



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION  
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ  
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ  
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

ICC 109-8

14 septembre 2012  
Original : anglais

F

Conseil international du Café  
109<sup>e</sup> session  
24 – 28 septembre 2012  
Londres, Royaume-Uni

**Tendances de la consommation du café  
dans certains pays importateurs**

### **Contexte**

1. Conformément aux dispositions de l'Accord international de 2007 sur le café, l'Organisation internationale du Café facilite "l'expansion et la transparence du commerce international de tous les types et de toutes les formes de café" et "favorise la préparation d'études, d'enquêtes, de rapports techniques et d'autres documents sur des aspects pertinents du secteur du café".

2. Eu égard à ces dispositions, le Programme des activités de l'Organisation pour l'année caféière 2011/12 (document ICC-107-19) prévoit la préparation d'une étude sur les tendances de la consommation du café. Le présent document contient une analyse des tendances de la consommation du café dans certains pays importateurs.

### **Mesure à prendre**

Le Conseil est invité à prendre note de ce document.

## **TENDANCES DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS CERTAINS PAYS IMPORTATEURS**

### **INTRODUCTION**

1. Le présent document regroupe les études précédentes sur le mode de consommation de café dans certains pays importateurs (documents ICC-107-11 et ICC-108-1) qui ont été mises à jour pour inclure les données de 2011 et élargies pour inclure des informations supplémentaires sur les points de vente (tant pour la consommation au domicile que pour la consommation hors domicile) et les ventes de café en dosettes individuelles. L'étude couvre les points suivants :

- I. Les importations et la consommation de café
- II. Les modes de consommation du café (café torréfié et café soluble, dosettes et autres)
- III. Lieux de la consommation/achat du café (hors domicile et au domicile, par lieu : boutiques, chaînes, etc.)

2. L'analyse s'appuie sur une base de données d'étude de marché exploitée par Euromonitor international<sup>1</sup>. Elle couvre la période allant de 1997 à 2011 ; les données relatives à certaines catégories ne sont toutefois disponibles que pour des périodes plus courtes. Vingt-et-un pays importateurs ont été sélectionnés : Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, États-Unis d'Amérique, Fédération de Russie, Finlande, France, Grèce, Italie, Japon, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Suède, Suisse, Turquie et Ukraine.

3. La méthodologie de l'étude consiste à utiliser la part en pourcentage des différentes formes de consommation de café par rapport à la consommation totale telle qu'indiquée par l'étude de marché réalisée par Euromonitor International et à l'appliquer au volume total de consommation de chaque pays enregistré par l'OIC. Les données sur la consommation du café ont été converties en équivalent café vert (GBE) au moyen des facteurs de conversion de l'OIC<sup>2</sup>. Les données d'Euromonitor sur les différents modes de consommation ont également été converties en équivalent café vert afin d'obtenir leurs pourcentages respectifs qui sont ensuite appliqués aux données de l'OIC. En outre, il convient de noter que le concept de consommation retenu par l'OIC couvre toutes les

---

<sup>1</sup> L'information sur les structures des marchés a été obtenue à partir d'une base de données élaborée par Euromonitor international, entreprise privée spécialisée dans les études de marché.

<sup>2</sup> Pour convertir le café torréfié en équivalent café vert, on multiplie le poids net du café torréfié par 1,19. Pour convertir le café soluble en équivalent café vert, on multiplie le poids net du café soluble par 2,6 (voir l'annexe au document ED-2123/11).

formes de café. Cependant, aux fins de la présente étude et en raison des limites des données disponibles, les données sur la consommation recueillies par l'OIC seront considérées comme relatives à la consommation de café transformé.

## **I. IMPORTATIONS ET CONSOMMATION DE CAFÉ**

### **I.1 Consommation et importations**

4. La consommation annuelle moyenne des pays importateurs sélectionnés entre 1997 et 2011 s'élevait à 69,1 millions de sacs, soit 58,1% de la consommation mondiale totale et 79,5% de la consommation de l'ensemble des pays importateurs (Annexe I). Il convient de noter toutefois que, la consommation augmentant dans les marchés émergents et les pays producteurs de café, la part des 21 pays sélectionnés dans la consommation mondiale totale a baissé, passant de 63,2% en 1997 à 53,4% en 2011. Les principaux pays consommateurs de ce groupe sont les États-Unis, l'Allemagne, le Japon, l'Italie et la France. La consommation moyenne des États-Unis d'Amérique s'est établie à 20,3 millions de sacs, soit 17% de la consommation mondiale totale et 23,3% de la consommation de l'ensemble des pays importateurs. L'Allemagne consomme en moyenne 9,3 millions de sacs, soit 7,8% de la consommation mondiale totale et 10,7% de la consommation de l'ensemble des pays importateurs. La consommation moyenne du Japon s'est établie à 6,8 millions de sacs, avec une part de 5,8% de la consommation mondiale totale et de 7,9% de la consommation de l'ensemble des pays importateurs. L'Italie et la France consomment en moyenne 5,4 millions de sacs chacune, soit 4,5% et 4,6% de la consommation mondiale, et 6,2% chacune de la consommation de l'ensemble des pays importateurs.

5. Dans la plupart de ces pays, la consommation moyenne par habitant (Annexe II) est relativement élevée, en particulier en Finlande (11,7 kg / an), en Norvège (9,4 kg), au Danemark (8,9 kg), en Suède (8,1 kg), en Suisse (7,4 kg), en Allemagne (6,8 kg), en Autriche (6,8 kg), en Belgique (6,4 kg) et aux Pays-Bas (6,3 kg). La consommation par habitant de l'Italie et de la France est de 5,6 kg et 5,4 kg, respectivement. Les pays importateurs enregistrant une moyenne relativement faible de la consommation par habitant sont le Royaume-Uni (2,6 kg), la Fédération de Russie (1,2 kg), l'Ukraine (1 kg) et la Turquie (0,4 kg).

6. La moyenne des importations des pays importateurs sélectionnés au cours de la période étudiée a atteint 92,1 millions de sacs, soit 77,9% du total des importations mondiales (Annexe III). Les principaux pays importateurs sont les États-Unis d'Amérique (23,1 millions de sacs en moyenne), l'Allemagne (17 millions de sacs), l'Italie (7,1 millions de sacs), le Japon (7 millions) et la France (6,5 millions). La Belgique et l'Espagne importent en

moyenne 4,3 millions de sacs chacune, suivies par le Royaume-Uni (3,5 millions de sacs) et la Fédération de Russie (3,1 millions de sacs). A l'exception des Pays-Bas et de la Pologne, qui importent en moyenne 2,9 et 2,7 millions de sacs respectivement, les pays restants importent moins de 2 millions de sacs en moyenne.

## I.2 Origine des importations des pays importateurs sélectionnés

7. L'annexe IV présente les cinq principales origines du café consommé dans les pays importateurs sélectionnés. Les pourcentages donnés dans l'analyse qui suit reflètent la part de ces origines dans les importations totales du pays importateur concerné.

8. Les cinq principales origines des importations de l'**Autriche**, représentant 66,9% du total de ses importations, comprennent des réexportations de l'Allemagne (26,6% du total des importations) et de l'Italie (5,1%), ainsi que des importations en provenance du Brésil (18,8%), du Viet Nam (10,2%) et de la Colombie (6,2%).

9. La **Belgique** a importé une moyenne de 4,3 millions de sacs par an à partir de cinq principales origines, à savoir le Brésil (19,7%), le Viet Nam (10,1%), l'Allemagne (8,7%), la France (7,5%) et la Colombie (7,2%). Les importations en provenance des trois pays exportateurs ont représenté 37% du total, contre 16,2% pour les réexportations des deux pays importateurs (Allemagne et France).

10. Les importations annuelles moyennes du **Danemark** se sont établies en moyenne à un peu plus d'un million de sacs, dont les cinq premiers pays représentaient 66,9%. Trois pays exportateurs représentaient 43,5% des importations totales et 23,5% étaient composés de réexportations. Les principales origines des importations danoises ont été le Brésil (30,1%), la Suède (12,3%), l'Allemagne (11,2%), la Colombie (9,4%) et le Viet Nam (3,9%).

11. Les importations de la **Finlande** se sont établies en moyenne à 1,2 million de sacs par an, ses fournisseurs principaux étant le Brésil (37% du total de ses importations), la Colombie (16%), le Guatemala (7,2%), le Kenya (4,6%) et le Honduras (4,3%). Les cinq principaux fournisseurs de la Finlande ont été des pays exportateurs qui ont représenté 69,1% de ses importations totales.

12. La **France** a une large base d'origines de ses importations, les cinq premières origines ne représentant que 52,7% de ses importations totales, à savoir les pays exportateurs (31,8%) et les réexportations en provenance de pays importateurs (20,9%). Les trois principaux pays exportateurs, le Brésil, le Viet Nam et la Colombie, représentaient 16,1%, 10,2% et 5,5% respectivement, les autres principales origines des importations françaises étant l'Allemagne (10,7%) et la Belgique (10,3%).

13. Les cinq principales origines des importations de l'**Allemagne** ont représenté 60% de ses importations totales : Brésil (26,5%), Viet Nam (13,8%), Colombie (8,4%), Indonésie (6%) et Pérou (5,3%). Les cinq principaux fournisseurs de l'Allemagne étaient des pays exportateurs.
14. Les importations de la **Grèce** se sont établies en moyenne à 930 000 sacs, les cinq principaux fournisseurs, à savoir le Brésil (32,6%), la Côte d'Ivoire (21,9%), l'Espagne (10,1%), l'Allemagne (8,6%) et l'Italie (6,1%), représentant 79,2% du total des importations.
15. Les cinq principales origines des importations de l'**Italie**, représentant en moyenne 65% de ses importations totales, étaient tous des pays exportateurs : Brésil (30,9%), Viet Nam (14,1%), Inde (10,3%), Indonésie (5,1%) et Cameroun (4,6%).
16. Les cinq principaux fournisseurs du **Japon** ont été le Brésil (28,0% du total de ses importations), la Colombie (19,0%), l'Indonésie (14,8%), le Viet Nam (8,3%) et le Guatemala (6,9%). Ces cinq pays exportateurs représentent, en moyenne, 76,9% du total des importations du Japon.
17. Les importations des **Pays-Bas** se sont établies en moyenne à 2,9 millions de sacs par an au cours de la période de référence. Les cinq origines principales ont été l'Allemagne (16,3% du total des importations), le Brésil (15,3%), la Belgique (14,6%), le Viet Nam (7,3%) et la Colombie (6,6%).
18. Les cinq principales origines des importations de la **Norvège** ont représenté 72,2% du total, dont 68,6% en provenance de quatre pays exportateurs. Les cinq principaux fournisseurs ont été le Brésil (36,9%), la Colombie (19,4%), le Guatemala (8,7%), la Suisse (3,6%) et le Mexique (3,6%).
19. La **Pologne** a importé 2,7 millions de sacs par an en moyenne. Les cinq principales origines étaient l'Allemagne (22,8% du total des importations), le Viet Nam (20,4%), l'Indonésie (8,3%), l'Ouganda (5,5%) et le Brésil (5,3%).
20. Au cours de la période de référence, les importations annuelles du **Portugal** se sont établies en moyenne à 855 000 sacs et provenaient de cinq sources principales : l'Espagne (14,8% du total des importations), le Brésil (12,6%), le Viet Nam (9,6%), l'Ouganda (8,5%) et la Côte d'Ivoire (7,4%).
21. Les cinq principales origines des importations de la **Fédération de Russie** ont été l'Inde (23,3% du total des importations), le Brésil (16,8%), l'Allemagne (13,6%), le Viet Nam (6,9%) et l'Indonésie (3,1%). Ses importations totales se sont établies en moyenne à 3,1 millions de sacs pendant la période considérée.

22. Sur les 4,3 millions de sacs importés chaque année en moyenne par l'**Espagne** pendant la période, 67,9% provenaient de cinq fournisseurs principaux : le Viet Nam (27,2%), le Brésil (18,3%), l'Ouganda (9,3%), l'Allemagne (6,9%) et la Colombie (6,3%).

23. La **Suède** a importé en moyenne 1,6 million de sacs par an, le Brésil représentant 43,2% de ces importations, suivi par la Colombie (17,6%), le Pérou (7,3%), le Kenya (6,4%) et le Guatemala (4,3%). Les cinq premières origines ont fourni 78,8% des importations totales de ce pays.

24. La **Suisse** a importé 1,6 million de sacs par an en moyenne entre 1997 et 2011. Les cinq principaux fournisseurs étaient tous des pays producteurs de café : le Brésil (22,7% du total des importations), la Colombie (11,1%), l'Inde (6,4%), le Viet Nam (5,4%) et le Guatemala (5,3%).

25. La **Turquie** n'a importé que 425 000 sacs par an, dont 79,5% provenaient de cinq fournisseurs principaux : le Brésil (50,9%), l'Espagne (13,8%), la Suisse (6,5%), l'Allemagne (4,6%) et la Thaïlande (3,8%).

26. Les importations de l'**Ukraine**, qui se sont établies en moyenne à quelque 818 000 sacs par an, provenaient principalement du Brésil (22%), de l'Allemagne (20,8%), de l'Inde (8,9%), de la Pologne (7,0%) et de la Fédération de Russie (6%).

27. Les cinq principales origines des importations du **Royaume-Uni** ont été le Viet Nam (14% du total des importations), l'Allemagne (13,9), le Brésil (11,7%), la Colombie (9,6%) et les Pays-Bas (7,4%). Les importations annuelles moyennes au cours de la période considérée se sont élevées à 3,5 millions de sacs.

28. En ce qui concerne les **États-Unis d'Amérique**, premier pays importateur, les cinq principaux fournisseurs ont été le Brésil (21,2% du total des importations), la Colombie (16%), le Viet Nam (10,9%), le Mexique (9,9%) et le Guatemala (7,8 %). Les cinq principaux fournisseurs sont tous des pays exportateurs et représentent 65,7% du total des importations du pays.

## II. **MODES DE CONSOMMATION DU CAFÉ**

29. Après conversion des données d'Euromonitor en équivalent café vert, des écarts apparaissent avec les données de l'OIC sur la consommation (Annexe V). Dans le tableau, l'écart est positif lorsque les données de l'OIC sont plus élevées que celles d'Euromonitor et inversement. Les résultats de la présente étude doivent donc être interprétés avec

prudence et considérés simplement comme une indication de l'évolution des modes de consommation du café. Cependant, l'écart entre les deux séries de données est relativement étroit dans la plupart des pays analysés.

30. L'annexe VI contient une analyse de la structure de la consommation selon les parts relatives du café torréfié et du café soluble dans les pays importateurs sélectionnés. En outre, les tableaux de l'annexe VI contiennent une analyse de la consommation des dosettes<sup>3</sup> et du café torréfié pour la préparation des boissons au café.

31. Pendant la période considérée, la consommation annuelle de café torréfié en **Autriche** a été en moyenne de 783 000 sacs et celle de café soluble de 143 000 sacs. La part du café torréfié dans la consommation totale était de 84,5% contre seulement 15,5% pour le café soluble. La part du café soluble dans la consommation totale de l'Autriche a légèrement augmenté depuis 1997, en dépit de corrections mineures à la baisse depuis 2009. L'utilisation de dosettes croît rapidement et représentait 6,2% de la consommation totale de café en 2011.

32. Bien qu'elle importe plus de quatre millions de sacs par an, la **Belgique** en consomme en moyenne 1,1 million de sacs par an, dont 995 000 sacs de café torréfié (89,4% du total) et seulement 118 000 sacs de café soluble (10,6%). La part du café soluble dans la consommation totale a légèrement augmenté ces dernières années, passant de 8,9% en 1997 à 11,8% en 2011. L'utilisation des dosettes dans la préparation du café consommé au domicile est déjà bien établie et leur part de marché a considérablement augmenté, passant de 4,1% en 2004 à 15% en 2011.

33. Le café torréfié représente 94,3% de la consommation totale de café au **Danemark** contre seulement 5,7% pour le café soluble. Entre 1997 et 2011, le volume moyen de la consommation était de 753 000 sacs de café torréfié contre 45 000 sacs de café soluble. Il est à noter cependant que la consommation de café soluble a augmenté de manière significative, représentant 9,1% du total en 2011 contre 2,8% en 1997. Les dosettes de café ne représentent encore qu'une très faible part du marché total (1% en 2011).

34. La consommation annuelle moyenne de la **Finlande** était d'un peu plus d'un million de sacs, dont 984 000 sacs (96,1%) de café torréfié et seulement 40 000 sacs (3,9%) de café soluble. La part du café soluble dans la consommation totale est relativement stable, après

---

<sup>3</sup> Selon la définition qu'en donne Euromonitor, les dosettes sont des mesures de café fraîchement moulu encapsulées dans un conteneur (métal, plastique, papier) pour être utilisées dans des machines spéciales individuelles à basse pression. Les dosettes ne peuvent généralement être utilisées que dans un seul type de machine. Chaque dosette produit une (parfois deux) tasse de café, après quoi elle est jetée. Aux fins de la présente étude, on a supposé que la consommation des dosettes se faisait exclusivement au domicile.

avoir plongé en dessous de 4% entre 2004 et 2010 pour reprendre légèrement en 2011. Selon les données disponibles, la totalité du café préparé au domicile est du café torréfié et aucune utilisation de dosettes n'est signalée.

35. En **France**, le café est principalement consommé sous sa forme torréfiée qui représente environ 4,6 millions de sacs (85,9%) de la consommation totale de 5,4 millions de sacs. La consommation moyenne de café soluble ne représentait que 760 000 sacs pendant la période considérée, soit 14,1% du marché. Toutefois, la part du café soluble a augmenté ces dernières années, passant de 12,2% en 1997 à 14,5% en 2011. L'utilisation des dosettes de café est très répandue et en croissance rapide, représentant 15,9% de la consommation totale en 2011 contre 4,1% en 2004.

36. La consommation moyenne de café torréfié en **Allemagne** était de 7,3 millions de sacs contre 1,9 millions de sacs de café soluble. La consommation de café est donc dominée par le café torréfié, qui représente 79% du total. Toutefois, la part du café soluble dans la consommation totale est passée de 13% en 1997 à 25,7% en 2011<sup>4</sup>. Pour la consommation au domicile, l'utilisation des dosettes se développe rapidement (37% par an) et la part de ce segment du marché a augmenté, passant de 0,7% en 2004 à 6,9% en 2011.

37. La **Grèce** a une consommation de café annuelle moyenne de 841 000 sacs, dont 359 000 sacs de café torréfié (42,6% du total) et 483 000 sacs (57,4%) de café soluble. Bien que le café soluble représente la première forme de café pour la période considérée, sa part de marché a sensiblement diminué, passant de 64,9% en 1997 à 49% en 2011, une évolution qui pourrait être liée à l'augmentation constante de la consommation au domicile dans ce pays. L'utilisation des dosettes est négligeable et ne représente que 0,2% de la consommation totale.

38. Le café torréfié est de loin la forme préférée de consommation du café en **Italie**, avec 5,1 millions de sacs par an en moyenne pendant la période considérée, soit 94,1% contre 5,9% pour le café soluble. Néanmoins, la part du café soluble dans la consommation totale est passée de 4,3% en 1997 à 7,9% en 2011. L'utilisation des dosettes au domicile est encore limitée mais augmente à un rythme rapide et ne représentait que 2,7% de la consommation en 2011.

39. La consommation annuelle moyenne de café au **Japon** est d'environ 6,8 millions de sacs, dont 4,4 millions de sacs de café torréfié et 2,4 millions de sacs de café soluble. Le café torréfié est la forme la plus largement consommée, avec 64,4% de la consommation du pays

---

<sup>4</sup> La part du café soluble dans le marché allemand indiquée par Euromonitor est nettement plus élevée que celle indiquée par d'autres sources. L'OIC est en consultation avec Euromonitor au sujet de la méthode utilisée pour la collecte des données en Allemagne.



contre 35,6% pour le café soluble. La part du café soluble a baissé, de 38,4% en 1997 à 32,6% en 2011. L'utilisation des dosettes est encore extrêmement limitée avec une part de seulement 0,3% en 2011.

40. La consommation annuelle moyenne de café des **Pays-Bas** était de 1,7 million de sacs, dont 85,1% de café torréfié et 14,9% de café soluble. La part du café soluble a augmenté entre 1997 et 2003 pour atteindre 17% de la consommation totale ; elle est ensuite retombée à 12,4% en 2011. La part des dosettes a augmenté considérablement, passant de 12,9% en 2004 à 21,9% en 2011.

41. Le café torréfié est la principale forme de consommation du café en **Norvège** avec 93,5% de la consommation nationale contre seulement 6,5% pour le café soluble. Toutefois, la part du café torréfié est passée de 96,1% en 1997 à 90,9% en 2011 alors que celle du café soluble a augmenté. L'utilisation des dosettes est encore limitée et ne représentait que 1% de la consommation totale en 2011.

