



Lancement étude
Delta Cafés
dévoile l'évolution
des habitudes café
des Français

Delta Cafés, l'expert de la torréfaction à la portugaise, dévoile en exclusivité les résultats de son étude réalisée en partenariat avec OpinionWay sur les nouvelles tendances de consommation du café des Français.

Elle révèle comment cette boisson millénaire continue de façonner les rituels quotidiens, les relations sociales et comment elle peut s'adapter aux nouvelles technologies.



« Nous avons souhaité donner un éclairage différent autour du café. Notre étude met en lumière toute la valeur symbolique du café : rituel souvent associé au café du matin ou à la pause, coup de boost nécessaire pour se donner du courage à affronter une tâche, plaisir gustatif, mais aussi lien social. Le café est pluriel ! » analyse Maria da Luz Amaral, Directrice Générale de Delta Cafés France.



4 chiffres clés montrant une culture café en pleine mutation



GÉNÉRATION CAFÉ

88 % DES 50 ANS ET PLUS

consomment du café
quotidiennement
contre **61 %** chez la Gen Z
(18-24 ans)



*Dater en 2025 autour d'un café,
une norme :*

82% DES FRANÇAIS

prêts à proposer un café
plutôt qu'un verre
lors d'un premier RDV amoureux



LE CAFÉ, INJONCTION CULTURELLE ?

37 % DES 18-34 ANS

ont déjà fait semblant
d'aimer le café
pour faire bonne impression
pour des raisons professionnelles



25% DES FRANÇAIS

aimeraient disposer d'une IA
qui analyserait et adapterait
leur café en fonction de leur humeur

Le café s'impose comme LA boisson du quotidien

Plus de huit Français sur dix (81%) consomment du café de façon quotidienne, avec une moyenne de **2 tasses par jour**. Loin d'être une simple boisson, le café structure les journées autour de plusieurs rituels fondamentaux : réveil matinal, boost énergétique, moments de convivialité lors de la fameuse « pause café » en entreprise ou entre amis au café, et enfin consommation plaisir notamment portée par l'essor des boissons gourmandes.

L'âge joue également un rôle déterminant. C'est ainsi que **les baby-boomers sont les plus gros consommateurs de café** au quotidien (**88%** chez les 50 ans et plus) contre **61%** chez la Gen Z (18-24 ans).



Nouveaux codes sociaux

Preuve supplémentaire de l'ancrage profond du café dans le quotidien des Français : il s'invite dans des moments symboliques, notamment lors des premiers rendez-vous amoureux.

Proposer un date autour d'un café est devenu la norme, avec plus de huit Français sur dix (82%) privilégiant cette option à un verre d'alcool. Il apparaît ainsi comme une alternative plus saine et conviviale.

L'étude révèle également une **certaine pression sociale autour du café**. Un Français sur quatre (25%) a déjà fait semblant d'aimer le café. Une tendance qui monte à près d'un sur deux (46%) chez les moins de 35 ans.



Le café est perçu comme un **marqueur de crédibilité professionnelle particulièrement prégnant chez les jeunes actifs** : **37%** des moins de 35 ans ont déjà fait semblant d'aimer le café pour faire bonne impression dans le cadre professionnel.



Pour autant, seuls **27%** des Français associent encore le consommateur d'expresso à quelqu'un qui courent partout, toujours entre deux réunions.

« Même si le café traditionnel constitue une réelle habitude sur nos lieux de travail, le préjugé du consommateur d'expresso s'effondre pour laisser la place au café plaisir et aux boissons gourmandes » précise Maria da Luz Amaral.



L'ère de la « data café » est-elle vraiment venue ?

L'intelligence artificielle suscite un certain enthousiasme lorsqu'elle s'invite dans l'univers du café. Une adoption fortement corrélée à l'âge. La Gen Z et les millenials (**49,5%** des 18-35 ans) seraient plus enclins à partager leurs données personnelles avec une IA pour obtenir un café plus personnalisé, contre seulement **18%** des 50 ans et plus. Pour aller un cran plus loin : l'idée d'une IA capable d'analyser et d'adapter le café en fonction de l'humeur du consommateur séduit **42%** des moins de 35 ans, contre **16%** des baby-boomers.

Malgré l'intérêt croissant pour enrichir l'expérience café ainsi que l'innovation que représente l'IA en matière de café, **3 Français sur 4 (75%)** resteraient fidèles à leur équipement traditionnel, résistant ainsi à la tendance des machines à café intégrant une IA.

« Le café reste un bastion de l'authenticité face à la frénésie d'innovation et de digitalisation » défend Maria da Luz Amaral.

Méthodologie : sondage OpinionWay pour Delta Cafés, réalisé du 18 au 19 juin 2025 auprès d'un échantillon de 1042 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



À PROPOS DE DELTA CAFÉS

Fondée en 1961 par Rui Nabeiro, Delta Cafés est le spécialiste historique du café au Portugal. Torréfaction lente et à basse température, sélection de plus de 60 origines de café et mélanges exclusifs marquent sa singularité et son identité gustative unique. Sa large gamme de produits couvre tous les besoins : du grain au moulu, en passant par un système exclusif et fermé de machines et capsules (Delta Q) ou encore des boissons prêtes-à-boire à base de café (Go Chill) adaptée à une consommation urbaine et nomade.

<https://deltacafes.com/fr>

Contact presse : Cap & Cime PR

Sophie Gorse le Bervet – 06 77 80 35 72 - sgorselebervet@capetcimepr.fr

Lucie Lordet - 07 70 58 32 00 - llordet@capetcimepr.fr

Léa Mangaud - 07 82 26 35 14 - lmangaud@capetcimepr.fr