Let's take a Coffee break !

La révolution des dosettes : What else ?

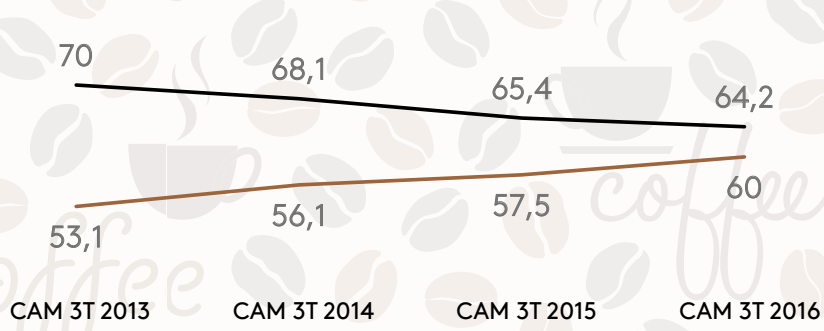
Un sujet Kantar Worldpanel

1 Les dosettes de café continuent de s'ancrer dans les habitudes d'achat des Français, au détriment du moulu...

- 220 000 Foyers

+ 790 000 Foyers

Pénétration



Niveau d'achat (tasses)

Torréfiés Hors Dosettes	Dosettes	Solubles
699	440	599

Fréquence d'achat

Torréfiés Hors Dosettes	Dosettes	Solubles
8,5	10	6,6

2 Une offre qui se développe également sur les thés & infusions, même si elle reste encore secondaire...

+ 700 000 Foyers — **Dosettes Thé** - (Pénétration = 8)

+ 310 000 Foyers — **Dosettes Infusion** - (Pénétration = 1,5)

- 120 000 — **Dosettes Poudres chocalatées** (Pénétration = 11)

Tea Time

3 Une offre dosettes nettement moins ancrée chez nos voisins européens... Néanmoins, elle gagne du terrain partout !

Pénétration «On Demand» Coffees - MAT P13 2015

France	Autriche	Allemagne	Espagne	Italie	UK	Pologne
58,0	41,4	39,4	38,4	35,9	14,1	6,9

4 Une tendance de fond qui va impacter les boissons chaudes sur le long terme...

Les jeunes (en particulier les jeunes parents) sont les plus équipés en machine à dosettes, au détriment des cafetières filtre !

% de la population équipée
MAT P10 2016 - Total France

	Vs	
Les jeunes	62	38
Les familles avec un bébé	76	52
Les familles avec enfant	73	59

Consommation au domicile - 100% Café (Excl. Nespresso)

SOURCE : KANTAR WORLDPANEL
Pour plus d'informations :
Contactez Aurélien Pled, *Business Development Manager*
+33 (0) 1 30 74 84 88
aurelien.pled@kantarworldpanel.com

KANTAR WORLDPANEL

Rejoignez-nous sur Twitter @KWP_FR