42. La consommation annuelle moyenne de café en **Pologne** est légèrement supérieure à deux millions de sacs. Le café torréfié représentait 61,2% de la consommation nationale et le café soluble 38,8%. La consommation de café soluble a toutefois augmenté de façon constante, atteignant 42% du total en 2011 contre 32% en 1997. Les dosettes ne représentaient que 0,4% de la consommation totale en 2011.

43. Le **Portugal** a une consommation annuelle d'un peu moins de 700 000 sacs de café. La consommation de café torréfié représentait 85,3% de la consommation nationale totale, contre 14,7% pour le café soluble. Toutefois, la part du café torréfié dans la consommation totale est passée de 89,3% en 1997 à 82,6% en 2011. Pendant ce temps, la part des dosettes croît rapidement, passant de 0,2% en 2004 à 11,7% en 2011.

44. La **Fédération de Russie** est le premier pays consommateur de café parmi les marchés émergents. Sa consommation moyenne était de près de trois millions de sacs pendant la période considérée. La principale forme de consommation continue d'être le café soluble, qui représente 86,1% de la consommation, soit 2,6 millions de sacs contre 414 000 sacs (13,9%) pour le café torréfié. Toutefois, la part du café torréfié a considérablement augmentée, passant de 5,9% en 1997 à 19,4% en 2011. L'utilisation des dosettes représente encore une proportion négligeable de la consommation totale.

45. La consommation de café en **Espagne** s'est établie en moyenne à 3,1 millions de sacs entre 1997 et 2011. Le café torréfié représente 2,5 millions de sacs (82,4%) de la consommation nationale par rapport à 537 000 sacs (17,6%) pour le café soluble. La part de

ces deux formes de café dans la consommation totale est restée globalement inchangée tout au long de la période considérée. Pendant ce temps, l'utilisation des dosettes est encore relativement faible mais a augmenté, de 0,5% en 2004 à 2,6% en 2011.

46. Le café torréfié est la principale forme de consommation de café en **Suède**, avec en moyenne 94,5% du total, contre 5,5% pour le café soluble. La consommation annuelle moyenne était de 1,22 million de sacs, dont 1,15 million de sacs de café torréfié et seulement 67 000 sacs de café soluble. La consommation de café soluble a légèrement augmenté, passant de 4,9% de la consommation nationale en 1997 à 6% en 2011. Les dosettes ne représentaient que 0,5% de la consommation totale de café en 2011.

47. La **Suisse** a une consommation annuelle moyenne de 907 000 sacs de café, dont 793 000 sacs de café torréfié et 114 000 sacs de café soluble. Le café torréfié est la principale forme de café consommée avec une part de 87,4% contre 12,6% pour le café soluble. La part du café soluble a baissé régulièrement tout au long de la période, passant de 13,7% en 1997 à 11,4% en 2011. Pendant ce temps, l'utilisation des dosettes a augmenté considérablement, passant de 2% en 2004 à 8,7% en 2011.

48. La **Turquie** a une importante population estimée à 72,6 millions d'habitants mais un faible volume de consommation de café, avec une moyenne d'à peine 415 000 sacs par an. Le café soluble représente 83,9% de la consommation nationale par rapport à 16,1% pour le café torréfié. La part du café torréfié dans la consommation nationale a fortement diminué, passant de 32,5% en 1997 à 8,2% en 2011. Les données disponibles ne font pas état de l'utilisation des dosettes.

49. La consommation de café en **Ukraine** s'est établie en moyenne à un peu plus de 789 000 sacs, dont 113 000 sacs de café torréfié et 675 000 sacs de café soluble. Le café soluble est la principale forme de consommation avec 85,6% de la consommation nationale, contre 14,4% pour le café torréfié. La part du café soluble est passée de 83% en 1997 à 88,2% en 2011. Les données ne font pas état de l'utilisation des dosettes.

50. Le **Royaume-Uni** a une consommation moyenne de 2,6 millions de sacs, la plupart sous forme de café soluble (79,4% du total), les 20,6% restants étant consommés sous forme de café torréfié. Néanmoins, la consommation de café torréfié a enregistré une croissance positive au cours de la période considérée, sa part dans la consommation nationale passant de 15,8% en 1997 à 25,3% en 2011. L'utilisation des dosettes se développe mais ne représentait que 1% de la consommation totale en 2011.

51. Les **États-Unis** sont de loin le premier pays consommateur de café parmi les pays importateurs, avec une consommation annuelle moyenne de 20,3 millions de sacs. Le café torréfié est la principale forme de café consommé et représentait 18,5 millions de sacs (91,5% du total) contre seulement 1,7 million de sacs (8,5%) de café soluble. La part du café soluble dans la consommation totale est tombée de 12,8% en 1997 à 5,5% en 2011, peut-être en raison de l'évolution des marchés des cafés de spécialité dans lesquels le café torréfié prédomine. L'utilisation des dosettes est encore limitée mais augmente rapidement, avec 1,6% de la consommation totale en 2011.

### III LIEUX DE CONSOMMATION ET D'ACHAT DU CAFÉ

52. Sur la base de la méthodologie décrite ci-dessus on peut déterminer le volume de café consommé au domicile et hors domicile. **La consommation hors domicile** comprend le café consommé dans des commerces comme les restaurants, cafés, kiosques à café, distributeurs automatiques et autres lieux. Les données d'Euromonitor ventilent la consommation hors domicile par chaînes et autres lieux. **Les chaînes de café** sont définies comme des points de vente axés principalement sur la fourniture de café et où le café est le produit principal, avec une grande variété de types de café et de produits du café. Ces boissons sont vendues individuellement ou accompagnées de pâtisseries, gâteaux ou sandwiches pour consommation sur place ou à emporter. Ces points de vente proposent une gamme de plus en plus importante de produits alimentaires, tels que salades et autres collations légères. Ils proposent généralement des produits à emporter et présentent un cadre et une décoration modernes. Les chaînes de restauration ont un minimum de dix points de vente. Les **autres lieux** sont des lieux différents des chaînes où le café est également consommé. La présente section contient en outre une analyse des points d'achat de café pour **la consommation au domicile**, ventilée par **magasins de détail**, qui comprennent les discounters, les supermarchés, les hypermarchés, les magasins de proximité, les petites épiceries indépendantes, les magasins des stations-service et les épiceries, et par **détaillants non alimentaires**, qui comprennent les distributeurs, le téléachat, la vente au détail sur Internet et la vente directe. Les tableaux de l'annexe VII sont relatifs aux lieux de consommation et aux points d'achat dans chaque pays importateur sélectionné entre 1997 et 2011.

53. En **Autriche**, la consommation de café au domicile représentait 837 000 sacs (90,3%) de la consommation totale entre 1997 et 2011, contre 89 000 sacs (9,7%) pour la consommation hors domicile. La consommation hors domicile a augmenté de façon constante pendant la période, passant de 8% en 1997 à 12,1% en 2011. Les chaînes ne représentent que 0,5% de la consommation, contre 9,2% pour les autres lieux hors domicile.

Le café consommé au domicile a été en grande partie acheté dans des magasins (90,2% de la consommation totale), bien que la part des détaillants non alimentaires, inexistante au début de la période, ait augmenté à 0,4% en 2011.

54. Quelque 79,1% de la consommation de café en **Belgique** se fait au domicile, la consommation hors domicile représentant les 20,9% restants, soit une moyenne de 880.000 sacs de café consommés au domicile contre 233 000 sacs hors domicile. La hausse de la consommation hors domicile enregistrée au cours des premières années de la période considérée s'est inversée ces dernières années. En effet, la part de la consommation hors domicile est passée de 19,8% en 1997 à 22,8% en 2002 avant de retomber à 18% en 2011. En 2011, les chaînes représentaient 0,3% de la consommation totale et les autres lieux hors domicile 17,8%. En moyenne, 74,2% de la totalité du café consommé est acheté dans des magasins tandis qu'une proportion exceptionnellement élevée de 4,9% est achetée dans des points de vente non alimentaires.

55. Au **Danemark**, la consommation au domicile et hors domicile s'est établie en moyenne à 79,8% et 20,2% respectivement. Le volume de la consommation au domicile a été en moyenne de 638 000 sacs par rapport à 161 000 sacs pour la consommation hors domicile. La consommation à domicile a diminué au profit de la consommation hors domicile, passant de 83,5% en 1997 à 78,3% en 2011. En 2011, les chaînes de café détenaient une part infime du marché, soit 0,1% de la consommation totale, comparativement à 21,6% pour les autres lieux hors domicile. Le café acheté dans les magasins représentait 75,7% de la consommation totale par rapport à la part importante de 4,1% vendue dans les points de vente non alimentaires.

56. La consommation au domicile représente 88,1% de la consommation nationale en **Finlande** par rapport à 11,9% pour la consommation hors domicile. En d'autres termes, sur un volume de consommation annuelle moyenne d'un peu plus d'un million de sacs, 902 000 sacs sont consommés au domicile et 122 000 sacs hors domicile. La part de la consommation au domicile a légèrement diminué, passant de 89,4% en 1997 à 87,9% en 2011. La quasi-totalité du café consommé au domicile est acheté dans des magasins (soit 88% de la consommation totale). Les chaînes de café ne sont pas très présentes sur le marché finlandais et ne représentent que 0,1% de la consommation hors domicile par rapport à 11,8% pour les autres lieux.

57. En **France**, une moyenne de 4,3 millions de sacs ont été consommés au domicile pendant la période considérée, soit 79,3% de la consommation totale, contre 1,1 million de sacs pour la consommation hors domicile (20,7%). La consommation hors domicile a conservé une part stable de l'ordre de 21% entre 1997 et 2007 mais a diminué dans les années suivantes, peut-être en raison de la crise économique, passant à 19,2% en 2011.

Les chaînes représentent 0,5% de la consommation totale alors que 20,2% sont consommés hors domicile dans les autres lieux. Le café acheté dans les magasins représente 79,5% de la consommation totale et les achats dans les points de vente non alimentaires sont faibles mais croissants (1,3% du total en 2011).

58. En moyenne, la consommation au domicile en **Allemagne** était de 7,8 millions de sacs, soit 84,3% de la consommation totale, contre 1,5 million de sacs (15,7%) pour la consommation hors domicile. Les parts relatives de la consommation au domicile et hors domicile sont restées stables pendant la majeure partie de la période considérée même si les chiffres pour 2010 et 2011 montrent une légère augmentation de la consommation hors domicile. La part de marché des chaînes de café est encore faible (0,5% de la consommation totale), tandis que les autres lieux hors domicile représentent 15,2%. En moyenne, les magasins sont toujours le principal point de vente pour la consommation au domicile mais la part des achats dans les points de vente non alimentaires est passée de 0,4% à 2,6% entre 1997 et 2011.

59. La part de la consommation au domicile en **Grèce** a augmenté régulièrement, passant de 57,6% en 1997 à 68,5% en 2011, au détriment de la consommation hors domicile qui est passée de 42,4% à 31,5% pendant la même période. Le volume de la consommation au domicile s'est établi en moyenne à 526 000 sacs contre 315 000 sacs pour la consommation hors domicile. Un glissement progressif vers la consommation au domicile s'est produit pendant la période ; ce phénomène ne semble pas être directement attribuable aux récentes turbulences économiques mais a néanmoins été amplifié par ces dernières, la consommation hors domicile ayant fortement baissé en 2010 et 2011. Néanmoins, la consommation hors domicile représente encore une part importante du total comparativement à de nombreux autres pays importateurs, et les chaînes de café représentaient 2,7% de la consommation hors domicile en 2011. La totalité du café consommé au domicile est acheté dans des magasins.

60. En **Italie**, la consommation de café au domicile s'est établie en moyenne à près de quatre millions de sacs, soit 73,1% de la consommation totale, pendant la période considérée. Le volume moyen de la consommation hors domicile était de près de 1,5 million de sacs (26,9%). La consommation hors domicile a diminué, passant de 30,3% en 1997 à 23,4% en 2011, alors que les chaînes ne représentent que 0,6% de la consommation totale. La quasi-totalité du café consommé au domicile est acheté en magasin.

61. Le **Japon** figure parmi les pays ayant des niveaux relativement élevés de consommation de café hors domicile, avec 2,4 millions de sacs, soit 35,2% du total. En effet, la consommation hors domicile est passée de 34,7% en 1997 à 37,1% en 2011. La consommation dans les chaînes de café est parmi les plus élevées des pays sélectionnés,

soit 7,2% de la consommation totale. La consommation au domicile était de 4,4 millions de sacs (64,8%) pendant la même période, le café étant, la plupart du temps, acheté dans des magasins, même si les points de vente non alimentaires ont préservé une part comprise entre 3,2% et 4% pendant toute la période.

62. Aux **Pays-Bas** la consommation au domicile s'est établie en moyenne à 1,3 million de sacs par an entre 1997 et 2011, soit 74,1% du total national, par rapport à 442 000 sacs pour la consommation hors domicile, soit 25,9%. La consommation hors domicile est restée stable entre 1997 et 2003 mais a diminué de manière significative depuis lors et ne représentait plus que 21,4% de la consommation totale en 2011. La part des chaînes de café dans la consommation totale a fortement augmenté entre 1997 et 2008 mais est restée stable à 1,1% ces dernières années. Les achats en magasins représentent 73,5% de la consommation et la part des points de vente non alimentaires a progressivement augmenté pour atteindre 5,2% en 2011.

63. La consommation de café au domicile en **Norvège** représente 560 000 sacs (77,6% du total) contre 161 000 sacs (22,4%) pour la consommation hors domicile. La part de la consommation hors domicile a augmenté, passant de 20,9% en 1997 à 24,4% en 2011, mais les chaînes ne détiennent encore qu'une part très faible du marché (0,2% en 2011). La totalité du café consommé au domicile est acheté en magasin.

64. La part de la consommation de café au domicile en **Pologne** s'est établie en moyenne à 1,9 million de sacs (94,4% du total) contre seulement 113 000 sacs (5,6%) pour la consommation hors domicile. La part de la consommation hors domicile a toutefois augmenté, de 4,2% en 1997 à 7,1% en 2011. La consommation dans les chaînes de café ne représente que 0,1% de la consommation totale, les points de vente indépendants les 7% restants. En 2011, près de 90% du café consommé a été acheté dans des magasins même si la part des points de vente non alimentaires est en augmentation et atteint 3%.

65. La consommation de café hors domicile domine au **Portugal**, avec 420 000 sacs (60,3%) de la consommation nationale par rapport à 276 000 sacs (39,7%) pour la consommation au domicile. Le Portugal est ainsi l'un des rares pays importateurs de café où le café est plus largement consommé hors domicile. La part de la consommation hors domicile a baissé pendant la période considérée, passant de 64,7% en 1997 à 53,1% en 2011. La plupart de la consommation hors domicile se fait dans des points de vente indépendants (57,7% du total), même si la part des chaînes a augmenté, passant de 0,8% en 1997 à 3,7% en 2011. La quasi-totalité du café consommé au domicile est acheté dans des magasins, même si la part des points de vente non alimentaires est en hausse.

66. Dans la **Fédération de Russie**, le café est largement consommé au domicile, avec un volume moyen de 2,7 millions de sacs (89,7% du total), contre 305 000 sacs (10,3%) pour la consommation hors domicile. Cependant, la consommation hors domicile a augmenté, passant de 5,9% en 1997 à 11,6% en 2011 (dont seulement 0,2% pour les chaînes de café). Les achats dans les magasins représentent 87,3% de la consommation totale, alors que la part des points de vente non alimentaires est en hausse mais reste relativement faible (1,1% en 2011).

67. La consommation de café au domicile est relativement faible en **Espagne** par rapport aux autres pays importateurs. En moyenne, le volume de la consommation au domicile était de 1,7 million de sacs (55,6% du total), contre 1,4 million de sacs (44,4%) pour la consommation hors domicile. En 2011, 2,7% de la consommation totale était représentée par les chaînes et 40,6% par les autres lieux de consommation hors domicile. Toutefois, après avoir atteint 46,4% en 2008, la consommation hors domicile est ensuite retombée à 43,4% en 2011. La quasi-totalité du café consommé au domicile est acheté en magasin.

68. En **Suède**, la consommation de café au domicile représente un million de sacs, soit 81,9% du total, contre 221 000 sacs (18,1%) pour la consommation hors domicile. La part de la consommation hors domicile augmente, 20% en 2011 contre 15,3% en 1997. Les chaînes de café sont de plus en plus importantes, mais n'ont été responsables que de 0,2% de la consommation totale au cours de la période considérée. La quasi-totalité du café consommé au domicile est acheté en magasin.

69. La consommation de café au domicile représentait 82,1% du total en **Suisse**, contre 17,9% pour la consommation hors domicile. Entre 1997 et 2011, la moyenne annuelle était de 744 000 sacs pour la consommation au domicile et de 163 000 sacs pour la consommation hors domicile. La part de la consommation au domicile a enregistré de faibles fluctuations, entre 80% et 83% du total, pendant la période considérée et la quasi-totalité du café consommé à la maison est acheté en magasin. Dans le segment de la consommation hors domicile, les chaînes ont enregistré une forte croissance et représentaient 2,5% de la consommation totale en 2011.

70. En **Turquie**, le café est encore principalement consommé au domicile, soit 67,2% (278 000 sacs) du total national en moyenne pendant la période considérée. Aucune tendance précise ne peut être dégagée pour l'évolution des parts relatives de la consommation au domicile et hors domicile. Cependant, la totalité du café consommé au domicile est acheté en magasin et la quasi-totalité de la consommation hors domicile se fait dans des lieux indépendants plutôt que dans les chaînes de café.

71. En **Ukraine**, la consommation au domicile représente 97,7% de la consommation totale du pays de 789 000 sacs, tandis que la consommation hors domicile représente 2,3% (18 000 sacs) du total. La part de la consommation au domicile est la plus élevée de tous les pays importateurs étudiés. La consommation hors domicile a donc été négligeable entre 1997 et 2011. La totalité du café consommé au domicile a été acheté en magasin. La part du café consommé dans les chaînes de café est insignifiante, le segment hors domicile est dominé par les petits magasins indépendants.

72. La consommation au domicile au **Royaume-Uni** s'est établie en moyenne à 1,8 million de sacs entre 1997 et 2011, soit 69,3% du total, la consommation hors domicile représentant les 30,7% restants (813, 000 sacs). Après avoir atteint son sommet en 2004 (31,9%), la part de la consommation hors domicile est tombée à 28,6% en 2011. Le Royaume-Uni a le plus haut niveau de consommation hors domicile (chaînes de café), soit 14,4% de la consommation totale entre 1997 et 2011. Il y a eu une concentration notable des ventes hors domicile pendant la période considérée : la part des chaînes dans la consommation totale a augmenté, de 6,6% en 1997 à 17,3% en 2011, alors que les ventes dans les autres lieux sont passées de 23,4% à 11,3%. Les achats en magasin représentent une part relativement stable du marché, variant entre 64,5% et 68,2% de la consommation totale.

73. Aux **États-Unis d'Amérique**, la consommation au domicile s'est établie en moyenne à 16,7 millions de sacs (82,4% du total), contre 3,6 millions de sacs (17,6%) pour la consommation hors domicile. Cependant, la consommation hors domicile est passée de 16,2% en 1997 à 19,8% en 2008 avant de retomber à 18,4% en 2011. Les magasins sont les principaux lieux d'achat de café pour la consommation au domicile (81,6% de la consommation totale). Les points de vente indépendants demeurent les principaux lieux de consommation hors domicile, soit 14,4% du total, mais la part des chaînes de café a augmenté, passant de 2,6% en 1997 à 3,6% en 2011.

## **CONCLUSIONS**

74. Le tableau 1 présente des données consolidées sur les parts des différents types de café dans les 21 pays sélectionnés. Le café torréfié continue d'être la principale forme de café consommé dans la plupart des pays importateurs, avec 77,4% de la consommation totale, même si des différences significatives existent entre les pays. Les pays où le café torréfié représente plus de 90% de la consommation totale sont la Finlande (96,1%), la Suède (94,5%), le Danemark (94,3%), l'Italie (94,1%), la Norvège (93,5%) et les États-Unis (91,5%) (Annexe VIII-A).



