, toppings ou laits alternatifs. La boisson devient ainsi un acte d'expression personnelle, visible sur les réseaux sociaux et moteur de viralité dans le monde du coffee shop et de la mixologie².

3

Compétitivité par la durabilité.

En Europe, la traçabilité et l'éthique sont des attentes marquées des jeunes générations, cœur de cible des coffee shops contemporains³.

Notes :

(1) Mintel Global Food & Drink Trends 2025 / Grand View Research.

(2) Food Business News (2024)

(3) NielsenIQ (2024)

Routin, acteur référent de la nouvelle génération de coffee shops

Dès 2018, Routin engage une refonte stratégique intégrale de son modèle pour **devancer la mutation du marché** en effectuant des choix qui le placent, aujourd'hui, au premier rang de la transformation du secteur. Il consolide sa **présence dans plus de 100 pays et enregistre une croissance à deux chiffres** sur les trois dernières années.

Sa position d'acteur majeur s'est confirmée notamment avec la création de saveurs inédites, pionnières et disruptives telles que Ruby Chocolate, Dragon Fruit, Dubaï Chocolate ou la collection Re-Imagine (primée au Sirha 2025) qui ont ouvert la voie à de **nouvelles explorations gustatives en coffee shop**.

Dans la continuité de cette montée en puissance, **5 leviers structurent cette anticipation du secteur** :

Des investissements industriels durables

Fort de **plus de 40 M€ d'investissements** depuis 2018, le Groupe Routin s'est doté d'un outil industriel de premier plan, capable de sécuriser les volumes, les délais, la durabilité et la qualité, tout en absorbant **une croissance annuelle d'au moins 15 %** sur le marché mondial du coffee shop. Le Groupe prévoit de **nouveaux investissements à hauteur de 30 M€** entre 2026-2029.

Une croissance externe multi-ingrédients

Acquisitions ciblées d'Eyguebelle, Cappuccine et Artonic, pour **couvrir un large spectre d'ingrédients pour boissons créatives**, sirops, sauces, purées, poudres pour frappés, mixers premium.

Création du Drink Design Center®

Centre d'innovation regroupant experts sensoriels, baristas, mixologues et artisans du goût afin d'explorer de **nouvelles interactions gustatives et sensorielles**.

Une RSE augmentée

Certifié B Corp™ et Ecovadis Platinum le **Groupe Routin fait de l'innovation sociétale un levier de compétitivité**, en combinant décarbonation, sourcing **responsable** et gouvernance **participative**.

Une créativité propulsée

Né en 2021, le **Drink Design®** incarne la **démarche créative pluridisciplinaire de Routin**. Ce mouvement explore de nouvelles formes d'expression du goût à travers des boissons innovantes, solides ou liquides, chaudes ou froides, conçues comme des expériences sensorielles. Il s'appuie sur **un collectif d'experts à l'origine de créations signatures**, aujourd'hui reconnues, telles que « Mademoiselle Madeleine » ou « Sensations Rouge 1883 ».

Quatre innovations pour tirer la croissance du secteur

Aujourd'hui, Routin dévoile les quatre axes d'innovation qui vont structurer le marché dans les prochaines années :

1 Le lancement de la gamme 1883 REFRESHER MIX®, la nouvelle génération de Refreshers, en janvier 2026

Avec cette nouvelle offre de quatre boissons fraîches premium, **1883® accompagne l'évolution du marché des coffee shops vers des expériences boissons plus qualitatives.** Conçues pour une mise en œuvre simple et rapide, ces recettes permettent de proposer des boissons froides fruitées, fraîches et équilibrées, sans compromis sur le goût ni la créativité. **Une reconnaissance déjà saluée par la profession** avec un Snacking d'Or au Sandwich & Snack Show 2026.

2 L'ouverture d'un Drink Design Center® au Japon en mars 2026

Véritable Hub de la créativité, de formation et de transmission, il accueille et forme les baristas, bartenders et mixologues qui souhaitent rejoindre le mouvement **Drink Design®** pour enrichir leur carte de boissons chaudes ou froides avec de **nouvelles expériences.**

3 La création de la gamme French Pâtisserie, un nouveau segment du marché des sirops à destination des coffee shops en juin 2026

Deuxième lancement majeur de l'année, cette **collection de neuf saveurs traduit l'ambition de la marque** d'élever l'offre boissons des coffee shops. **En s'inspirant des classiques de la pâtisserie française, elle réinvente la boisson comme une expérience gourmande et créative,** à la frontière entre café, mixologie et gastronomie.

4 L'ouverture du Studio de création au cœur des Alpes en septembre 2026

Un espace unique au cœur des Alpes, **une traversée sensorielle dans la Haute Sironomie,** l'innovation et la créativité au service des experts du goût.

Fort de plus de 140 ans d'histoire, d'une mission de défense de la richesse du goût et d'une présence mondiale croissante, le groupe Routin est une pépite française qui **incarne une nouvelle génération d'entreprises du F&B** : créative, agile et responsable. C'est un atout déterminant pour tirer la croissance du coffee shop et amorcer la transformation tant attendue du secteur en inspirant la créativité des baristas à travers le monde.



L'engagement sociétal au service de la compétitivité

Convaincu que la durabilité est un **levier de compétitivité clé**, Routin a intégré la **responsabilité sociétale** au cœur de sa stratégie d'entreprise. **Premier acteur de son secteur** ayant, à la fois, une entreprise certifiée **B Corp™** (entreprise Routin) et le label **Ecovadis Platinum**, le Groupe s'affirme comme un modèle d'industrie responsable précurseur dans l'univers du goût. Sur le volet environnemental, Routin s'est engagé dans une trajectoire de **réduction de 7,5 % d'émissions de CO₂ en intensité (scope 1 et 2)**, alignée avec les objectifs de la **Science Based Targets initiative**. Il est en avance sur sa trajectoire pour **l'année 2025, avec une réduction de 11% déjà réalisée**.