Tableau 1 : Structure de la consommation de café dans les pays importateurs sélectionnés

ALL SELECTED COUNTRIES	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	63 536			50 268	13 268			79.1%	20.9%
1998	64 881			51 577	13 305			79.5%	20.5%
1999	64 914			51 744	13 170			79.7%	20.3%
2000	64 017			50 380	13 637			78.7%	21.3%
2001	66 239			51 571	14 667			77.9%	22.1%
2002	66 787			51 253	15 534			76.7%	23.3%
2003	69 207			52 996	16 211			76.6%	23.4%
2004	71 081	54 094	663	54 757	16 324	76.1%	0.9%	77.0%	23.0%
2005	70 077	52 743	866	53 609	16 468	75.3%	1.2%	76.5%	23.5%
2006	71 398	53 455	1 257	54 712	16 686	74.9%	1.8%	76.6%	23.4%
2007	72 391	53 933	1 615	55 547	16 843	74.5%	2.2%	76.7%	23.3%
2008	72 914	53 939	1 661	55 600	17 315	74.0%	2.3%	76.3%	23.7%
2009	71 583	53 048	1 917	54 965	16 618	74.1%	2.7%	76.8%	23.2%
2010	73 811	54 015	2 467	56 482	17 329	73.2%	3.3%	76.5%	23.5%
2011	73 696	53 791	2 903	56 694	17 003	73.0%	3.9%	76.9%	23.1%
<b>Average</b>	<b>69 102</b>	<b>53 627*</b>	<b>1 669*</b>	<b>53 477</b>	<b>15 625</b>	--	--	<b>77.4%</b>	<b>22.6%</b>

\* Moyenne entre 2004 et 2011

En milliers de sacs

75. Pendant ce temps, la consommation de café soluble s'est établie en moyenne à 15,6 millions de sacs, soit 22,6% de la consommation totale dans les pays sélectionnés. La part du café soluble dans la consommation totale est passée de 20,9% en 1997 à 23,3% en 2002 et est demeurée relativement stable depuis. Les pays importateurs consommant une part importante de café soluble sont la Fédération de Russie (86,1% de la consommation totale), l'Ukraine (85,6%), la Turquie (83,9%), le Royaume-Uni (79,4%) et la Grèce (57,4%) (Annexe III-B). Le café soluble représente également une part relativement importante de la consommation en Pologne et au Japon, avec 38,8% et 35,6% du total respectivement. Dans l'ensemble, la part du café soluble dans la consommation totale est en baisse en Grèce, au Japon, aux Pays-Bas, dans la Fédération de Russie, en Suisse, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Par contre, elle augmente en Belgique, au Danemark, en Allemagne, en France, en Italie, en Norvège, en Pologne, au Portugal, en Espagne, en Suède, en Turquie et en Ukraine. La part de la consommation de café soluble a également présenté une tendance à la hausse en Autriche, bien que ces trois dernières années aient enregistré une baisse.

76. Plusieurs pays ont récemment développé un important segment de marché pour les dosettes. En 2011, les dosettes représentaient une consommation de 2,9 millions de sacs dans les 21 pays sélectionnés, avec un taux de croissance annuel composé de 23,5% depuis 2004. Les données recueillies entre 2004 et 2011 indiquent un volume moyen de 525 000 sacs de café pour les dosettes en France, 352 000 sacs en Allemagne, 292 000 sacs aux Pays-Bas. La consommation des dosettes aux États-Unis et en Belgique est en moyenne de 128 000 et 103 000 sacs respectivement (Annexe VIII-C). Entre 2004 et 2011, les pays qui ont connu des augmentations significatives de la part de marché des dosettes sont l'Autriche (de 0,4% à 6,2%), la Belgique (de 4,1% à 15%), la France (de 4,1% à 15,9%), l'Allemagne (de 0,7% à 6,9%), les Pays-Bas (de 12,9% à 21,9%), le Portugal (de 0,2% à 11,7%)

et la Suisse (de 2% à 8,7%). En 2011, les plus petites parts de marché des dosettes ont été enregistrées dans la Fédération de Russie (moins de 0,1%), en Grèce (0,2%), au Japon (0,3%), en Pologne (0,4%) et en Suède (0,5%). Selon les données disponibles, les dosettes ne sont pas consommées en Finlande, en Turquie et en Ukraine. Les conclusions relatives à l'emploi des dosettes doivent être traitées avec prudence car les données disponibles semblent insuffisantes dans certains cas, comme cela peut se produire pour un nouveau segment de marché, et peuvent sous-estimer l'ampleur de ce marché.

77. Le tableau 2 donne des chiffres consolidés sur les parts des différents lieux d'achat et de consommation dans les 21 pays sélectionnés. Globalement, la part de la consommation au domicile par rapport à la consommation hors domicile est restée stable, variant entre 77,4% et 78,8% au cours de la période considérée. La consommation au domicile est le principal mode de consommation dans tous les pays sélectionnés, à l'exception du Portugal où la consommation hors domicile représente 60,3% du total. Cependant, des niveaux relativement élevés de consommation hors domicile ont été observés en Espagne (44,4%), en Grèce (37,4%), au Japon (35,2%), en Turquie (32,8%) et au Royaume-Uni (30,7%). Pendant la période considérée, des taux élevés de croissance annuelle de la part de la consommation hors domicile ont été enregistrés dans la Fédération de Russie (5%), en Pologne (3,9%), en Autriche (3%), au Danemark et en Suède (2% chacun). Par contre, de nettes tendances à la baisse ont été observées en Ukraine (-4,2%), aux Pays-Bas (-2,2%) et en Grèce (-2,1%). En outre, des tendances à la baisse ont été observées au cours des quatre dernières années dans plusieurs pays, notamment en Belgique, au Danemark, en France, en Grèce, en Italie, au Portugal, en Ukraine et au Royaume-Uni. Cette baisse de la consommation hors domicile coïncide avec la crise économique qui a éclaté en 2008.

**Tableau 2: Lieux de consommation du café dans les pays importateurs sélectionnés**

ALL SELECTED COUNTRIES	Total	Percentage shares					
		At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>63 536</b>	76.9%	1.1%	78.0%	1.6%	20.4%	22.0%
1998	<b>64 881</b>	77.3%	1.1%	78.4%	1.7%	19.9%	21.6%
1999	<b>64 914</b>	77.5%	1.0%	78.5%	1.8%	19.7%	21.5%
2000	<b>64 017</b>	77.1%	1.1%	78.2%	1.9%	19.9%	21.8%
2001	<b>66 239</b>	77.7%	1.1%	78.8%	2.0%	19.2%	21.2%
2002	<b>66 787</b>	77.3%	1.1%	78.4%	2.2%	19.4%	21.6%
2003	<b>69 207</b>	77.2%	1.2%	78.3%	2.3%	19.4%	21.7%
2004	<b>71 081</b>	77.5%	1.2%	78.7%	2.4%	18.9%	21.3%
2005	<b>70 077</b>	77.0%	1.2%	78.2%	2.7%	19.1%	21.8%
2006	<b>71 398</b>	76.3%	1.3%	77.7%	2.9%	19.5%	22.3%
2007	<b>72 391</b>	76.0%	1.4%	77.4%	3.0%	19.6%	22.6%
2008	<b>72 914</b>	76.3%	1.4%	77.7%	3.1%	19.2%	22.3%
2009	<b>71 583</b>	76.4%	1.5%	77.9%	3.2%	18.9%	22.1%
2010	<b>73 811</b>	76.6%	1.6%	78.2%	3.2%	18.6%	21.8%
2011	<b>73 696</b>	76.9%	1.7%	78.6%	3.1%	18.3%	21.4%
<b>Average</b>	<b>69 102</b>	<b>76.9%</b>	<b>1.3%</b>	<b>78.2%</b>	<b>2.5%</b>	<b>19.3%</b>	<b>21.8%</b>

En milliers de sacs

78. Les magasins restent les principaux lieux d'achat de café pour la consommation au domicile dans la quasi-totalité des pays importateurs étudiés, les pourcentages variant de 76 à 77,7% pour l'ensemble des 21 pays. Néanmoins, la part des points de vente non alimentaires, bien qu'encore relativement faible, est en croissance dans plusieurs pays. C'est le cas en Belgique (3,2% en 1997 et 6,7% en 2011), au Danemark (2,1% et 5,3%), en France (0,2% et 1,3%), en Allemagne (0,4% et 2,6%), aux Pays-Bas (3% et 5,2%), en Pologne (0% et 3%), en Suisse (0,6% et 1,6%) et au Royaume-Uni (2,1% et 3,1%). En 2011, la part des achats de café dans les points de vente hors magasin a été nulle en Grèce, en Norvège, en Turquie et en Ukraine, et faible en Espagne (0,1%), en Finlande (0,2%) et en Autriche (0,4%).

79. En ce qui concerne la consommation hors domicile, les points de vente indépendants ont une plus grande part de marché que les chaînes. Cependant, les chaînes gagnent des parts de marché au détriment des autres lieux (de 1,6% du total en 1997 à 3,1% en 2011), alors que la consommation hors domicile dans les autres points de vente est tombée de 20,4% à 18,3% durant la même période. En 2011, des niveaux relativement élevés des ventes des chaînes de café ont été observés au Royaume-Uni (17,3% de la consommation totale), au Japon (8,5%) et aux États-Unis d'Amérique (3,6%). A l'exception de l'Ukraine qui n'a enregistré aucun achat dans les chaînes, les pays où les chaînes représentaient des parts très petites (moins de 0,5%) de la consommation en 2011 étaient la Pologne, le Danemark, la Finlande, la Fédération de Russie, la Norvège et la Belgique.

## **LISTE DES ANNEXES**

- ANNEXE I : LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE II : LA CONSOMMATION PAR HABITANT DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE III : LES IMPORTATIONS DES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE IV : LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE V : ÉCARTS ENTRE LES DONNÉES DE L'OIC ET D'EUROMONITOR SUR LA CONSOMMATION
- ANNEXE VI : STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE VII : LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE VIII-A : LA CONSOMMATION DE CAFÉ TORRÉFIÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE VIII-B : LA CONSOMMATION DE CAFÉ SOLUBLE DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS
- ANNEXE VIII-C : LA CONSOMMATION DE DOSETTES DE CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

## LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% share in world total	% share in all importing countries
Austria	1 087	1 105	1 123	875	1 013	926	720	996	772	612	847	908	886	903	1 117	926	0.8	1.1
Belgium	886	1 309	834	1 133	884	1 484	1 579	1 396	1 158	1 537	1 103	650	934	871	934	1 113	0.9	1.3
Denmark	808	854	869	791	868	805	724	849	795	822	794	688	679	847	790	799	0.7	0.9
Finland	939	1 001	979	967	947	970	966	1 034	1 102	1 047	1 057	1 115	1 058	1 080	1 093	1 024	0.9	1.2
France	5 487	5 351	5 578	5 402	5 253	5 526	5 394	4 929	4 787	5 278	5 628	5 152	5 677	5 713	5 960	5 408	4.5	6.2
Germany	9 670	9 976	9 748	8 770	9 059	8 498	9 499	10 445	8 665	9 151	8 627	9 535	8 897	9 292	9 460	9 286	7.8	10.7
Greece	739	668	641	687	548	827	929	871	870	857	1 015	978	974	994	1 023	841	0.7	1.0
Italy	4 913	4 936	4 919	5 149	5 243	5 182	5 507	5 469	5 552	5 593	5 821	5 892	5 806	5 781	5 689	5 430	4.6	6.2
Japan	5 968	6 052	6 273	6 626	6 936	6 875	6 770	7 117	7 128	7 268	7 282	7 065	7 130	7 192	7 015	6 846	5.8	7.9
Netherlands	2 367	1 961	1 471	1 860	1 677	1 574	1 743	1 978	1 927	2 129	2 292	1 324	898	1 347	1 024	1 705	1.4	2.0
Norway	675	702	785	657	710	692	683	709	743	721	771	715	715	746	785	721	0.6	0.8
Poland	1 966	1 965	1 985	2 046	2 222	2 201	2 242	2 281	2 267	1 993	1 554	1 681	2 001	2 156	2 042	2 040	1.7	2.3
Portugal	603	696	737	646	745	720	657	685	656	671	684	654	709	750	834	697	0.6	0.8
Russia	1 857	1 647	1 352	1 863	2 983	3 446	3 582	3 086	3 212	3 263	4 055	3 716	3 131	3 661	3 695	2 970	2.5	3.4
Spain	2 977	2 996	3 324	2 991	2 795	2 833	2 740	2 705	3 007	3 017	3 198	3 485	3 352	3 232	3 149	3 054	2.6	3.5
Sweden	1 241	1 248	1 279	1 173	1 251	1 224	1 178	1 234	1 170	1 315	1 244	1 272	1 133	1 221	1 125	1 221	1.0	1.4
Switzerland	712	811	863	827	816	821	852	722	1 099	932	989	1 149	966	1 012	1 035	907	0.8	1.0
Turkey	236	286	265	287	290	359	367	403	464	497	516	484	521	610	633	415	0.3	0.5
Ukraine	167	126	253	179	228	440	647	739	1 025	968	1 057	1 733	1 460	1 485	1 324	789	0.7	0.9
United Kingdom	2 441	2 588	2 276	2 342	2 215	2 261	2 236	2 458	2 680	3 059	2 824	3 067	3 220	3 134	2 926	2 648	2.2	3.0
USA	17 795	18 604	19 359	18 746	19 554	19 125	20 193	20 973	20 998	20 667	21 033	21 652	21 436	21 783	22 043	20 264	17.0	23.3
<b>Selected countries</b>	<b>63 536</b>	<b>64 881</b>	<b>64 914</b>	<b>64 017</b>	<b>66 239</b>	<b>66 787</b>	<b>69 207</b>	<b>71 081</b>	<b>70 077</b>	<b>71 398</b>	<b>72 391</b>	<b>72 914</b>	<b>71 583</b>	<b>73 811</b>	<b>73 696</b>	<b>69 102</b>	<b>58.1</b>	<b>79.5</b>
<b>All importing countries</b>	<b>76 380</b>	<b>78 037</b>	<b>80 313</b>	<b>79 113</b>	<b>82 002</b>	<b>82 929</b>	<b>84 533</b>	<b>89 106</b>	<b>88 179</b>	<b>90 367</b>	<b>93 161</b>	<b>95 013</b>	<b>92 666</b>	<b>96 114</b>	<b>95 484</b>	<b>86 893</b>	<b>73.0</b>	<b>100.0</b>
<b>World total</b>	<b>100 539</b>	<b>103 018</b>	<b>105 853</b>	<b>105 496</b>	<b>109 801</b>	<b>111 378</b>	<b>113 919</b>	<b>120 005</b>	<b>120 796</b>	<b>124 740</b>	<b>129 337</b>	<b>132 956</b>	<b>132 464</b>	<b>137 154</b>	<b>137 900</b>	<b>119 024</b>	<b>100.0</b>	
<b>% share of selected countries</b>	<b>63.2</b>	<b>63.0</b>	<b>61.3</b>	<b>60.7</b>	<b>60.3</b>	<b>60.0</b>	<b>60.8</b>	<b>59.2</b>	<b>58.0</b>	<b>57.2</b>	<b>56.0</b>	<b>54.8</b>	<b>54.0</b>	<b>53.8</b>	<b>53.4</b>	<b>58.1</b>		

En milliers de sacs



## ANNEXE II

## LA CONSOMMATION PAR HABITANT DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	8.2	8.3	8.4	6.6	7.6	6.9	5.3	7.3	5.6	4.4	6.1	6.5	6.4	6.5	8.0	6.8
Belgium	5.2	7.7	4.9	6.7	5.2	8.7	9.2	8.1	6.7	8.8	6.3	3.7	5.3	4.9	5.2	6.4
Denmark	9.2	9.7	9.8	8.9	9.7	9.0	8.1	9.4	8.8	9.1	8.7	7.6	7.4	9.3	8.7	8.9
Finland	11.0	11.7	11.4	11.2	11.0	11.2	11.1	11.9	12.6	11.9	12.0	12.6	11.9	12.1	12.3	11.7
France	5.6	5.5	5.7	5.5	5.3	5.5	5.4	4.9	4.7	5.2	5.5	5.0	5.5	5.5	5.7	5.4
Germany	7.1	7.3	7.1	6.4	6.6	6.2	6.9	7.6	6.3	6.7	6.3	7.0	6.5	6.8	6.9	6.8
Greece	4.1	3.7	3.5	3.8	3.0	4.5	5.1	4.7	4.7	4.6	5.5	5.3	5.2	5.3	5.5	4.6
Italy	5.2	5.2	5.2	5.4	5.5	5.4	5.7	5.6	5.7	5.7	5.9	5.9	5.8	5.8	5.7	5.6
Japan	2.8	2.9	3.0	3.1	3.3	3.2	3.2	3.4	3.4	3.4	3.4	3.3	3.4	3.4	3.3	3.2
Netherlands	9.1	7.5	5.6	7.0	6.3	5.9	6.5	7.3	7.1	7.8	8.4	4.8	3.2	4.9	3.7	6.3
Norway	9.2	9.5	10.6	8.8	9.4	9.1	9.0	9.2	9.6	9.2	9.8	9.0	8.9	9.2	9.7	9.4
Poland	3.1	3.1	3.1	3.2	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.1	2.4	2.6	3.2	3.4	3.2	3.2
Portugal	3.6	4.1	4.3	3.8	4.3	4.2	3.8	3.9	3.7	3.8	3.9	3.7	4.0	4.2	4.7	4.0
Russia	0.8	0.7	0.6	0.8	1.2	1.4	1.5	1.3	1.3	1.4	1.7	1.6	1.3	1.6	1.6	1.2
Spain	4.5	4.5	5.0	4.5	4.1	4.1	3.9	3.8	4.2	4.2	4.4	4.7	4.5	4.3	4.2	4.3
Sweden	8.4	8.5	8.7	7.9	8.4	8.2	7.9	8.2	7.7	8.7	8.2	8.3	7.3	7.9	7.3	8.1
Switzerland	6.0	6.8	7.2	6.9	6.8	6.8	7.0	5.9	8.9	7.5	7.9	9.1	7.7	8.0	8.2	7.4
Turkey	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4
Ukraine	0.2	0.2	0.3	0.2	0.3	0.6	0.8	0.9	1.3	1.2	1.4	2.3	1.9	2.0	1.7	1.0
United Kingdom	2.5	2.7	2.3	2.4	2.2	2.3	2.2	2.5	2.7	3.0	2.8	3.0	3.1	3.0	2.8	2.6
USA	3.8	4.0	4.1	3.9	4.0	3.9	4.1	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1

En kilogrammes





## LES IMPORTATIONS DES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% share in world total	% share in selected countries
Austria	1 294	1 293	1 500	1 257	1 432	1 447	1 336	1 538	1 577	1 601	1 968	1 901	1 309	1 369	1 452	1 485	1.3	1.6
Belgium	2 544	3 580	3 003	3 491	3 209	3 792	3 818	3 968	4 063	4 605	4 014	6 792	5 916	5 924	5 828	4 303	3.6	4.7
Denmark	949	1 014	1 094	1 022	1 103	1 076	1 002	1 119	993	1 004	995	900	870	1 057	945	1 010	0.9	1.1
Finland	1 186	1 168	1 209	1 063	1 084	1 075	1 105	1 152	1 156	1 168	1 207	1 285	1 243	1 274	1 287	1 177	1.0	1.3
France	6 704	6 576	6 676	6 520	6 753	6 925	6 652	5 940	5 714	6 191	6 420	6 252	6 670	6 717	6 990	6 513	5.5	7.1
Germany	13 905	13 740	14 320	13 895	14 753	15 516	15 727	17 356	16 716	18 543	19 564	19 876	19 416	20 603	20 926	16 990	14.4	18.5
Greece	789	704	733	798	868	897	998	942	931	897	1 081	1 056	1 046	1 061	1 155	930	0.8	1.0
Italy	5 743	5 889	5 943	6 315	6 542	6 523	6 929	7 032	7 269	7 548	8 028	8 172	8 078	8 236	8 362	7 107	6.0	7.7
Japan	5 921	6 027	6 547	6 908	6 996	7 307	6 923	7 254	7 408	7 632	7 086	7 060	7 090	7 407	7 544	7 007	5.9	7.6
Netherlands	2 924	2 862	2 566	2 966	2 794	2 760	3 176	3 159	2 988	3 293	3 531	2 304	2 502	2 583	2 775	2 879	2.4	3.1
Norway	684	707	790	662	716	698	691	716	753	731	780	722	724	759	795	729	0.6	0.8
Poland	2 253	2 293	2 404	2 576	2 719	2 643	2 664	2 687	2 792	2 654	2 264	2 460	3 162	3 279	3 397	2 683	2.3	2.9
Portugal	727	762	817	811	843	838	834	838	831	862	911	885	887	945	1 030	855	0.7	0.9
Russia	2 185	1 732	1 368	1 890	3 008	3 494	3 661	3 195	3 333	3 461	4 318	4 057	3 487	3 991	4 034	3 148	2.7	3.4
Spain	3 777	3 718	3 986	3 768	4 058	4 026	4 136	4 173	4 356	4 538	4 875	4 864	4 811	5 034	4 821	4 329	3.7	4.7
Sweden	1 473	1 440	1 456	1 344	1 432	1 463	1 435	1 495	1 693	1 820	1 770	1 804	1 659	1 727	1 647	1 577	1.3	1.7
Switzerland	971	1 112	1 139	1 171	1 255	1 217	1 322	1 236	1 641	1 503	1 823	1 978	2 101	2 318	2 498	1 552	1.3	1.7
Turkey	253	296	268	292	294	363	372	411	472	509	530	500	534	625	656	425	0.4	0.5
Ukraine	171	136	266	184	233	443	651	744	1 033	989	1 085	1 829	1 541	1 588	1 372	818	0.7	0.9
United Kingdom	2 929	3 142	2 907	3 012	3 062	2 971	3 002	3 329	3 433	4 046	3 781	3 967	4 131	4 302	4 183	3 480	2.9	3.8
USA	20 343	21 030	22 746	23 767	21 415	21 639	22 760	23 184	23 042	23 709	24 219	24 277	23 578	24 378	26 088	23 078	19.5	25.1
<b>Selected countries</b>	<b>77 724</b>	<b>79 220</b>	<b>81 738</b>	<b>83 714</b>	<b>84 568</b>	<b>87 115</b>	<b>89 192</b>	<b>91 469</b>	<b>92 194</b>	<b>97 302</b>	<b>100 249</b>	<b>102 942</b>	<b>100 754</b>	<b>105 177</b>	<b>107 785</b>	<b>92 076</b>	<b>77.9</b>	<b>100.0</b>
<b>World total</b>	<b>94 459</b>	<b>96 162</b>	<b>100 791</b>	<b>104 062</b>	<b>107 067</b>	<b>110 899</b>	<b>112 911</b>	<b>117 814</b>	<b>120 174</b>	<b>125 177</b>	<b>130 608</b>	<b>134 598</b>	<b>133 046</b>	<b>140 319</b>	<b>145 764</b>	<b>118 257</b>	<b>100.0</b>	

En milliers de sacs



## ANNEXE IV

**LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS**  
(En milliers de sacs)

Country of origin	Austria															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	144	113	273	316	254	283	286	425	479	489	566	551	541	633	573	395	26.6
Brazil	231	261	403	284	438	420	306	341	257	288	329	250	140	140	102	279	18.8
Vietnam	36	33	71	78	117	131	123	164	257	269	334	359	91	121	98	152	10.2
Colombia	158	215	80	92	126	135	159	102	66	54	70	69	25	16	7	92	6.2
Italy	17	15	20	20	27	29	29	31	38	92	174	113	202	155	162	75	5.1
Selected total	585	637	847	791	962	998	903	1 063	1 097	1 192	1 473	1 343	1 000	1 066	941	993	66.9
Total imports	1 294	1 293	1 500	1 257	1 432	1 447	1 336	1 538	1 577	1 601	1 968	1 901	1 309	1 369	1 452	1 485	100.0

Country of origin	Belgium															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	381	424	478	489	537	706	687	666	716	780	754	1 634	1 536	1 533	1 363	846	19.7
Vietnam	69	194	142	185	240	353	304	317	268	531	369	1 081	762	839	854	434	10.1
Germany	429	346	240	262	337	317	303	410	410	492	418	394	384	425	454	375	8.7
France	309	372	249	268	222	572	693	609	452	564	167	92	76	87	94	322	7.5
Colombia	181	441	317	375	315	291	300	324	270	322	339	507	305	200	192	312	7.2
Selected total	1 369	1 777	1 426	1 579	1 653	2 240	2 286	2 325	2 116	2 688	2 047	3 708	3 064	3 084	2 957	2 288	53.2
Total imports	2 544	3 580	3 003	3 491	3 209	3 792	3 818	3 968	4 063	4 605	4 014	6 792	5 916	5 924	5 828	4 303	100.0

Country of origin	Denmark															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	377	357	465	386	423	448	401	417	277	253	228	238	104	96	93	304	30.1
Sweden	0	0	5	8	12	13	17	44	230	242	275	262	237	256	258	124	12.3
Germany	51	27	27	39	80	56	76	89	83	90	94	98	327	405	155	113	11.2
Colombia	166	197	160	112	112	117	114	123	79	75	60	44	23	26	22	95	9.4
Vietnam	6	8	22	30	41	44	52	83	53	50	45	37	34	40	45	39	3.9
Selected total	601	589	679	576	668	678	659	755	722	711	701	679	725	822	573	676	66.9
Total imports	949	1 014	1 094	1 022	1 103	1 076	1 002	1 119	993	1 004	995	900	870	1 057	945	1 010	100.0

Country of origin	Finland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	286	344	386	346	426	451	444	476	473	461	466	501	469	496	520	436	37.0
Colombia	215	240	212	116	148	189	191	206	198	238	262	239	113	117	144	188	16.0
Guatemala	119	124	132	142	105	38	62	46	51	76	87	79	79	73	54	84	7.2
Kenya	70	32	49	43	39	42	68	49	51	57	63	59	91	71	37	55	4.6
Honduras	48	44	48	43	36	60	44	64	36	42	34	67	99	51	38	50	4.3
Selected total	738	784	827	689	754	780	810	840	810	873	912	945	851	806	793	814	69.1
Total imports	1 186	1 168	1 209	1 063	1 084	1 075	1 105	1 152	1 156	1 168	1 207	1 285	1 243	1 274	1 287	1 177	100.0



**LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**

(En milliers de sacs)

Country of origin	France															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	955	895	1 074	1 002	1 120	1 327	1 262	1 077	1 019	1 065	1 049	918	1 001	932	994	<b>1 046</b>	<b>16.1</b>
Germany	319	371	409	473	494	549	627	687	643	752	879	1 002	985	1 072	1 210	<b>698</b>	<b>10.7</b>
Belgium	0	0	741	718	696	722	773	796	982	807	546	579	955	856	898	<b>671</b>	<b>10.3</b>
Vietnam	494	502	677	700	953	907	930	661	529	592	819	545	669	498	487	<b>664</b>	<b>10.2</b>
Colombia	596	716	547	393	403	337	327	270	226	273	306	321	282	187	150	<b>356</b>	<b>5.5</b>
Selected total	2 364	2 484	3 449	3 285	3 666	3 842	3 919	3 491	3 400	3 490	3 600	3 365	3 891	3 546	3 739	<b>3 435</b>	<b>52.7</b>
Total imports	6 704	6 576	6 676	6 520	6 753	6 925	6 652	5 940	5 714	6 191	6 420	6 252	6 670	6 717	6 990	<b>6 513</b>	<b>100.0</b>

Country of origin	Germany															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	2 555	2 451	3 610	2 789	3 610	4 673	4 606	4 536	4 423	4 923	5 010	5 360	6 090	6 465	6 375	<b>4 498</b>	<b>26.5</b>
Vietnam	967	1 125	1 105	1 357	1 933	1 795	1 933	2 969	2 549	3 103	3 907	2 863	2 962	3 386	3 301	<b>2 350</b>	<b>13.8</b>
Colombia	2 086	2 323	1 821	1 458	1 659	1 567	1 644	1 436	1 495	1 574	1 522	1 437	631	378	468	<b>1 433</b>	<b>8.4</b>
Indonesia	866	900	752	764	914	945	1 000	1 038	1 405	1 034	791	1 539	1 395	1 095	793	<b>1 015</b>	<b>6.0</b>
Peru	370	439	754	664	753	830	756	916	742	1 247	1 036	1 132	1 219	1 336	1 372	<b>904</b>	<b>5.3</b>
Selected total	6 843	7 237	8 042	7 032	8 869	9 810	9 939	10 895	10 614	11 882	12 266	12 331	12 296	12 660	12 309	<b>10 202</b>	<b>60.0</b>
Total imports	13 905	13 740	14 320	13 895	14 753	15 516	15 727	17 356	16 716	18 543	19 564	19 876	19 416	20 603	20 926	<b>16 990</b>	<b>100.0</b>

Country of origin	Greece															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	312	216	230	297	355	351	312	339	328	295	328	301	314	288	282	<b>303</b>	<b>32.6</b>
Côte d'Ivoire	237	281	289	250	275	266	170	122	104	190	244	226	183	120	93	<b>203</b>	<b>21.9</b>
Spain	8	11	15	22	16	19	145	149	173	122	129	131	125	173	175	<b>94</b>	<b>10.1</b>
Germany	46	49	62	61	59	73	80	85	109	76	84	83	84	124	125	<b>80</b>	<b>8.6</b>
Italy	24	18	21	23	23	32	48	48	54	59	78	94	105	116	105	<b>57</b>	<b>6.1</b>
Selected total	627	576	617	654	729	741	755	743	768	743	863	835	809	820	780	<b>737</b>	<b>79.2</b>
Total imports	789	704	733	798	868	897	998	942	931	897	1 081	1 056	1 046	1 061	1 155	<b>930</b>	<b>100.0</b>

Country of origin	Italy															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	1 435	1 454	1 531	1 626	1 778	2 071	2 444	2 356	2 434	2 571	2 642	2 653	2 654	2 670	2 619	<b>2 196</b>	<b>30.9</b>
Vietnam	329	505	704	810	863	907	832	901	981	1 118	1 362	1 323	1 366	1 516	1 552	<b>1 005</b>	<b>14.1</b>
India	418	505	515	574	567	633	698	842	747	896	962	783	738	1 002	1 074	<b>730</b>	<b>10.3</b>
Indonesia	292	258	326	221	246	254	377	369	485	467	326	400	520	453	455	<b>363</b>	<b>5.1</b>
Cameroon	432	335	408	562	635	397	276	336	297	250	250	202	164	185	153	<b>325</b>	<b>4.6</b>
Selected total	2 905	3 056	3 484	3 792	4 088	4 263	4 625	4 804	4 944	5 302	5 542	5 362	5 440	5 826	5 853	<b>4 619</b>	<b>65.0</b>
Total imports	5 743	5 889	5 943	6 315	6 542	6 523	6 929	7 032	7 269	7 548	8 028	8 172	8 078	8 236	8 362	<b>7 107</b>	<b>100.0</b>

### LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Country of origin	Japan															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	1 507	1 529	1 765	1 744	1 849	1 852	1 954	1 876	2 097	2 216	2 214	1 889	2 119	2 314	2 465	1 959	28.0
Colombia	1 139	1 104	1 134	1 245	1 191	1 507	1 291	1 597	1 638	1 516	1 293	1 483	1 345	1 361	1 118	1 331	19.0
Indonesia	1 130	1 040	1 182	1 186	1 140	982	983	1 032	959	1 069	870	912	922	1 029	1 074	1 034	14.8
Vietnam	267	317	391	422	496	509	375	431	472	524	742	918	975	926	905	578	8.3
Guatemala	282	318	435	469	522	563	455	460	556	463	417	584	558	574	633	486	6.9
Selected total	4 326	4 309	4 907	5 066	5 197	5 414	5 058	5 396	5 722	5 789	5 537	5 786	5 919	6 205	6 195	5 388	76.9
Total imports	5 921	6 027	6 547	6 908	6 996	7 307	6 923	7 254	7 408	7 632	7 086	7 060	7 090	7 407	7 544	7 007	100.0

Country of origin	Netherlands															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	363	403	382	414	431	354	513	462	455	579	555	545	594	528		470	16.3
Brazil	352	289	150	309	542	539	555	568	531	572	712	301	345	416		441	15.3
Belgium	657	546	490	396	162	196	228	211	198	230	337	639	766	809		419	14.6
Vietnam	88	93	116	150	216	176	216	260	278	470	448	130	134	180		211	7.3
Colombia	343	442	250	197	189	158	200	183	165	174	224	89	31	15		190	6.6
Selected total	1 802	1 773	1 388	1 466	1 541	1 424	1 711	1 684	1 628	2 025	2 277	1 704	1 870	1 948		1 731	60.1
Total imports	2 924	2 862	2 566	2 966	2 794	2 760	3 176	3 159	2 988	3 293	3 531	2 304	2 502	2 583	2 775	2 879	100.0

Country of origin	Norway															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	247	208	298	228	256	287	244	232	269	286	307	272	279	284	336	269	36.9
Colombia	130	168	146	94	141	148	162	179	141	143	175	150	116	109	116	141	19.4
Guatemala	73	79	70	60	70	42	56	51	60	65	70	69	59	73	57	64	8.7
Switzerland	20	20	29	31	28	24	27	23	25	23	28	25	30	31	34	27	3.6
Mexico	54	54	38	33	48	2	5	9	12	11	13	21	37	40	11	26	3.6
Selected total	524	529	582	445	542	503	494	494	507	529	592	538	522	538	554	526	72.2
Total imports	684	707	790	662	716	698	691	716	753	731	780	722	724	759	795	729	100.0

Country of origin	Poland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	114	128	114	187	254	390	457	539	539	561	677	640	1 167	1 172	2 219	611	22.8
Vietnam	203	292	272	448	661	793	742	781	818	629	386	579	722	709	181	548	20.4
Indonesia	442	384	573	543	398	289	204	133	149	90	68	24	14	14	2	222	8.3
Uganda	240	229	240	141	134	145	191	181	232	101	93	63	82	91	41	147	5.5
Brazil	69	50	46	47	77	93	125	149	201	366	182	126	260	290	55	142	5.3
Selected total	1 069	1 083	1 245	1 366	1 524	1 709	1 719	1 783	1 939	1 747	1 406	1 432	2 245	2 276	2 498	1 669	62.2
Total imports	2 253	2 293	2 404	2 576	2 719	2 643	2 664	2 687	2 792	2 654	2 264	2 460	3 162	3 279	3 397	2 683	100.0

**LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**

(En milliers de sacs)

Country of origin	Portugal															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Spain	104	146	148	157	215	142	133	110	102	103	89	93	70	133	155	127	14.8
Brazil	110	95	104	98	100	109	123	123	107	115	122	95	98	116	104	108	12.6
Vietnam	33	42	49	57	65	62	60	67	95	85	108	102	120	143	146	82	9.6
Uganda	81	62	77	74	55	71	70	64	59	58	67	81	90	77	107	73	8.5
Côte d'Ivoire	102	107	83	81	60	85	62	64	63	64	63	38	27	36	9	63	7.4
Selected total	431	452	462	467	493	469	448	429	426	425	450	409	405	505	521	453	53.0
Total imports	727	762	817	811	843	838	834	838	831	862	911	885	887	945	1 030	855	100.0

Country of origin	Russia															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
India	626	732	771	1 001	1 003	919	757	753	680	634	708	570	496	643	715	734	23.3
Brazil	323	230	63	74	393	516	417	521	562	578	929	824	768	871	855	528	16.8
Germany	240	224	166	218	542	955	863	497	503	519	625	426	150	232	255	428	13.6
Vietnam	1	0	20	65	102	120	120	67	135	347	394	403	334	538	609	217	6.9
Indonesia	81	137	7	72	78	63	63	27	49	35	34	135	317	154	217	98	3.1
Selected total	1 271	1 323	1 028	1 430	2 118	2 573	2 220	1 865	1 930	2 113	2 691	2 357	2 066	2 439	2 650	2 005	63.7
Total imports	2 185	1 732	1 368	1 890	3 008	3 494	3 661	3 195	3 333	3 461	4 318	4 057	3 487	3 991	4 034	3 148	100.0

Country of origin	Spain															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Vietnam	461	596	563	772	1 107	977	962	1 293	1 429	1 579	1 758	1 551	1 579	1 578	1 432	1 176	27.2
Brazil	539	555	801	591	705	1 014	871	698	762	739	861	1 018	913	957	864	793	18.3
Uganda	788	554	627	409	382	459	499	352	324	228	256	311	297	246	299	402	9.3
Germany	111	112	274	141	166	211	242	254	322	435	384	353	418	521	521	298	6.9
Colombia	300	334	297	266	237	254	280	242	239	293	323	333	241	207	236	272	6.3
Selected total	2 199	2 152	2 563	2 179	2 597	2 916	2 853	2 840	3 075	3 275	3 583	3 566	3 447	3 508	3 352	2 940	67.9
Total imports	3 777	3 718	3 986	3 768	4 058	4 026	4 136	4 173	4 356	4 538	4 875	4 864	4 811	5 034	4 821	4 329	100.0

Country of origin	Sweden															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	602	531	625	574	614	659	666	710	783	818	768	752	729	739	651	681	43.2
Colombia	380	395	313	236	295	293	285	279	296	316	317	299	209	140	123	278	17.6
Peru	37	59	54	81	103	113	94	97	128	125	147	200	143	162	176	115	7.3
Kenya	98	75	90	90	102	96	85	93	108	105	129	114	126	119	89	101	6.4
Guatemala	160	134	149	129	98	62	57	23	28	32	56	43	18	10	16	68	4.3
Selected total	1 277	1 195	1 231	1 110	1 211	1 223	1 187	1 202	1 342	1 398	1 417	1 410	1 224	1 169	1 055	1 243	78.8
Total imports	1 473	1 440	1 456	1 344	1 432	1 463	1 435	1 495	1 693	1 820	1 770	1 804	1 659	1 727	1 647	1 577	100.0

### LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Country of origin	Switzerland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	165	172	187	156	215	200	264	313	446	323	513	478	593	597	676	353	22.7
Colombia	77	113	96	114	131	123	117	129	160	189	223	244	263	298	308	172	11.1
India	64	74	73	84	77	71	82	55	96	85	105	115	153	161	193	99	6.4
Vietnam	6	7	18	37	32	54	27	13	91	118	174	170	162	173	187	85	5.4
Guatemala	60	89	88	75	99	68	87	57	81	68	75	84	91	103	115	83	5.3
Selected total	372	456	462	465	554	517	578	567	873	783	1 089	1 090	1 261	1 332	1 479	792	51.0
Total imports	971	1 112	1 139	1 171	1 255	1 217	1 322	1 236	1 641	1 503	1 823	1 978	2 101	2 318	2 498	1 552	100.0

Country of origin	Turkey															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	130	148	132	146	158	214	203	197	235	251	281	230	287	325	308	216	50.9
Spain	42	51	48	46	51	51	48	62	71	81	69	61	66	77	58	59	13.8
Switzerland	24	39	37	29	29	27	30	35	15	14	13	31	14	21	57	28	6.5
Germany	20	24	26	27	29	20	16	15	22	18	14	15	13	12	20	20	4.6
Thailand	0	0	0	0	0	0	5	32	47	63	58	35	0	0	0	16	3.8
Selected total	216	262	243	247	266	312	302	342	389	426	436	372	380	435	443	338	79.5
Total imports	253	296	268	292	294	363	372	411	472	509	530	500	534	625	656	425	100.0

Country of origin	Ukraine															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	0	8	2	2	0	100	228	260	306	213	235	400	310	368	261	179	22.0
Germany	0	0	0	0	0	35	61	92	174	231	305	526	393	372	364	170	20.8
India	0	1	5	5	0	39	80	88	123	121	107	170	106	108	133	72	8.9
Poland	0	0	1	3	0	79	58	47	110	110	86	123	94	71	74	57	7.0
Russia	0	0	0	1	0	17	27	33	53	58	63	69	110	162	138	49	6.0
Selected total	0	9	7	11	0	271	454	521	766	733	797	1 287	1 013	1 081	970	528	64.6
Total imports	171	136	266	184	233	443	651	744	1 033	989	1 085	1 829	1 541	1 588	1 372	818	100.0

Country of origin	United Kingdom															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Vietnam	403	557	444	550	588	331	447	661	394	409	550	489	444	460	559	486	14.0
Germany	383	364	402	490	534	530	329	344	416	555	442	472	569	725	703	484	13.9
Brazil	190	183	207	177	245	581	451	498	400	445	539	537	641	510	502	407	11.7
Colombia	276	292	253	245	247	343	306	282	305	375	470	472	348	297	471	332	9.6
Netherlands	175	189	139	140	116	118	155	144	229	556	312	603	488	260	249	258	7.4
Selected total	1 427	1 584	1 444	1 603	1 731	1 904	1 689	1 929	1 745	2 340	2 313	2 573	2 490	2 252	2 485	1 967	56.5
Total imports	2 929	3 142	2 907	3 012	3 062	2 971	3 002	3 329	3 433	4 046	3 781	3 967	4 131	4 302	4 183	3 480	100.0



**LES PRINCIPALES ORIGINES DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**

(En milliers de sacs)

Country of origin	USA															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	2 617	2 982	5 121	2 991	3 287	5 308	5 629	4 749	4 802	5 108	5 333	5 360	5 989	6 666	7 347	<b>4 886</b>	<b>21.2</b>
Colombia	3 307	3 566	3 479	3 243	3 334	3 643	3 929	3 772	4 167	3 985	4 119	4 324	3 543	3 153	3 672	<b>3 682</b>	<b>16.0</b>
Vietnam	1 367	1 512	1 253	2 500	2 914	1 899	1 838	2 818	3 102	2 806	3 236	2 398	2 876	3 833	3 386	<b>2 516</b>	<b>10.9</b>
Mexico	3 148	2 735	3 388	3 868	2 226	2 246	1 740	1 789	1 705	1 891	1 837	1 777	2 027	1 789	1 977	<b>2 276</b>	<b>9.9</b>
Guatemala	1 923	1 565	2 150	2 380	2 041	1 627	2 023	1 624	1 753	1 655	1 816	1 902	1 740	1 312	1 582	<b>1 806</b>	<b>7.8</b>
Selected total	12 362	12 360	15 391	14 982	13 803	14 722	15 159	14 751	15 528	15 444	16 342	15 762	16 175	16 754	17 964	<b>15 167</b>	<b>65.7</b>
Total imports	20 343	21 030	22 746	23 767	21 415	21 639	22 760	23 184	23 042	23 709	24 219	24 277	23 578	24 378	26 088	<b>23 078</b>	<b>100.0</b>