La préservation de l'eau constitue un autre pilier clé, avec aujourd'hui **1,90 litres d'eau consommés par litre de sirop produit, la référence du marché**, appuyé par des investissements industriels et un pilotage hydrique en temps réel.

Ses engagements s'articulent autour de trois axes :

Décarbonation :

Réduction de 32% des émissions directes d'ici 2029 et transition énergétique.

Sourcing éthique :

Des achats responsables avec l'obtention du label Bonsucro pour un approvisionnement durable en sucre de canne. Cet engagement implique que 51.6 % de nos partenaires ciblés sont situés dans un rayon de 322 km et 9.7 % de nos partenaires ciblés sont situés à plus de 1000 km.

Gouvernance participative :

À la suite de **l'ouverture du capital aux collaborateurs** plus de 76% y ont souscrit soutenant ainsi les programmes de formation continue et les **politiques de parité renforcées**.

Autre levier emblématique :

Notre index de mesure de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes est de 91/100 en 2025. Enfin, des dispositifs structurés de formation et de transmission dont le **programme Shake Your Talent**, mobilisent les collaborateurs autour des enjeux RSE et de la transformation du secteur Beverage.



La force industrielle comme axe de développement

Historiquement structuré comme un groupe industriel de référence, implanté au cœur des Alpes françaises, Routin a engagé depuis plusieurs années une **double transformation de son outil de production et de son offre**, afin d'accompagner sa trajectoire de prise de leadership du coffee shop. Pour ce faire, il a opéré une mutation profonde : **optimisation des produits et des lignes de production**, avec un recentrage stratégique sur des formats, des cadences et des standards adaptés aux marchés

internationaux, aux réseaux de coffee shops et à l'on-trade.

Pour accompagner cette nouvelle phase de croissance et soutenir son expansion internationale, le Groupe engage un programme d'investissement de 30 M€ ; celui-ci comprend la construction d'un nouvel entrepôt à La Motte-Servolex ; ainsi que l'upgrade des lignes de production de sauces et purées, catégories stratégiques du coffee shop.

Cet effort d'investissement s'inscrit dans une trajectoire de long terme, avec déjà plus de 40 M€ engagés depuis 2018. Cette montée en puissance a permis de déployer **des lignes de production parmi les plus « state-of-the-art » du secteur**, aussi bien sur le verre que sur le PET, avec un objectif clé : **raccourcir les lead times**, sécuriser les volumes et garantir une régularité irréprochable, sans rupture d'approvisionnement.

La réussite est là puisque le Groupe enregistre **+30 % de la capacité sur les lignes verre, une performance industrielle en continu (usine en 3x8)**, une chaîne de valeur maîtrisée sur un portefeuille complet d'ingrédients dédiés au coffee shop, sirops, sauces, purées, poudres pour frappés et refreshers, et une capacité à absorber **une croissance minimale de 15 % par an.**

Sur ces catégories stratégiques, le Groupe vise un **doublé de la vitesse de production à horizon 2027**, devenant ainsi **l'une des plus fortes capacités de production** de sauces et purées. Cette avance industrielle est un atout décisif dans un marché du coffee shop arrivé à maturité, où la croissance se joue sur la **capacité à innover vite, produire mieux et livrer plus rapidement.**



Le Drink Design Center[®], catalyseur de création, formation et transmission pour les baristas du monde entier

Le Groupe a été un pionnier en 2021 en ouvrant le premier espace de création Drink Design[®] au monde à La Motte-Servolex. Là, les créateurs (baristas, barmen, chefs, scénographes, ...) explorent des équilibres, textures, pairings et des sensations pour composer de véritables expériences à boire.

Dans ce lieu de transmission, se déroule aussi le programme de certification éponyme de **40 heures pour former des Drink Designers[®] certifiés 1883** capables de renouveler les cartes, d'élever l'expérience client et de créer de la valeur dans chaque tasse.

À date, **1 500 heures de cours** ont été délivrées pour former **250 professionnels de 30 nationalités**, faisant du Drink Design[®] un levier concret de modernité, de différenciation et de performance pour le coffee shop.

Pour renforcer cette collaboration avec le monde du Coffee Shop, en mars 2026 le Groupe ouvre les portes de son **deuxième Drink Design Center[®] au Japon**.

Parallèlement, **le Groupe organise un contest Drink Design[®] international** qui valorise la technicité, l'équilibre des saveurs et la mise en scène d'expériences storytellées liquides et/ou solides, chaudes et/ou froides. C'est aussi une vitrine de visibilité et de reconnaissance dans la communauté barista par exemple, car il met à l'honneur **l'innovation créative et la précision gustative**.

Loïc Couilloud, CEO Groupe Routin : « Routin s'est donné les moyens d'être en avance d'un cycle. En transformant son modèle industriel, social et créatif, il y a quelques années, le Groupe s'impose, aujourd'hui, comme un acteur clé d'une nouvelle économie du goût, plus ouverte, plus responsable et plus durable. »

Hélène Mirallès, Maître Sirupier : « À la base de la création d'un sirop, il y a les émotions, les souvenirs, un imaginaire qui guident la recherche des saveurs, du goût. Pour qu'il soit intense, il faut ouvrir tous nos sens et laisser les sensations nous envahir. Le sirop libère la créativité au-delà de la mixologie et du verre. »

Stéphanie Charvoz, VP Strategy & Marketing : « Routin est à la croisée de deux mondes : celui du goût et celui des émotions. Les consommateurs ne cherchent plus seulement une boisson ; ils veulent une expérience qui leur ressemble. »

ROUTIN

shake your talents