## ANNEXE V

## ÉCARTS ENTRE LES DONNÉES DE L'OIC ET D'EUROMONITOR SUR LA CONSOMMATION

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	-36	-28	-10	-261	-122	-215	-434	-143	-355	-510	-260	-149	-160	-124	101	-180
Belgium	-319	90	-337	-22	-288	352	439	228	-8	352	-87	-525	-224	-277	-247	-58
Denmark	44	59	99	44	67	7	-58	70	32	69	58	-46	-46	128	82	41
Finland	-1	22	-27	16	-41	-4	-29	17	79	11	24	53	-2	1	44	11
France	1 264	1 145	1 360	1 152	1 011	1 311	1 190	744	627	1 064	1 420	932	1 455	1 460	1 630	1 184
Germany	185	443	134	-914	-790	-1 634	-835	47	-1 560	-1 240	-1 888	-1 113	-1 843	-1 480	-1 216	-914
Greece	-62	-139	-171	-128	-278	-6	195	119	105	73	216	169	175	220	284	51
Italy	1 054	1 074	1 043	1 255	1 277	1 158	1 515	1 347	1 343	1 371	1 581	1 654	1 536	1 448	1 334	1 333
Japan	2 089	2 078	2 165	2 505	2 728	2 563	2 388	2 630	2 590	2 717	2 733	2 543	2 694	2 735	2 578	2 516
Netherlands	547	120	-334	95	-176	-354	-209	-150	-249	-17	88	-907	-1 335	-916	-1 252	-337
Norway	20	42	118	-17	21	-4	-31	-17	6	-27	14	-47	-50	-26	8	1
Poland	-226	-258	-299	-303	-146	-284	-295	-269	-339	-710	-1 270	-1 251	-979	-861	-988	-565
Portugal	44	128	158	55	140	103	27	44	2	5	8	8	83	136	225	78
Russia	-681	-973	-655	-215	618	905	922	189	-85	-183	375	-207	-831	-440	-523	-119
Spain	32	-25	234	-180	-402	-365	-319	-289	20	57	269	443	355	351	365	36
Sweden	-142	-127	-127	-206	-141	-128	-232	-279	-317	-195	-261	-223	-366	-295	-398	-229
Switzerland	79	208	237	186	156	159	190	53	422	244	299	464	296	345	364	247
Turkey	48	91	63	87	104	97	30	-25	-117	-381	-510	-654	-714	-723	-793	-227
Ukraine	-289	-346	-227	-328	-309	-150	-36	-113	-145	-233	-168	148	209	195	-67	-124
United Kingdom	-271	-85	-425	-363	-495	-451	-470	-253	-118	218	-61	150	221	58	-221	-171
USA	4 549	3 599	3 402	2 506	2 710	2 631	4 018	3 756	4 271	3 654	4 149	4 794	4 046	3 883	3 201	3 678

En milliers de sacs

**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS**  
(En milliers de sacs)

Austria	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 087			938	149			86.3%	13.7%
1998	1 105			950	154			86.0%	14.0%
1999	1 123			964	159			85.8%	14.2%
2000	875			746	129			85.3%	14.7%
2001	1 013			860	153			84.9%	15.1%
2002	926			785	141			84.7%	15.3%
2003	720			607	112			84.4%	15.6%
2004	996	831	4	835	161	83.4%	0.4%	83.8%	16.2%
2005	772	639	5	644	128	82.8%	0.6%	83.4%	16.6%
2006	612	499	10	509	103	81.5%	1.6%	83.1%	16.9%
2007	847	680	25	705	142	80.3%	3.0%	83.2%	16.8%
2008	908	721	35	756	152	79.4%	3.9%	83.3%	16.7%
2009	886	699	38	737	149	78.9%	4.3%	83.2%	16.8%
2010	903	713	46	759	144	79.0%	5.1%	84.0%	16.0%
2011	1 117	877	69	946	171	78.5%	6.2%	84.7%	15.3%
<b>Average</b>	<b>926</b>	<b>707*</b>	<b>29*</b>	<b>783</b>	<b>143</b>	--	--	<b>84.5%</b>	<b>15.5%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Belgium	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	886			808	79			91.1%	8.9%
1998	1 309			1 195	114			91.3%	8.7%
1999	834			756	79			90.6%	9.4%
2000	1 133			1 021	113			90.1%	9.9%
2001	884			795	90			89.9%	10.1%
2002	1 484			1 326	158			89.3%	10.7%
2003	1 579			1 410	170			89.3%	10.7%
2004	1 396	1 192	57	1 249	148	85.4%	4.1%	89.4%	10.6%
2005	1 158	964	67	1 031	127	83.2%	5.8%	89.0%	11.0%
2006	1 537	1 244	121	1 365	172	80.9%	7.9%	88.8%	11.2%
2007	1 103	864	115	979	124	78.3%	10.5%	88.8%	11.2%
2008	650	497	79	576	74	76.5%	12.1%	88.6%	11.4%
2009	934	704	123	827	107	75.3%	13.2%	88.5%	11.5%
2010	871	645	125	770	101	74.1%	14.3%	88.4%	11.6%
2011	934	685	140	824	110	73.3%	15.0%	88.2%	11.8%
<b>Average</b>	<b>1 113</b>	<b>849*</b>	<b>103*</b>	<b>995</b>	<b>118</b>	--	--	<b>89.4%</b>	<b>10.6%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Denmark	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	808			786	22			97.2%	2.8%
1998	854			828	26			97.0%	3.0%
1999	869			842	27			96.9%	3.1%
2000	791			764	27			96.6%	3.4%
2001	868			839	30			96.6%	3.4%
2002	805			772	33			95.9%	4.1%
2003	724			684	40			94.5%	5.5%
2004	849	796	1	797	52	93.7%	0.1%	93.9%	6.1%
2005	795	738	2	741	54	92.9%	0.3%	93.2%	6.8%
2006	822	757	3	760	62	92.0%	0.4%	92.4%	7.6%
2007	794	732	4	736	58	92.2%	0.5%	92.6%	7.4%
2008	688	632	3	635	53	91.8%	0.5%	92.3%	7.7%
2009	679	621	3	624	54	91.5%	0.5%	92.0%	8.0%
2010	847	768	7	775	72	90.7%	0.8%	91.5%	8.5%
2011	790	710	8	718	72	89.9%	1.0%	90.9%	9.1%
<b>Average</b>	<b>799</b>	<b>719*</b>	<b>4*</b>	<b>753</b>	<b>45</b>	--	--	<b>94.3%</b>	<b>5.7%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Finland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	939			900	39			95.9%	4.1%
1998	1 001			963	39			96.1%	3.9%
1999	979			943	36			96.3%	3.7%
2000	967			927	40			95.8%	4.2%
2001	947			909	39			95.9%	4.1%
2002	970			927	42			95.6%	4.4%
2003	966			924	42			95.7%	4.3%
2004	1 034			999	35			96.6%	3.4%
2005	1 102			1 063	39			96.4%	3.6%
2006	1 047			1 008	39			96.3%	3.7%
2007	1 057			1 016	41			96.1%	3.9%
2008	1 115			1 072	43			96.1%	3.9%
2009	1 058	1 018	0	1 018	40	96.2%	0.0%	96.2%	3.8%
2010	1 080	1 039	0	1 039	41	96.2%	0.0%	96.2%	3.8%
2011	1 093	1 049	0	1 049	44	96.0%	0.0%	96.0%	4.0%
<b>Average</b>	<b>1 024</b>	<b>1 036*</b>		<b>984</b>	<b>40</b>	--	--	<b>96.1%</b>	<b>3.9%</b>

\* Moyenne entre 2009-2011

France	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	5 487			4 818	669			87.8%	12.2%
1998	5 351			4 672	678			87.3%	12.7%
1999	5 578			4 845	733			86.9%	13.1%
2000	5 402			4 686	716			86.7%	13.3%
2001	5 253			4 545	708			86.5%	13.5%
2002	5 526			4 754	772			86.0%	14.0%
2003	5 394			4 626	768			85.8%	14.2%
2004	4 929	4 016	202	4 218	711	81.5%	4.1%	85.6%	14.4%
2005	4 787	3 833	246	4 078	709	80.1%	5.1%	85.2%	14.8%
2006	5 278	4 138	361	4 498	779	78.4%	6.8%	85.2%	14.8%
2007	5 628	4 309	482	4 791	837	76.6%	8.6%	85.1%	14.9%
2008	5 152	3 871	512	4 383	769	75.1%	9.9%	85.1%	14.9%
2009	5 677	4 158	672	4 830	847	73.2%	11.8%	85.1%	14.9%
2010	5 713	4 086	782	4 868	845	71.5%	13.7%	85.2%	14.8%
2011	5 960	4 151	947	5 098	862	69.6%	15.9%	85.5%	14.5%
<b>Average</b>	<b>5 408</b>	<b>4 070*</b>	<b>525*</b>	<b>4 647</b>	<b>760</b>	--	--	<b>85.9%</b>	<b>14.1%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Germany	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	9 670			8 411	1 260			87.0%	13.0%
1998	9 976			8 651	1 325			86.7%	13.3%
1999	9 748			8 372	1 376			85.9%	14.1%
2000	8 770			7 436	1 334			84.8%	15.2%
2001	9 059			7 525	1 534			83.1%	16.9%
2002	8 498			6 763	1 735			79.6%	20.4%
2003	9 499			7 367	2 131			77.6%	22.4%
2004	10 445	7 892	72	7 964	2 481	75.6%	0.7%	76.2%	23.8%
2005	8 665	6 388	107	6 494	2 170	73.7%	1.2%	75.0%	25.0%
2006	9 151	6 626	215	6 840	2 311	72.4%	2.3%	74.7%	25.3%
2007	8 627	6 155	311	6 467	2 160	71.3%	3.6%	75.0%	25.0%
2008	9 535	6 713	434	7 147	2 387	70.4%	4.6%	75.0%	25.0%
2009	8 897	6 210	462	6 671	2 226	69.8%	5.2%	75.0%	25.0%
2010	9 292	6 389	563	6 951	2 341	68.8%	6.1%	74.8%	25.2%
2011	9 460	6 375	655	7 030	2 430	67.4%	6.9%	74.3%	25.7%
<b>Average</b>	<b>9 286</b>	<b>6 593*</b>	<b>352*</b>	<b>7 339</b>	<b>1 947</b>	--	--	<b>79.0%</b>	<b>21.0%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Greece	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	739			259	480			35.1%	64.9%
1998	668			235	433			35.1%	64.9%
1999	641			226	415			35.3%	64.7%
2000	687			245	442			35.7%	64.3%
2001	548			196	352			35.7%	64.3%
2002	827			300	527			36.3%	63.7%
2003	929			399	529			43.0%	57.0%
2004	871	382	1	382	489	43.8%	0.1%	43.9%	56.1%
2005	870	386	1	386	484	44.3%	0.1%	44.4%	55.6%
2006	857	384	1	384	472	44.8%	0.1%	44.9%	55.1%
2007	1 015	459	1	460	555	45.2%	0.1%	45.3%	54.7%
2008	978	445	1	446	532	45.5%	0.1%	45.6%	54.4%
2009	974	452	1	453	521	46.4%	0.1%	46.5%	53.5%
2010	994	486	2	488	506	48.9%	0.2%	49.1%	50.9%
2011	1 023	519	2	521	501	50.8%	0.2%	51.0%	49.0%
<b>Average</b>	<b>841</b>	<b>439*</b>	<b>1*</b>	<b>359</b>	<b>483</b>	--	--	<b>42.6%</b>	<b>57.4%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Italy	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	4 913			4 701	212			95.7%	4.3%
1998	4 936			4 714	222			95.5%	4.5%
1999	4 919			4 696	222			95.5%	4.5%
2000	5 149			4 906	243			95.3%	4.7%
2001	5 243			4 976	267			94.9%	5.1%
2002	5 182			4 911	271			94.8%	5.2%
2003	5 507			5 209	298			94.6%	5.4%
2004	5 469	5 131	38	5 169	300	93.8%	0.7%	94.5%	5.5%
2005	5 552	5 180	42	5 222	330	93.3%	0.8%	94.1%	5.9%
2006	5 593	5 188	51	5 239	354	92.8%	0.9%	93.7%	6.3%
2007	5 821	5 367	65	5 433	388	92.2%	1.1%	93.3%	6.7%
2008	5 892	5 417	71	5 488	404	91.9%	1.2%	93.1%	6.9%
2009	5 806	5 289	91	5 380	426	91.1%	1.6%	92.7%	7.3%
2010	5 781	5 206	128	5 334	448	90.0%	2.2%	92.3%	7.7%
2011	5 689	5 087	155	5 242	447	89.4%	2.7%	92.1%	7.9%
<b>Average</b>	<b>5 430</b>	<b>5 233*</b>	<b>80*</b>	<b>5 108</b>	<b>322</b>	--	--	<b>94.1%</b>	<b>5.9%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Japan	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	5 968			3 679	2 290			61.6%	38.4%
1998	6 052			3 715	2 337			61.4%	38.6%
1999	6 273			3 825	2 448			61.0%	39.0%
2000	6 626			4 103	2 523			61.9%	38.1%
2001	6 936			4 323	2 612			62.3%	37.7%
2002	6 875			4 325	2 550			62.9%	37.1%
2003	6 770			4 265	2 505			63.0%	37.0%
2004	7 117	4 486	0	4 486	2 631	63.0%	0.0%	63.0%	37.0%
2005	7 128	4 551	2	4 553	2 574	63.9%	0.0%	63.9%	36.1%
2006	7 268	4 754	2	4 757	2 512	65.4%	0.0%	65.4%	34.6%
2007	7 282	4 904	2	4 906	2 376	67.3%	0.0%	67.4%	32.6%
2008	7 065	4 746	6	4 753	2 312	67.2%	0.1%	67.3%	32.7%
2009	7 130	4 810	13	4 823	2 307	67.5%	0.2%	67.6%	32.4%
2010	7 192	4 833	17	4 851	2 341	67.2%	0.2%	67.4%	32.6%
2011	7 015	4 708	21	4 729	2 286	67.1%	0.3%	67.4%	32.6%
<b>Average</b>	<b>6 846</b>	<b>4 724*</b>	<b>8*</b>	<b>4 406</b>	<b>2 440</b>	--	--	<b>64.4%</b>	<b>35.6%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Netherlands	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 367			2 031	336			85.8%	14.2%
1998	1 961			1 667	294			85.0%	15.0%
1999	1 471			1 247	224			84.8%	15.2%
2000	1 860			1 558	302			83.8%	16.2%
2001	1 677			1 405	272			83.8%	16.2%
2002	1 574			1 313	261			83.4%	16.6%
2003	1 743			1 447	296			83.0%	17.0%
2004	1 978	1 414	256	1 669	309	71.5%	12.9%	84.4%	15.6%
2005	1 927	1 333	306	1 639	288	69.2%	15.9%	85.1%	14.9%
2006	2 129	1 456	358	1 814	315	68.4%	16.8%	85.2%	14.8%
2007	2 292	1 530	439	1 969	323	66.7%	19.1%	85.9%	14.1%
2008	1 324	870	272	1 143	181	65.7%	20.6%	86.3%	13.7%
2009	898	588	190	778	120	65.5%	21.1%	86.6%	13.4%
2010	1 347	884	290	1 174	173	65.6%	21.5%	87.1%	12.9%
2011	1 024	672	225	897	127	65.6%	21.9%	87.6%	12.4%
<b>Average</b>	<b>1 705</b>	<b>1 093*</b>	<b>292*</b>	<b>1 450</b>	<b>255</b>	--	--	<b>85.1%</b>	<b>14.9%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Norway	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	675			649	26			96.1%	3.9%
1998	702			675	28			96.0%	4.0%
1999	785			753	32			96.0%	4.0%
2000	657			630	27			95.9%	4.1%
2001	710			680	30			95.8%	4.2%
2002	692			662	31			95.6%	4.4%
2003	683			636	47			93.2%	6.8%
2004	709			659	50			92.9%	7.1%
2005	743			689	54			92.7%	7.3%
2006	721	664	2	667	55	92.1%	0.3%	92.4%	7.6%
2007	771	706	3	709	62	91.5%	0.4%	92.0%	8.0%
2008	715	650	5	654	60	90.9%	0.6%	91.5%	8.5%
2009	715	647	5	652	63	90.5%	0.7%	91.2%	8.8%
2010	746	672	6	678	67	90.1%	0.8%	91.0%	9.0%
2011	785	706	8	714	71	89.9%	1.0%	90.9%	9.1%
<b>Average</b>	<b>721</b>	<b>674*</b>	<b>5*</b>	<b>674</b>	<b>47</b>	--	--	<b>93.5%</b>	<b>6.5%</b>

\* Moyenne entre 2006-2011

Poland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 966			1 337	629			68.0%	32.0%
1998	1 965			1 295	669			65.9%	34.1%
1999	1 985			1 266	719			63.8%	36.2%
2000	2 046			1 266	779			61.9%	38.1%
2001	2 222			1 361	862			61.2%	38.8%
2002	2 201			1 363	838			61.9%	38.1%
2003	2 242			1 378	864			61.5%	38.5%
2004	2 281			1 394	887			61.1%	38.9%
2005	2 267			1 374	894			60.6%	39.4%
2006	1 993			1 196	797			60.0%	40.0%
2007	1 554	920	1	921	634	59.2%	0.1%	59.2%	40.8%
2008	1 681	980	2	982	700	58.3%	0.1%	58.4%	41.6%
2009	2 001	1 159	4	1 163	838	57.9%	0.2%	58.1%	41.9%
2010	2 156	1 248	6	1 254	902	57.9%	0.3%	58.1%	41.9%
2011	2 042	1 176	8	1 184	858	57.6%	0.4%	58.0%	42.0%
<b>Average</b>	<b>2 040</b>	<b>1 097*</b>	<b>4*</b>	<b>1 249</b>	<b>791</b>	--	--	<b>61.2%</b>	<b>38.8%</b>

\* Moyenne entre 2007-2011

**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Portugal	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	603			539	64			89.3%	10.7%
1998	696			618	78			88.8%	11.2%
1999	737			649	88			88.1%	11.9%
2000	646			566	81			87.5%	12.5%
2001	745			649	97			87.0%	13.0%
2002	720			622	98			86.4%	13.6%
2003	657			564	93			85.9%	14.1%
2004	685	583	1	584	101	85.0%	0.2%	85.3%	14.7%
2005	656	553	2	555	100	84.3%	0.4%	84.7%	15.3%
2006	671	562	3	565	106	83.7%	0.5%	84.2%	15.8%
2007	684	566	6	572	112	82.8%	0.9%	83.6%	16.4%
2008	654	527	13	541	114	80.6%	2.0%	82.6%	17.4%
2009	709	559	25	584	125	78.8%	3.6%	82.3%	17.7%
2010	750	568	50	618	132	75.7%	6.7%	82.4%	17.6%
2011	834	591	98	689	145	70.9%	11.7%	82.6%	17.4%
<b>Average</b>	<b>697</b>	<b>564*</b>	<b>25*</b>	<b>594</b>	<b>102</b>	--	--	<b>85.3%</b>	<b>14.7%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Russia	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 857			109	1 748			5.9%	94.1%
1998	1 647			104	1 543			6.3%	93.7%
1999	1 352			85	1 267			6.3%	93.7%
2000	1 863			142	1 721			7.6%	92.4%
2001	2 983			262	2 721			8.8%	91.2%
2002	3 446			350	3 095			10.2%	89.8%
2003	3 582			427	3 155			11.9%	88.1%
2004	3 086	411	1	412	2 674	13.3%	0.0%	13.3%	86.7%
2005	3 212	452	1	453	2 760	14.1%	0.0%	14.1%	85.9%
2006	3 263	520	1	522	2 741	15.9%	0.0%	16.0%	84.0%
2007	4 055	710	2	711	3 344	17.5%	0.0%	17.5%	82.5%
2008	3 716	679	2	681	3 035	18.3%	0.0%	18.3%	81.7%
2009	3 131	554	1	555	2 576	17.7%	0.0%	17.7%	82.3%
2010	3 661	675	2	676	2 985	18.4%	0.0%	18.5%	81.5%
2011	3 695	716	2	718	2 977	19.4%	0.0%	19.4%	80.6%
<b>Average</b>	<b>2 970</b>	<b>589*</b>	<b>1*</b>	<b>414</b>	<b>2 556</b>	--	--	<b>13.9%</b>	<b>86.1%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Spain	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 977			2 499	478			83.9%	16.1%
1998	2 996			2 515	481			83.9%	16.1%
1999	3 324			2 731	593			82.1%	17.9%
2000	2 991			2 447	544			81.8%	18.2%
2001	2 795			2 282	513			81.7%	18.3%
2002	2 833			2 310	523			81.5%	18.5%
2003	2 740			2 247	493			82.0%	18.0%
2004	2 705	2 213	13	2 226	480	81.8%	0.5%	82.3%	17.7%
2005	3 007	2 464	18	2 483	525	81.9%	0.6%	82.6%	17.4%
2006	3 017	2 466	24	2 491	526	81.8%	0.8%	82.6%	17.4%
2007	3 198	2 605	35	2 640	558	81.5%	1.1%	82.6%	17.4%
2008	3 485	2 833	47	2 880	606	81.3%	1.3%	82.6%	17.4%
2009	3 352	2 715	56	2 771	581	81.0%	1.7%	82.7%	17.3%
2010	3 232	2 584	71	2 655	576	80.0%	2.2%	82.2%	17.8%
2011	3 149	2 491	83	2 574	574	79.1%	2.6%	81.8%	18.2%
<b>Average</b>	<b>3 054</b>	<b>2 546*</b>	<b>43*</b>	<b>2 517</b>	<b>537</b>	--	--	<b>82.4%</b>	<b>17.6%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Sweden	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 241			1 180	61			95.1%	4.9%
1998	1 248			1 183	65			94.8%	5.2%
1999	1 279			1 214	65			94.9%	5.1%
2000	1 173			1 111	62			94.7%	5.3%
2001	1 251			1 186	66			94.8%	5.2%
2002	1 224			1 157	67			94.5%	5.5%
2003	1 178			1 113	65			94.5%	5.5%
2004	1 234			1 167	66			94.6%	5.4%
2005	1 170			1 103	67			94.3%	5.7%
2006	1 315	1 242	0	1 242	73	94.4%	0.0%	94.4%	5.6%
2007	1 244	1 176	0	1 176	69	94.5%	0.0%	94.5%	5.5%
2008	1 272	1 202	0	1 202	71	94.4%	0.0%	94.4%	5.6%
2009	1 133	1 067	1	1 067	65	94.2%	0.1%	94.2%	5.8%
2010	1 221	1 147	3	1 149	72	93.9%	0.2%	94.1%	5.9%
2011	1 125	1 051	6	1 057	68	93.4%	0.5%	94.0%	6.0%
<b>Average</b>	<b>1 221</b>	<b>1 147*</b>	<b>2*</b>	<b>1 154</b>	<b>67</b>	--	--	<b>94.5%</b>	<b>5.5%</b>

\* Moyenne entre 2006-2011

Switzerland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	712			615	98			86.3%	13.7%
1998	811			703	108			86.7%	13.3%
1999	863			749	114			86.8%	13.2%
2000	827			717	110			86.7%	13.3%
2001	816			708	108			86.7%	13.3%
2002	821			714	107			86.9%	13.1%
2003	852			742	110			87.0%	13.0%
2004	722	615	15	630	92	85.2%	2.0%	87.2%	12.8%
2005	1 099	931	29	961	139	84.7%	2.7%	87.4%	12.6%
2006	932	784	32	817	115	84.2%	3.5%	87.6%	12.4%
2007	989	823	46	869	120	83.2%	4.7%	87.9%	12.1%
2008	1 149	948	64	1 012	137	82.5%	5.6%	88.1%	11.9%
2009	966	791	61	851	114	81.9%	6.3%	88.2%	11.8%
2010	1 012	818	76	894	118	80.8%	7.5%	88.4%	11.6%
2011	1 035	827	90	917	118	79.9%	8.7%	88.6%	11.4%
<b>Average</b>	<b>907</b>	<b>817*</b>	<b>52*</b>	<b>793</b>	<b>114</b>	--	--	<b>87.4%</b>	<b>12.6%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

Turkey	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	236			77	160			32.5%	67.5%
1998	286			92	194			32.3%	67.7%
1999	265			83	181			31.5%	68.5%
2000	287			94	192			32.9%	67.1%
2001	290			94	196			32.3%	67.7%
2002	359			86	273			23.9%	76.1%
2003	367			72	295			19.7%	80.3%
2004	403	66	0	66	338	16.3%	0.0%	16.3%	83.7%
2005	464	60	0	60	405	12.8%	0.0%	12.8%	87.2%
2006	497	47	0	47	450	9.5%	0.0%	9.5%	90.5%
2007	516	45	0	45	471	8.7%	0.0%	8.7%	91.3%
2008	484	40	0	40	444	8.3%	0.0%	8.3%	91.7%
2009	521	42	0	42	478	8.1%	0.0%	8.1%	91.9%
2010	610	49	0	49	560	8.1%	0.0%	8.1%	91.9%
2011	633	52	0	52	582	8.2%	0.0%	8.2%	91.8%
<b>Average</b>	<b>415</b>	<b>50*</b>		<b>67</b>	<b>348</b>	--	--	<b>16.1%</b>	<b>83.9%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011



**STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Ukraine	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	167			28	139			17.0%	83.0%
1998	126			22	104			17.2%	82.8%
1999	253			43	210			17.1%	82.9%
2000	179			32	147			17.7%	82.3%
2001	228			41	188			17.8%	82.2%
2002	440			77	364			17.4%	82.6%
2003	647			107	540			16.6%	83.4%
2004	739			113	627			15.2%	84.8%
2005	1 025			155	870			15.1%	84.9%
2006	968			152	817			15.7%	84.3%
2007	1 057			173	884			16.3%	83.7%
2008	1 733			208	1 525			12.0%	88.0%
2009	1 460			198	1 262			13.6%	86.4%
2010	1 485	198	0	198	1 287	13.3%	0.0%	13.3%	86.7%
2011	1 324	157	0	157	1 167	11.8%	0.0%	11.8%	88.2%
<b>Average</b>	<b>789</b>	<b>177*</b>		<b>113</b>	<b>675</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>14.4%</b>	<b>85.6%</b>

\* Moyenne entre 2010-2011

United Kingdom	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 441			385	2 056			15.8%	84.2%
1998	2 588			413	2 175			15.9%	84.1%
1999	2 276			369	1 907			16.2%	83.8%
2000	2 342			390	1 952			16.7%	83.3%
2001	2 215			387	1 828			17.5%	82.5%
2002	2 261			412	1 849			18.2%	81.8%
2003	2 236			429	1 807			19.2%	80.8%
2004	2 458	490	3	493	1 965	19.9%	0.1%	20.1%	79.9%
2005	2 680	542	5	547	2 133	20.2%	0.2%	20.4%	79.6%
2006	3 059	646	10	656	2 403	21.1%	0.3%	21.5%	78.5%
2007	2 824	632	14	645	2 178	22.4%	0.5%	22.9%	77.1%
2008	3 067	712	18	729	2 338	23.2%	0.6%	23.8%	76.2%
2009	3 220	765	24	789	2 431	23.8%	0.7%	24.5%	75.5%
2010	3 134	755	27	782	2 352	24.1%	0.9%	24.9%	75.1%
2011	2 926	711	29	740	2 185	24.3%	1.0%	25.3%	74.7%
<b>Average</b>	<b>2 648</b>	<b>656*</b>	<b>16*</b>	<b>544</b>	<b>2 104</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>20.6%</b>	<b>79.4%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

USA	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	17 795			15 522	2 274			87.2%	12.8%
1998	18 604			16 366	2 237			88.0%	12.0%
1999	19 359			17 085	2 275			88.3%	11.7%
2000	18 746			16 593	2 153			88.5%	11.5%
2001	19 554			17 552	2 002			89.8%	10.2%
2002	19 125			17 325	1 800			90.6%	9.4%
2003	20 193			18 342	1 851			90.8%	9.2%
2004	20 973	19 246	0	19 246	1 726	91.8%	0.0%	91.8%	8.2%
2005	20 998	19 347	32	19 379	1 619	92.1%	0.2%	92.3%	7.7%
2006	20 667	19 121	62	19 183	1 485	92.5%	0.3%	92.8%	7.2%
2007	21 033	19 563	63	19 626	1 408	93.0%	0.3%	93.3%	6.7%
2008	21 652	20 177	98	20 274	1 378	93.2%	0.5%	93.6%	6.4%
2009	21 436	20 003	146	20 149	1 287	93.3%	0.7%	94.0%	6.0%
2010	21 783	20 253	266	20 519	1 264	93.0%	1.2%	94.2%	5.8%
2011	22 043	20 479	358	20 837	1 206	92.9%	1.6%	94.5%	5.5%
<b>Average</b>	<b>20 264</b>	<b>19 774*</b>	<b>128*</b>	<b>18 533</b>	<b>1 731</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>91.5%</b>	<b>8.5%</b>

\* Moyenne entre 2004-2011

**LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS**  
(En milliers de sacs)

Austria	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 087	1 001	0	1 001	3	84	86	92.0%	0.0%	92.0%	0.3%	7.7%	8.0%
1998	1 105	1 015	0	1 015	3	87	90	91.8%	0.0%	91.8%	0.3%	7.9%	8.2%
1999	1 123	1 028	0	1 028	4	92	95	91.5%	0.0%	91.5%	0.3%	8.1%	8.5%
2000	875	799	0	799	3	72	75	91.4%	0.0%	91.4%	0.4%	8.3%	8.6%
2001	1 013	923	0	923	4	85	90	91.1%	0.0%	91.1%	0.4%	8.4%	8.9%
2002	926	843	0	843	4	79	83	91.0%	0.0%	91.0%	0.4%	8.5%	9.0%
2003	720	654	0	654	3	62	65	90.9%	0.0%	90.9%	0.5%	8.6%	9.1%
2004	996	902	0	902	5	88	94	90.6%	0.0%	90.6%	0.5%	8.9%	9.4%
2005	772	697	1	698	4	70	74	90.3%	0.2%	90.4%	0.5%	9.1%	9.6%
2006	612	551	1	552	3	57	60	90.0%	0.2%	90.2%	0.5%	9.3%	9.8%
2007	847	758	2	760	4	82	87	89.5%	0.3%	89.8%	0.5%	9.7%	10.2%
2008	908	805	2	808	5	95	100	88.7%	0.3%	89.0%	0.6%	10.5%	11.0%
2009	886	782	3	785	5	96	101	88.3%	0.4%	88.6%	0.6%	10.8%	11.4%
2010	903	793	3	796	6	101	106	87.9%	0.4%	88.2%	0.6%	11.2%	11.8%
2011	1 117	977	5	982	7	128	135	87.5%	0.4%	87.9%	0.6%	11.5%	12.1%
<b>Average</b>	<b>926</b>	<b>835</b>	<b>1</b>	<b>837</b>	<b>4</b>	<b>85</b>	<b>89</b>	<b>90.2%</b>	<b>0.1%</b>	<b>90.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>9.2%</b>	<b>9.7%</b>

Belgium	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	886	683	28	711	2	174	175	77.0%	3.2%	80.2%	0.2%	19.6%	19.8%
1998	1 309	1 006	44	1 050	2	257	259	76.9%	3.4%	80.2%	0.2%	19.6%	19.8%
1999	834	630	28	659	2	174	176	75.5%	3.4%	78.9%	0.2%	20.9%	21.1%
2000	1 133	840	41	881	2	250	252	74.1%	3.7%	77.8%	0.2%	22.0%	22.2%
2001	884	649	37	686	2	197	199	73.3%	4.2%	77.5%	0.2%	22.3%	22.5%
2002	1 484	1 077	69	1 145	3	336	339	72.5%	4.6%	77.2%	0.2%	22.6%	22.8%
2003	1 579	1 148	78	1 226	4	350	353	72.7%	5.0%	77.6%	0.2%	22.1%	22.4%
2004	1 396	1 020	73	1 093	3	300	303	73.1%	5.2%	78.3%	0.2%	21.5%	21.7%
2005	1 158	847	62	909	2	247	249	73.2%	5.3%	78.5%	0.2%	21.3%	21.5%
2006	1 537	1 132	85	1 218	3	318	320	73.6%	5.5%	79.2%	0.2%	20.7%	20.8%
2007	1 103	817	63	880	2	221	223	74.0%	5.7%	79.8%	0.2%	20.1%	20.2%
2008	650	483	38	521	1	128	129	74.3%	5.9%	80.2%	0.2%	19.7%	19.8%
2009	934	698	57	754	2	178	180	74.8%	6.1%	80.7%	0.2%	19.1%	19.3%
2010	871	651	54	706	2	163	165	74.8%	6.2%	81.1%	0.2%	18.7%	18.9%
2011	934	703	63	766	3	166	169	75.2%	6.7%	82.0%	0.3%	17.8%	18.0%
<b>Average</b>	<b>1 113</b>	<b>826</b>	<b>55</b>	<b>880</b>	<b>2</b>	<b>231</b>	<b>233</b>	<b>74.2%</b>	<b>4.9%</b>	<b>79.1%</b>	<b>0.2%</b>	<b>20.7%</b>	<b>20.9%</b>



## LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Denmark	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	808	658	17	675	0	134	134	81.4%	2.1%	83.5%	0.0%	16.5%	16.5%
1998	854	688	21	710	0	144	144	80.6%	2.5%	83.1%	0.0%	16.9%	16.9%
1999	869	686	25	711	0	158	158	79.0%	2.9%	81.8%	0.0%	18.1%	18.2%
2000	791	617	22	639	0	152	152	78.0%	2.8%	80.8%	0.0%	19.2%	19.2%
2001	868	681	28	709	0	159	159	78.4%	3.3%	81.7%	0.0%	18.3%	18.3%
2002	805	619	33	652	0	152	153	77.0%	4.1%	81.0%	0.0%	18.9%	19.0%
2003	724	548	32	580	0	144	144	75.7%	4.4%	80.1%	0.0%	19.8%	19.9%
2004	849	634	39	673	0	176	176	74.6%	4.6%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
2005	795	584	38	622	0	172	173	73.5%	4.8%	78.3%	0.0%	21.7%	21.7%
2006	822	598	40	638	1	184	184	72.7%	4.9%	77.6%	0.1%	22.3%	22.4%
2007	794	575	39	614	1	180	181	72.4%	4.9%	77.2%	0.1%	22.7%	22.8%
2008	688	497	35	532	1	155	156	72.1%	5.1%	77.3%	0.1%	22.6%	22.7%
2009	679	493	35	528	1	150	150	72.6%	5.2%	77.8%	0.1%	22.1%	22.2%
2010	847	616	46	662	1	184	185	72.8%	5.4%	78.1%	0.1%	21.8%	21.9%
2011	790	576	42	618	1	171	172	72.9%	5.3%	78.3%	0.1%	21.6%	21.7%
<b>Average</b>	<b>799</b>	<b>605</b>	<b>33</b>	<b>638</b>	<b>0</b>	<b>161</b>	<b>161</b>	<b>75.7%</b>	<b>4.1%</b>	<b>79.8%</b>	<b>0.0%</b>	<b>20.1%</b>	<b>20.2%</b>

Finland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	939	840	0	840	1	99	99	89.4%	0.0%	89.4%	0.1%	10.5%	10.6%
1998	1 001	884	0	884	1	117	118	88.3%	0.0%	88.3%	0.1%	11.7%	11.7%
1999	979	866	0	866	1	112	113	88.5%	0.0%	88.5%	0.1%	11.4%	11.5%
2000	967	852	0	852	1	114	115	88.1%	0.0%	88.1%	0.1%	11.8%	11.9%
2001	947	833	0	833	1	114	115	87.9%	0.0%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
2002	970	865	1	866	1	103	104	89.2%	0.1%	89.3%	0.1%	10.6%	10.7%
2003	966	854	1	854	1	111	111	88.4%	0.1%	88.5%	0.1%	11.4%	11.5%
2004	1 034	911	2	912	1	121	122	88.0%	0.2%	88.2%	0.1%	11.7%	11.8%
2005	1 102	968	2	969	1	132	133	87.8%	0.2%	88.0%	0.1%	11.9%	12.0%
2006	1 047	917	2	919	1	127	128	87.6%	0.2%	87.7%	0.1%	12.1%	12.3%
2007	1 057	922	2	924	1	132	133	87.3%	0.2%	87.4%	0.1%	12.4%	12.6%
2008	1 115	973	2	975	1	139	140	87.3%	0.2%	87.4%	0.1%	12.5%	12.6%
2009	1 058	926	2	928	1	129	131	87.5%	0.2%	87.6%	0.1%	12.2%	12.4%
2010	1 080	948	2	950	1	129	131	87.7%	0.2%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
2011	1 093	959	2	961	1	131	132	87.7%	0.2%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
<b>Average</b>	<b>1 024</b>	<b>901</b>	<b>1</b>	<b>902</b>	<b>1</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>88.0%</b>	<b>0.1%</b>	<b>88.1%</b>	<b>0.1%</b>	<b>11.8%</b>	<b>11.9%</b>

## LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

France	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	5 487	4 315	9	4 323	5	1 159	1 164	78.6%	0.2%	78.8%	0.1%	21.1%	21.2%
1998	5 351	4 212	8	4 220	5	1 126	1 131	78.7%	0.2%	78.9%	0.1%	21.0%	21.1%
1999	5 578	4 394	9	4 403	6	1 169	1 175	78.8%	0.2%	78.9%	0.1%	21.0%	21.1%
2000	5 402	4 266	9	4 275	7	1 121	1 128	79.0%	0.2%	79.1%	0.1%	20.7%	20.9%
2001	5 253	4 146	8	4 155	7	1 091	1 098	78.9%	0.2%	79.1%	0.1%	20.8%	20.9%
2002	5 526	4 357	9	4 366	9	1 152	1 160	78.9%	0.2%	79.0%	0.2%	20.8%	21.0%
2003	5 394	4 252	13	4 265	16	1 113	1 129	78.8%	0.2%	79.1%	0.3%	20.6%	20.9%
2004	4 929	3 881	19	3 897	14	1 018	1 032	78.7%	0.4%	79.1%	0.3%	20.7%	20.9%
2005	4 787	3 757	23	3 779	17	991	1 008	78.5%	0.5%	78.9%	0.4%	20.7%	21.1%
2006	5 278	4 137	42	4 179	22	1 078	1 099	78.4%	0.8%	79.2%	0.4%	20.4%	20.8%
2007	5 628	4 404	49	4 453	39	1 136	1 175	78.3%	0.9%	79.1%	0.7%	20.2%	20.9%
2008	5 152	4 048	45	4 093	46	1 013	1 058	78.6%	0.9%	79.5%	0.9%	19.7%	20.5%
2009	5 677	4 481	59	4 541	53	1 083	1 136	78.9%	1.0%	80.0%	0.9%	19.1%	20.0%
2010	5 713	4 521	69	4 589	57	1 066	1 124	79.1%	1.2%	80.3%	1.0%	18.7%	19.7%
2011	5 960	4 737	77	4 814	64	1 082	1 147	79.5%	1.3%	80.8%	1.1%	18.2%	19.2%
<b>Average</b>	<b>5 408</b>	<b>4 260</b>	<b>30</b>	<b>4 290</b>	<b>24</b>	<b>1 093</b>	<b>1 118</b>	<b>78.8%</b>	<b>0.6%</b>	<b>79.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>20.2%</b>	<b>20.7%</b>

Germany	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	9 670	7 915	40	7 955	17	1 698	1 715	81.9%	0.4%	82.3%	0.2%	17.6%	17.7%
1998	9 976	8 187	49	8 228	26	1 722	1 748	82.1%	0.5%	82.5%	0.3%	17.3%	17.5%
1999	9 748	8 020	48	8 068	32	1 648	1 680	82.3%	0.5%	82.8%	0.3%	16.9%	17.2%
2000	8 770	7 248	44	7 292	34	1 444	1 478	82.6%	0.5%	83.1%	0.4%	16.5%	16.9%
2001	9 059	7 521	53	7 574	40	1 445	1 486	83.0%	0.6%	83.6%	0.4%	16.0%	16.4%
2002	8 498	7 104	43	7 155	40	1 303	1 343	83.6%	0.5%	84.2%	0.5%	15.3%	15.8%
2003	9 499	7 995	48	8 044	45	1 410	1 455	84.2%	0.5%	84.7%	0.5%	14.8%	15.3%
2004	10 445	8 811	53	8 864	51	1 530	1 580	84.4%	0.5%	84.9%	0.5%	14.6%	15.1%
2005	8 665	7 305	44	7 349	42	1 273	1 315	84.3%	0.5%	84.8%	0.5%	14.7%	15.2%
2006	9 151	7 746	47	7 793	53	1 305	1 358	84.6%	0.5%	85.2%	0.6%	14.3%	14.8%
2007	8 627	7 274	103	7 377	52	1 197	1 250	84.3%	1.2%	85.5%	0.6%	13.9%	14.5%
2008	9 535	8 016	147	8 163	59	1 312	1 371	84.1%	1.5%	85.6%	0.6%	13.8%	14.4%
2009	8 897	7 448	183	7 631	54	1 211	1 266	83.7%	2.1%	85.8%	0.6%	13.6%	14.2%
2010	9 292	7 721	198	7 919	60	1 312	1 373	83.1%	2.1%	85.2%	0.6%	14.1%	14.8%
2011	9 460	7 758	248	8 006	70	1 384	1 454	82.0%	2.6%	84.6%	0.7%	14.6%	15.4%
<b>Average</b>	<b>9 286</b>	<b>7 738</b>	<b>90</b>	<b>7 828</b>	<b>45</b>	<b>1 413</b>	<b>1 458</b>	<b>83.3%</b>	<b>1.0%</b>	<b>84.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>15.2%</b>	<b>15.7%</b>

## LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Greece	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	739	425	0	425	1	313	314	57.6%	0.0%	57.6%	0.1%	42.4%	42.4%
1998	668	387	0	387	1	280	281	57.9%	0.0%	57.9%	0.1%	42.0%	42.1%
1999	641	372	0	372	1	267	269	58.1%	0.0%	58.1%	0.2%	41.7%	41.9%
2000	687	402	0	402	2	284	286	58.5%	0.0%	58.5%	0.3%	41.2%	41.5%
2001	548	320	0	320	2	226	228	58.4%	0.0%	58.4%	0.4%	41.2%	41.6%
2002	827	484	0	484	5	338	343	58.5%	0.0%	58.5%	0.6%	40.8%	41.5%
2003	929	601	0	601	7	320	328	64.7%	0.0%	64.7%	0.8%	34.5%	35.3%
2004	871	556	0	556	12	303	315	63.9%	0.0%	63.9%	1.4%	34.7%	36.1%
2005	870	553	0	553	17	300	318	63.5%	0.0%	63.5%	2.0%	34.5%	36.5%
2006	857	545	0	545	22	289	311	63.7%	0.0%	63.7%	2.6%	33.8%	36.3%
2007	1 015	647	0	647	29	339	368	63.7%	0.0%	63.7%	2.9%	33.4%	36.3%
2008	978	624	0	624	30	324	354	63.8%	0.0%	63.8%	3.1%	33.1%	36.2%
2009	974	627	0	627	32	314	347	64.4%	0.0%	64.4%	3.3%	32.3%	35.6%
2010	994	653	0	653	31	310	340	65.7%	0.0%	65.7%	3.1%	31.2%	34.3%
2011	1 023	700	0	700	28	294	322	68.5%	0.0%	68.5%	2.7%	28.8%	31.5%
<b>Average</b>	<b>841</b>	<b>526</b>	<b>0</b>	<b>526</b>	<b>15</b>	<b>300</b>	<b>315</b>	<b>62.6%</b>	<b>0.0%</b>	<b>62.6%</b>	<b>1.7%</b>	<b>35.7%</b>	<b>37.4%</b>

Italy	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	4 913	3 373	51	3 424	0	1 489	1 489	68.7%	1.0%	69.7%	0.0%	30.3%	30.3%
1998	4 936	3 436	28	3 464	0	1 472	1 472	69.6%	0.6%	70.2%	0.0%	29.8%	29.8%
1999	4 919	3 447	28	3 475	0	1 444	1 444	70.1%	0.6%	70.6%	0.0%	29.4%	29.4%
2000	5 149	3 623	29	3 652	0	1 497	1 497	70.4%	0.6%	70.9%	0.0%	29.1%	29.1%
2001	5 243	3 716	30	3 746	1	1 495	1 497	70.9%	0.6%	71.4%	0.0%	28.5%	28.6%
2002	5 182	3 688	33	3 721	1	1 460	1 461	71.2%	0.6%	71.8%	0.0%	28.2%	28.2%
2003	5 507	3 909	36	3 945	3	1 559	1 562	71.0%	0.6%	71.6%	0.1%	28.3%	28.4%
2004	5 469	3 937	36	3 972	9	1 488	1 497	72.0%	0.7%	72.6%	0.2%	27.2%	27.4%
2005	5 552	4 033	41	4 074	18	1 460	1 478	72.6%	0.7%	73.4%	0.3%	26.3%	26.6%
2006	5 593	4 085	41	4 127	19	1 447	1 466	73.0%	0.7%	73.8%	0.3%	25.9%	26.2%
2007	5 821	4 283	48	4 331	27	1 463	1 490	73.6%	0.8%	74.4%	0.5%	25.1%	25.6%
2008	5 892	4 377	49	4 425	29	1 436	1 467	74.3%	0.8%	75.1%	0.5%	24.4%	24.9%
2009	5 806	4 351	48	4 399	31	1 376	1 407	74.9%	0.8%	75.8%	0.5%	23.7%	24.2%
2010	5 781	4 364	49	4 413	34	1 336	1 368	75.5%	0.8%	76.3%	0.6%	23.1%	23.7%
2011	5 689	4 302	57	4 358	36	1 295	1 331	75.6%	1.0%	76.6%	0.6%	22.8%	23.4%
<b>Average</b>	<b>5 430</b>	<b>3 928</b>	<b>40</b>	<b>3 968</b>	<b>14</b>	<b>1 448</b>	<b>1 462</b>	<b>72.3%</b>	<b>0.7%</b>	<b>73.1%</b>	<b>0.3%</b>	<b>26.7%</b>	<b>26.9%</b>

**LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Japan	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>5 968</b>	3 673	226	3 899	352	1 717	2 069	61.5%	3.8%	65.3%	5.9%	28.8%	34.7%
1998	<b>6 052</b>	3 762	236	3 998	370	1 684	2 054	62.2%	3.9%	66.1%	6.1%	27.8%	33.9%
1999	<b>6 273</b>	3 947	252	4 198	373	1 701	2 074	62.9%	4.0%	66.9%	6.0%	27.1%	33.1%
2000	<b>6 626</b>	4 160	266	4 425	418	1 782	2 201	62.8%	4.0%	66.8%	6.3%	26.9%	33.2%
2001	<b>6 936</b>	4 373	274	4 647	435	1 854	2 288	63.1%	4.0%	67.0%	6.3%	26.7%	33.0%
2002	<b>6 875</b>	4 321	261	4 582	459	1 834	2 293	62.9%	3.8%	66.6%	6.7%	26.7%	33.4%
2003	<b>6 770</b>	4 214	264	4 478	458	1 833	2 292	62.2%	3.9%	66.1%	6.8%	27.1%	33.9%
2004	<b>7 117</b>	4 412	267	4 679	488	1 950	2 438	62.0%	3.7%	65.7%	6.9%	27.4%	34.3%
2005	<b>7 128</b>	4 370	254	4 624	526	1 978	2 503	61.3%	3.6%	64.9%	7.4%	27.7%	35.1%
2006	<b>7 268</b>	4 379	245	4 624	555	2 089	2 645	60.2%	3.4%	63.6%	7.6%	28.7%	36.4%
2007	<b>7 282</b>	4 283	240	4 523	607	2 152	2 759	58.8%	3.3%	62.1%	8.3%	29.6%	37.9%
2008	<b>7 065</b>	4 204	235	4 439	586	2 040	2 626	59.5%	3.3%	62.8%	8.3%	28.9%	37.2%
2009	<b>7 130</b>	4 285	240	4 525	594	2 012	2 606	60.1%	3.4%	63.5%	8.3%	28.2%	36.5%
2010	<b>7 192</b>	4 291	235	4 527	613	2 053	2 666	59.7%	3.3%	62.9%	8.5%	28.5%	37.1%
2011	<b>7 015</b>	4 185	225	4 410	594	2 011	2 605	59.7%	3.2%	62.9%	8.5%	28.7%	37.1%
<b>Average</b>	<b>6 846</b>	<b>4 191</b>	<b>248</b>	<b>4 439</b>	<b>495</b>	<b>1 913</b>	<b>2 408</b>	<b>61.2%</b>	<b>3.6%</b>	<b>64.8%</b>	<b>7.2%</b>	<b>27.9%</b>	<b>35.2%</b>

Netherlands	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>2 367</b>	1 606	72	1 678	4	684	689	67.9%	3.0%	70.9%	0.2%	28.9%	29.1%
1998	<b>1 961</b>	1 335	63	1 398	3	559	563	68.1%	3.2%	71.3%	0.2%	28.5%	28.7%
1999	<b>1 471</b>	993	49	1 042	3	426	429	67.5%	3.3%	70.8%	0.2%	29.0%	29.2%
2000	<b>1 860</b>	1 245	64	1 309	5	546	551	66.9%	3.4%	70.4%	0.3%	29.4%	29.6%
2001	<b>1 677</b>	1 145	64	1 209	5	463	468	68.3%	3.8%	72.1%	0.3%	27.6%	27.9%
2002	<b>1 574</b>	1 054	63	1 117	6	452	457	67.0%	4.0%	70.9%	0.4%	28.7%	29.1%
2003	<b>1 743</b>	1 177	74	1 251	7	484	491	67.6%	4.2%	71.8%	0.4%	27.8%	28.2%
2004	<b>1 978</b>	1 389	90	1 479	9	490	499	70.2%	4.6%	74.8%	0.5%	24.8%	25.2%
2005	<b>1 927</b>	1 378	86	1 465	11	451	462	71.5%	4.5%	76.0%	0.6%	23.4%	24.0%
2006	<b>2 129</b>	1 535	89	1 624	14	490	504	72.1%	4.2%	76.3%	0.7%	23.0%	23.7%
2007	<b>2 292</b>	1 665	104	1 769	19	504	523	72.6%	4.6%	77.2%	0.8%	22.0%	22.8%
2008	<b>1 324</b>	967	64	1 031	14	278	292	73.1%	4.8%	77.9%	1.1%	21.0%	22.1%
2009	<b>898</b>	659	46	704	10	184	193	73.4%	5.1%	78.5%	1.1%	20.5%	21.5%
2010	<b>1 347</b>	988	70	1 059	15	273	288	73.4%	5.2%	78.6%	1.1%	20.3%	21.4%
2011	<b>1 024</b>	752	53	805	12	208	220	73.5%	5.2%	78.6%	1.1%	20.3%	21.4%
<b>Average</b>	<b>1 705</b>	<b>1 193</b>	<b>70</b>	<b>1 263</b>	<b>9</b>	<b>433</b>	<b>442</b>	<b>70.0%</b>	<b>4.1%</b>	<b>74.1%</b>	<b>0.5%</b>	<b>25.4%</b>	<b>25.9%</b>

## LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Norway	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	675	534	0	534	0	141	141	79.1%	0.0%	79.1%	0.0%	20.8%	20.9%
1998	702	556	0	556	0	146	146	79.2%	0.0%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
1999	785	622	0	622	0	163	163	79.2%	0.0%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
2000	657	521	0	521	0	136	136	79.2%	0.0%	79.2%	0.1%	20.7%	20.8%
2001	710	564	0	564	0	146	146	79.4%	0.0%	79.4%	0.1%	20.5%	20.6%
2002	692	549	0	549	0	143	143	79.3%	0.0%	79.3%	0.1%	20.6%	20.7%
2003	683	528	0	528	1	154	155	77.4%	0.0%	77.4%	0.1%	22.6%	22.6%
2004	709	548	0	548	1	160	161	77.3%	0.0%	77.3%	0.1%	22.6%	22.7%
2005	743	574	0	574	1	169	170	77.2%	0.0%	77.2%	0.1%	22.7%	22.8%
2006	721	555	0	555	1	166	166	76.9%	0.0%	76.9%	0.1%	23.0%	23.1%
2007	771	592	0	592	1	179	180	76.7%	0.0%	76.7%	0.1%	23.2%	23.3%
2008	715	546	0	546	1	167	168	76.5%	0.0%	76.5%	0.1%	23.4%	23.5%
2009	715	545	0	545	1	169	170	76.2%	0.0%	76.2%	0.2%	23.6%	23.8%
2010	746	566	0	566	1	179	180	75.9%	0.0%	75.9%	0.2%	23.9%	24.1%
2011	785	593	0	593	2	190	192	75.6%	0.0%	75.6%	0.2%	24.2%	24.4%
<b>Average</b>	<b>721</b>	<b>560</b>	<b>0</b>	<b>560</b>	<b>1</b>	<b>160</b>	<b>161</b>	<b>77.6%</b>	<b>0.0%</b>	<b>77.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>22.3%</b>	<b>22.4%</b>

Poland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 966	1 884	0	1 884	0	82	82	95.8%	0.0%	95.8%	0.0%	4.2%	4.2%
1998	1 965	1 877	0	1 877	0	87	87	95.6%	0.0%	95.6%	0.0%	4.4%	4.4%
1999	1 985	1 892	0	1 892	0	94	94	95.3%	0.0%	95.3%	0.0%	4.7%	4.7%
2000	2 046	1 942	4	1 946	0	99	100	94.9%	0.2%	95.1%	0.0%	4.9%	4.9%
2001	2 222	2 098	8	2 107	0	115	116	94.4%	0.4%	94.8%	0.0%	5.2%	5.2%
2002	2 201	2 077	10	2 087	0	113	114	94.4%	0.5%	94.8%	0.0%	5.1%	5.2%
2003	2 242	2 103	19	2 122	1	119	120	93.8%	0.9%	94.6%	0.0%	5.3%	5.4%
2004	2 281	2 128	24	2 152	1	128	129	93.3%	1.0%	94.3%	0.0%	5.6%	5.7%
2005	2 267	2 103	32	2 136	1	131	132	92.8%	1.4%	94.2%	0.0%	5.8%	5.8%
2006	1 993	1 830	45	1 875	1	117	118	91.8%	2.3%	94.1%	0.0%	5.9%	5.9%
2007	1 554	1 423	37	1 461	1	93	94	91.5%	2.3%	94.0%	0.1%	6.0%	6.0%
2008	1 681	1 536	43	1 578	1	102	103	91.3%	2.5%	93.9%	0.1%	6.1%	6.1%
2009	2 001	1 821	53	1 875	1	124	126	91.0%	2.6%	93.7%	0.1%	6.2%	6.3%
2010	2 156	1 953	60	2 013	2	141	142	90.6%	2.8%	93.4%	0.1%	6.5%	6.6%
2011	2 042	1 836	61	1 897	2	143	145	89.9%	3.0%	92.9%	0.1%	7.0%	7.1%
<b>Average</b>	<b>2 040</b>	<b>1 900</b>	<b>26</b>	<b>1 927</b>	<b>1</b>	<b>113</b>	<b>113</b>	<b>93.1%</b>	<b>1.3%</b>	<b>94.4%</b>	<b>0.0%</b>	<b>5.5%</b>	<b>5.6%</b>



**LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Portugal	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	603	213	0	213	5	385	390	35.3%	0.0%	35.3%	0.8%	63.8%	64.7%
1998	696	253	1	253	7	436	443	36.3%	0.1%	36.4%	1.0%	62.6%	63.6%
1999	737	271	1	271	7	458	465	36.8%	0.1%	36.8%	1.0%	62.2%	63.2%
2000	646	241	0	242	7	397	404	37.3%	0.1%	37.4%	1.1%	61.4%	62.6%
2001	745	281	1	281	12	452	464	37.7%	0.1%	37.7%	1.6%	60.6%	62.3%
2002	720	274	1	275	17	427	445	38.1%	0.1%	38.2%	2.4%	59.4%	61.8%
2003	657	254	1	254	19	384	403	38.6%	0.1%	38.7%	2.8%	58.5%	61.3%
2004	685	269	2	271	21	394	415	39.3%	0.2%	39.5%	3.0%	57.5%	60.5%
2005	656	259	2	261	21	373	394	39.5%	0.4%	39.9%	3.2%	56.9%	60.1%
2006	671	266	3	270	23	379	402	39.7%	0.5%	40.2%	3.4%	56.5%	59.8%
2007	684	269	4	273	24	386	410	39.3%	0.6%	40.0%	3.5%	56.5%	60.0%
2008	654	263	3	266	23	365	388	40.2%	0.5%	40.7%	3.6%	55.8%	59.3%
2009	709	293	3	296	25	388	413	41.3%	0.5%	41.8%	3.6%	54.7%	58.2%
2010	750	324	4	328	29	394	423	43.1%	0.6%	43.7%	3.8%	52.5%	56.3%
2011	834	386	5	391	31	412	442	46.3%	0.7%	46.9%	3.7%	49.4%	53.1%
<b>Average</b>	<b>697</b>	<b>274</b>	<b>2</b>	<b>276</b>	<b>18</b>	<b>402</b>	<b>420</b>	<b>39.4%</b>	<b>0.3%</b>	<b>39.7%</b>	<b>2.6%</b>	<b>57.7%</b>	<b>60.3%</b>

Russia	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 857	1 749	0	1 749	1	108	109	94.1%	0.0%	94.1%	0.1%	5.8%	5.9%
1998	1 647	1 539	0	1 539	1	107	109	93.4%	0.0%	93.4%	0.1%	6.5%	6.6%
1999	1 352	1 257	0	1 257	0	94	94	93.0%	0.0%	93.0%	0.0%	7.0%	7.0%
2000	1 863	1 711	0	1 711	0	152	152	91.8%	0.0%	91.8%	0.0%	8.1%	8.2%
2001	2 983	2 718	0	2 718	1	265	265	91.1%	0.0%	91.1%	0.0%	8.9%	8.9%
2002	3 446	3 118	0	3 118	1	327	328	90.5%	0.0%	90.5%	0.0%	9.5%	9.5%
2003	3 582	3 213	0	3 213	2	367	369	89.7%	0.0%	89.7%	0.1%	10.2%	10.3%
2004	3 086	2 759	0	2 759	2	325	328	89.4%	0.0%	89.4%	0.1%	10.5%	10.6%
2005	3 212	2 877	0	2 877	3	333	335	89.6%	0.0%	89.6%	0.1%	10.4%	10.4%
2006	3 263	2 876	23	2 899	3	360	364	88.1%	0.7%	88.9%	0.1%	11.0%	11.1%
2007	4 055	3 548	36	3 584	5	466	471	87.5%	0.9%	88.4%	0.1%	11.5%	11.6%
2008	3 716	3 241	36	3 277	6	432	438	87.2%	1.0%	88.2%	0.2%	11.6%	11.8%
2009	3 131	2 740	33	2 773	5	353	358	87.5%	1.1%	88.6%	0.2%	11.3%	11.4%
2010	3 661	3 206	36	3 242	8	412	419	87.6%	1.0%	88.5%	0.2%	11.2%	11.5%
2011	3 695	3 225	39	3 264	9	422	430	87.3%	1.1%	88.4%	0.2%	11.4%	11.6%
<b>Average</b>	<b>2 970</b>	<b>2 652</b>	<b>14</b>	<b>2 665</b>	<b>3</b>	<b>301</b>	<b>305</b>	<b>89.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>89.7%</b>	<b>0.1%</b>	<b>10.1%</b>	<b>10.3%</b>

## LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Spain	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 977	1 688	2	1 690	23	1 264	1 287	56.7%	0.1%	56.8%	0.8%	42.5%	43.2%
1998	2 996	1 696	2	1 698	29	1 270	1 299	56.6%	0.1%	56.7%	1.0%	42.4%	43.3%
1999	3 324	1 870	2	1 872	36	1 414	1 452	56.3%	0.1%	56.3%	1.1%	42.5%	43.7%
2000	2 991	1 678	2	1 680	39	1 272	1 312	56.1%	0.1%	56.1%	1.3%	42.5%	43.9%
2001	2 795	1 592	2	1 593	43	1 159	1 202	56.9%	0.1%	57.0%	1.5%	41.5%	43.0%
2002	2 833	1 630	2	1 632	50	1 151	1 201	57.5%	0.1%	57.6%	1.8%	40.6%	42.4%
2003	2 740	1 513	2	1 515	53	1 173	1 226	55.2%	0.1%	55.3%	1.9%	42.8%	44.7%
2004	2 705	1 473	1	1 475	58	1 173	1 231	54.5%	0.1%	54.5%	2.1%	43.4%	45.5%
2005	3 007	1 646	2	1 647	67	1 293	1 360	54.7%	0.1%	54.8%	2.2%	43.0%	45.2%
2006	3 017	1 654	2	1 655	69	1 292	1 361	54.8%	0.1%	54.9%	2.3%	42.8%	45.1%
2007	3 198	1 756	2	1 757	79	1 361	1 441	54.9%	0.1%	55.0%	2.5%	42.6%	45.0%
2008	3 485	1 867	2	1 869	94	1 523	1 616	53.6%	0.1%	53.6%	2.7%	43.7%	46.4%
2009	3 352	1 809	2	1 813	92	1 447	1 539	54.0%	0.1%	54.1%	2.8%	43.2%	45.9%
2010	3 232	1 795	4	1 799	89	1 344	1 433	55.5%	0.1%	55.7%	2.7%	41.6%	44.3%
2011	3 149	1 782	2	1 784	86	1 279	1 365	56.6%	0.1%	56.6%	2.7%	40.6%	43.4%
<b>Average</b>	<b>3 054</b>	<b>1 697</b>	<b>2</b>	<b>1 698</b>	<b>61</b>	<b>1 294</b>	<b>1 355</b>	<b>55.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>55.6%</b>	<b>2.0%</b>	<b>42.4%</b>	<b>44.4%</b>

Sweden	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 241	1 035	17	1 051	0	189	189	83.4%	1.4%	84.7%	0.0%	15.2%	15.3%
1998	1 248	1 030	18	1 048	0	200	200	82.5%	1.4%	84.0%	0.0%	16.0%	16.0%
1999	1 279	1 050	17	1 067	0	211	212	82.1%	1.3%	83.4%	0.0%	16.5%	16.6%
2000	1 173	953	15	968	0	204	205	81.2%	1.3%	82.6%	0.0%	17.4%	17.4%
2001	1 251	1 012	18	1 030	1	221	222	80.9%	1.4%	82.3%	0.1%	17.6%	17.7%
2002	1 224	975	18	993	1	230	231	79.7%	1.5%	81.1%	0.1%	18.8%	18.9%
2003	1 178	945	17	962	1	215	216	80.2%	1.5%	81.7%	0.1%	18.2%	18.3%
2004	1 234	999	18	1 018	2	214	216	81.0%	1.5%	82.5%	0.1%	17.4%	17.5%
2005	1 170	936	18	955	2	213	215	80.0%	1.6%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2006	1 315	1 052	20	1 073	3	240	242	80.0%	1.6%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2007	1 244	989	20	1 009	3	233	236	79.4%	1.6%	81.1%	0.2%	18.7%	18.9%
2008	1 272	1 005	22	1 026	3	243	246	79.0%	1.7%	80.7%	0.3%	19.1%	19.3%
2009	1 133	894	18	912	4	217	221	78.9%	1.6%	80.5%	0.3%	19.2%	19.5%
2010	1 221	960	22	981	5	235	240	78.6%	1.8%	80.3%	0.4%	19.3%	19.7%
2011	1 125	880	20	900	6	220	225	78.2%	1.8%	80.0%	0.5%	19.5%	20.0%
<b>Average</b>	<b>1 221</b>	<b>981</b>	<b>19</b>	<b>1 000</b>	<b>2</b>	<b>219</b>	<b>221</b>	<b>80.4%</b>	<b>1.5%</b>	<b>81.9%</b>	<b>0.2%</b>	<b>17.9%</b>	<b>18.1%</b>

**LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

Switzerland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>712</b>	567	5	571	0	141	141	79.6%	0.6%	80.2%	0.0%	19.8%	19.8%
1998	<b>811</b>	651	6	656	0	154	154	80.3%	0.7%	81.0%	0.0%	19.0%	19.0%
1999	<b>863</b>	694	6	700	0	162	162	80.4%	0.7%	81.2%	0.0%	18.8%	18.8%
2000	<b>827</b>	668	6	673	0	154	154	80.7%	0.7%	81.4%	0.0%	18.6%	18.6%
2001	<b>816</b>	660	6	666	1	148	150	80.9%	0.7%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2002	<b>821</b>	669	6	675	5	141	147	81.5%	0.7%	82.2%	0.6%	17.2%	17.8%
2003	<b>852</b>	696	6	703	6	144	150	81.7%	0.7%	82.4%	0.7%	16.9%	17.6%
2004	<b>722</b>	589	7	596	6	120	126	81.6%	1.0%	82.6%	0.8%	16.6%	17.4%
2005	<b>1 099</b>	896	13	908	12	179	191	81.5%	1.2%	82.6%	1.1%	16.3%	17.4%
2006	<b>932</b>	761	11	772	13	147	160	81.7%	1.2%	82.8%	1.4%	15.8%	17.2%
2007	<b>989</b>	806	12	818	17	154	171	81.5%	1.2%	82.7%	1.7%	15.5%	17.3%
2008	<b>1 149</b>	933	15	949	24	176	201	81.2%	1.3%	82.5%	2.1%	15.4%	17.5%
2009	<b>966</b>	782	14	795	23	148	170	80.9%	1.4%	82.3%	2.3%	15.3%	17.7%
2010	<b>1 012</b>	817	15	832	25	156	180	80.7%	1.5%	82.2%	2.4%	15.4%	17.8%
2011	<b>1 035</b>	834	17	850	26	159	185	80.6%	1.6%	82.2%	2.5%	15.3%	17.8%
<b>Average</b>	<b>907</b>	<b>735</b>	<b>10</b>	<b>744</b>	<b>10</b>	<b>152</b>	<b>163</b>	<b>81.0%</b>	<b>1.1%</b>	<b>82.1%</b>	<b>1.2%</b>	<b>16.8%</b>	<b>17.9%</b>

Turkey	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>236</b>	150	0	150	0	86	86	63.6%	0.0%	63.6%	0.2%	36.2%	36.4%
1998	<b>286</b>	183	0	183	1	103	103	63.8%	0.0%	63.8%	0.2%	36.0%	36.2%
1999	<b>265</b>	170	0	170	1	95	95	64.1%	0.0%	64.1%	0.2%	35.7%	35.9%
2000	<b>287</b>	178	0	178	1	108	109	62.0%	0.0%	62.0%	0.2%	37.7%	38.0%
2001	<b>290</b>	179	0	179	1	111	111	61.6%	0.0%	61.6%	0.3%	38.1%	38.4%
2002	<b>359</b>	248	0	248	1	110	111	69.0%	0.0%	69.0%	0.2%	30.7%	31.0%
2003	<b>367</b>	264	0	264	1	102	103	71.8%	0.0%	71.8%	0.2%	27.9%	28.2%
2004	<b>403</b>	297	0	297	1	105	106	73.6%	0.0%	73.6%	0.2%	26.1%	26.4%
2005	<b>464</b>	338	0	338	1	125	126	72.9%	0.0%	72.9%	0.3%	26.9%	27.1%
2006	<b>497</b>	355	0	355	2	140	142	71.5%	0.0%	71.5%	0.3%	28.1%	28.5%
2007	<b>516</b>	345	0	345	3	168	171	66.8%	0.0%	66.8%	0.5%	32.6%	33.2%
2008	<b>484</b>	318	0	318	3	163	166	65.6%	0.0%	65.6%	0.7%	33.6%	34.4%
2009	<b>521</b>	340	0	340	4	177	181	65.3%	0.0%	65.3%	0.8%	33.9%	34.7%
2010	<b>610</b>	398	0	398	6	206	212	65.2%	0.0%	65.2%	0.9%	33.8%	34.8%
2011	<b>633</b>	415	0	415	7	212	219	65.5%	0.0%	65.5%	1.0%	33.5%	34.5%
<b>Average</b>	<b>415</b>	<b>278</b>	<b>0</b>	<b>278</b>	<b>2</b>	<b>134</b>	<b>136</b>	<b>67.2%</b>	<b>0.0%</b>	<b>67.2%</b>	<b>0.5%</b>	<b>32.3%</b>	<b>32.8%</b>

## LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)

(En milliers de sacs)

Ukraine	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	167	162	0	162	0	5	5	96.7%	0.0%	96.7%	0.0%	3.3%	3.3%
1998	126	122	0	122	0	4	4	96.7%	0.0%	96.7%	0.0%	3.3%	3.3%
1999	253	246	0	246	0	6	6	97.5%	0.0%	97.5%	0.0%	2.5%	2.5%
2000	179	174	0	174	0	5	5	97.5%	0.0%	97.5%	0.0%	2.5%	2.5%
2001	228	222	0	222	0	6	6	97.3%	0.0%	97.3%	0.0%	2.7%	2.7%
2002	440	428	0	428	0	12	12	97.2%	0.0%	97.2%	0.0%	2.8%	2.8%
2003	647	630	0	630	0	17	17	97.3%	0.0%	97.3%	0.0%	2.7%	2.7%
2004	739	722	0	722	0	18	18	97.6%	0.0%	97.6%	0.0%	2.4%	2.4%
2005	1 025	1 001	0	1 001	0	23	23	97.7%	0.0%	97.7%	0.0%	2.3%	2.3%
2006	968	942	1	943	0	25	25	97.3%	0.1%	97.4%	0.0%	2.6%	2.6%
2007	1 057	1 025	0	1 026	0	31	31	97.0%	0.0%	97.1%	0.0%	2.9%	2.9%
2008	1 733	1 696	0	1 696	1	36	37	97.9%	0.0%	97.9%	0.0%	2.1%	2.1%
2009	1 460	1 432	0	1 432	1	28	28	98.1%	0.0%	98.1%	0.0%	1.9%	1.9%
2010	1 485	1 457	0	1 457	1	28	29	98.1%	0.0%	98.1%	0.0%	1.9%	1.9%
2011	1 324	1 300	0	1 300	1	23	24	98.2%	0.0%	98.2%	0.0%	1.8%	1.8%
<b>Average</b>	<b>789</b>	<b>771</b>	<b>0</b>	<b>771</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>97.7%</b>	<b>0.0%</b>	<b>97.7%</b>	<b>0.0%</b>	<b>2.3%</b>	<b>2.3%</b>

United Kingdom	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 441	1 658	51	1 709	161	571	731	67.9%	2.1%	70.0%	6.6%	23.4%	30.0%
1998	2 588	1 736	57	1 794	199	596	794	67.1%	2.2%	69.3%	7.7%	23.0%	30.7%
1999	2 276	1 524	55	1 579	188	508	696	67.0%	2.4%	69.4%	8.3%	22.3%	30.6%
2000	2 342	1 555	63	1 618	217	507	725	66.4%	2.7%	69.1%	9.3%	21.7%	30.9%
2001	2 215	1 452	72	1 524	242	449	691	65.6%	3.2%	68.8%	10.9%	20.3%	31.2%
2002	2 261	1 472	77	1 549	285	427	711	65.1%	3.4%	68.5%	12.6%	18.9%	31.5%
2003	2 236	1 446	79	1 525	327	384	711	64.7%	3.5%	68.2%	14.6%	17.2%	31.8%
2004	2 458	1 586	87	1 673	385	401	785	64.5%	3.5%	68.1%	15.7%	16.3%	31.9%
2005	2 680	1 752	92	1 844	443	393	836	65.4%	3.4%	68.8%	16.5%	14.7%	31.2%
2006	3 059	1 994	109	2 103	530	425	956	65.2%	3.6%	68.8%	17.3%	13.9%	31.2%
2007	2 824	1 840	99	1 939	515	370	884	65.2%	3.5%	68.7%	18.2%	13.1%	31.3%
2008	3 067	2 009	108	2 117	570	380	951	65.5%	3.5%	69.0%	18.6%	12.4%	31.0%
2009	3 220	2 137	115	2 250	584	386	970	66.4%	3.6%	69.9%	18.1%	12.0%	30.1%
2010	3 134	2 099	115	2 214	556	364	920	67.0%	3.7%	70.7%	17.7%	11.6%	29.3%
2011	2 926	1 996	92	2 088	507	331	838	68.2%	3.1%	71.4%	17.3%	11.3%	28.6%
<b>Average</b>	<b>2 648</b>	<b>1 750</b>	<b>85</b>	<b>1 835</b>	<b>381</b>	<b>433</b>	<b>813</b>	<b>66.1%</b>	<b>3.2%</b>	<b>69.3%</b>	<b>14.4%</b>	<b>16.3%</b>	<b>30.7%</b>

**LIEUX DE LA CONSOMMATION DU CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS (SUITE)**  
(En milliers de sacs)

USA	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>17 795</b>	14 746	164	14 910	459	2 426	2 885	82.9%	0.9%	83.8%	2.6%	13.6%	16.2%
1998	<b>18 604</b>	15 601	158	15 759	461	2 384	2 845	83.9%	0.8%	84.7%	2.5%	12.8%	15.3%
1999	<b>19 359</b>	16 329	148	16 478	487	2 395	2 882	84.3%	0.8%	85.1%	2.5%	12.4%	14.9%
2000	<b>18 746</b>	15 698	127	15 824	505	2 416	2 921	83.7%	0.7%	84.4%	2.7%	12.9%	15.6%
2001	<b>19 554</b>	16 351	132	16 483	537	2 533	3 070	83.6%	0.7%	84.3%	2.7%	13.0%	15.7%
2002	<b>19 125</b>	15 782	111	15 894	565	2 662	3 231	82.5%	0.6%	83.1%	3.0%	13.9%	16.9%
2003	<b>20 193</b>	16 458	133	16 591	634	2 965	3 602	81.5%	0.7%	82.2%	3.1%	14.7%	17.8%
2004	<b>20 973</b>	17 247	139	17 386	635	2 952	3 587	82.2%	0.7%	82.9%	3.0%	14.1%	17.1%
2005	<b>20 998</b>	17 087	155	17 242	672	3 083	3 756	81.4%	0.7%	82.1%	3.2%	14.7%	17.9%
2006	<b>20 667</b>	16 585	151	16 736	708	3 224	3 932	80.2%	0.7%	81.0%	3.4%	15.6%	19.0%
2007	<b>21 033</b>	16 764	169	16 933	738	3 362	4 100	79.7%	0.8%	80.5%	3.5%	16.0%	19.5%
2008	<b>21 652</b>	17 201	174	17 374	774	3 504	4 278	79.4%	0.8%	80.2%	3.6%	16.2%	19.8%
2009	<b>21 436</b>	17 119	173	17 292	754	3 390	4 144	79.9%	0.8%	80.7%	3.5%	15.8%	19.3%
2010	<b>21 783</b>	17 434	212	17 646	786	3 352	4 138	80.0%	1.0%	81.0%	3.6%	15.4%	19.0%
2011	<b>22 043</b>	17 760	234	17 994	790	3 259	4 049	80.6%	1.1%	81.6%	3.6%	14.8%	18.4%
<b>Average</b>	<b>20 264</b>	<b>16 544</b>	<b>159</b>	<b>16 703</b>	<b>634</b>	<b>2 927</b>	<b>3 561</b>	<b>81.6%</b>	<b>0.8%</b>	<b>82.4%</b>	<b>3.1%</b>	<b>14.4%</b>	<b>17.6%</b>

## ANNEXE VIII-A

## LA CONSOMMATION DE CAFÉ TORRÉFIÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% of total consumption
Austria	938	950	964	746	860	785	607	835	644	509	705	756	737	759	946	783	84.5%
Belgium	808	1 195	756	1 021	795	1 326	1 410	1 249	1 031	1 365	979	576	827	770	824	995	89.4%
Denmark	786	828	842	764	839	772	684	797	741	760	736	635	624	775	718	753	94.3%
Finland	900	963	943	927	909	927	924	999	1 063	1 008	1 016	1 072	1 018	1 039	1 049	984	96.1%
France	4 818	4 672	4 845	4 686	4 545	4 754	4 626	4 218	4 078	4 498	4 791	4 383	4 830	4 868	5 098	4 647	85.9%
Germany	8 411	8 651	8 372	7 436	7 525	6 763	7 367	7 964	6 494	6 840	6 467	7 147	6 671	6 951	7 030	7 339	79.0%
Greece	259	235	226	245	196	300	399	382	386	384	460	446	453	488	521	359	42.6%
Italy	4 701	4 714	4 696	4 906	4 976	4 911	5 209	5 169	5 222	5 239	5 433	5 488	5 380	5 334	5 242	5 108	94.1%
Japan	3 679	3 715	3 825	4 103	4 323	4 325	4 265	4 486	4 553	4 757	4 906	4 753	4 823	4 851	4 729	4 406	64.4%
Netherlands	2 031	1 667	1 247	1 558	1 405	1 313	1 447	1 669	1 639	1 814	1 969	1 143	778	1 174	897	1 450	85.1%
Norway	649	675	753	630	680	662	636	659	689	667	709	654	652	678	714	674	93.5%
Poland	1 337	1 295	1 266	1 266	1 361	1 363	1 378	1 394	1 374	1 196	921	982	1 163	1 254	1 184	1 249	61.2%
Portugal	539	618	649	566	649	622	564	584	555	565	572	541	584	618	689	594	85.3%
Russia	109	104	85	142	262	350	427	412	453	522	711	681	555	676	718	414	13.9%
Spain	2 499	2 515	2 731	2 447	2 282	2 310	2 247	2 226	2 483	2 491	2 640	2 880	2 771	2 655	2 574	2 517	82.4%
Sweden	1 180	1 183	1 214	1 111	1 186	1 157	1 113	1 167	1 103	1 242	1 176	1 202	1 067	1 149	1 057	1 154	94.5%
Switzerland	615	703	749	717	708	714	742	630	961	817	869	1 012	851	894	917	793	87.4%
Turkey	77	92	83	94	94	86	72	66	60	47	45	40	42	49	52	67	16.1%
Ukraine	28	22	43	32	41	77	107	113	155	152	173	208	198	198	157	113	14.4%
United Kingdom	385	413	369	390	387	412	429	493	547	656	645	729	789	782	740	544	20.6%
USA	15 522	16 366	17 085	16 593	17 552	17 325	18 342	19 246	19 379	19 183	19 626	20 274	20 149	20 519	20 837	18 533	91.5%
<b>Selected countries subtotal</b>	<b>50 268</b>	<b>51 577</b>	<b>51 744</b>	<b>50 380</b>	<b>51 571</b>	<b>51 253</b>	<b>52 996</b>	<b>54 757</b>	<b>53 609</b>	<b>54 712</b>	<b>55 547</b>	<b>55 600</b>	<b>54 965</b>	<b>56 482</b>	<b>56 694</b>	<b>53 477</b>	<b>77.4%</b>
<b>% of total consumption</b>																	
<b>in selected countries</b>	<b>79.1%</b>	<b>79.5%</b>	<b>79.7%</b>	<b>78.7%</b>	<b>77.9%</b>	<b>76.7%</b>	<b>76.6%</b>	<b>77.0%</b>	<b>76.5%</b>	<b>76.6%</b>	<b>76.7%</b>	<b>76.3%</b>	<b>76.8%</b>	<b>76.5%</b>	<b>76.9%</b>	<b>77.4%</b>	

En milliers de sacs

## LA CONSOMMATION DE CAFÉ SOLUBLE DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% of total consumption
Austria	149	154	159	129	153	141	112	161	128	103	142	152	149	144	171	143	15.5%
Belgium	79	114	79	113	90	158	170	148	127	172	124	74	107	101	110	118	10.6%
Denmark	22	26	27	27	30	33	40	52	54	62	58	53	54	72	72	45	5.7%
Finland	39	39	36	40	39	42	42	35	39	39	41	43	40	41	44	40	3.9%
France	669	678	733	716	708	772	768	711	709	779	837	769	847	845	862	760	14.1%
Germany	1 260	1 325	1 376	1 334	1 534	1 735	2 131	2 481	2 170	2 311	2 160	2 387	2 226	2 341	2 430	1 947	21.0%
Greece	480	433	415	442	352	527	529	489	484	472	555	532	521	506	501	483	57.4%
Italy	212	222	222	243	267	271	298	300	330	354	388	404	426	448	447	322	5.9%
Japan	2 290	2 337	2 448	2 523	2 612	2 550	2 505	2 631	2 574	2 512	2 376	2 312	2 307	2 341	2 286	2 440	35.6%
Netherlands	336	294	224	302	272	261	296	309	288	315	323	181	120	173	127	255	14.9%
Norway	26	28	32	27	30	31	47	50	54	55	62	60	63	67	71	47	6.5%
Poland	629	669	719	779	862	838	864	887	894	797	634	700	838	902	858	791	38.8%
Portugal	64	78	88	81	97	98	93	101	100	106	112	114	125	132	145	102	14.7%
Russia	1 748	1 543	1 267	1 721	2 721	3 095	3 155	2 674	2 760	2 741	3 344	3 035	2 576	2 985	2 977	2 556	86.1%
Spain	478	481	593	544	513	523	493	480	525	526	558	606	581	576	574	537	17.6%
Sweden	61	65	65	62	66	67	65	66	67	73	69	71	65	72	68	67	5.5%
Switzerland	98	108	114	110	108	107	110	92	139	115	120	137	114	118	118	114	12.6%
Turkey	160	194	181	192	196	273	295	338	405	450	471	444	478	560	582	348	83.9%
Ukraine	139	104	210	147	188	364	540	627	870	817	884	1 525	1 262	1 287	1 167	675	85.6%
United Kingdom	2 056	2 175	1 907	1 952	1 828	1 849	1 807	1 965	2 133	2 403	2 178	2 338	2 431	2 352	2 185	2 104	79.4%
USA	2 274	2 237	2 275	2 153	2 002	1 800	1 851	1 726	1 619	1 485	1 408	1 378	1 287	1 264	1 206	1 731	8.5%
<b>Selected countries subtotal</b>	<b>13 268</b>	<b>13 305</b>	<b>13 170</b>	<b>13 637</b>	<b>14 667</b>	<b>15 534</b>	<b>16 211</b>	<b>16 324</b>	<b>16 468</b>	<b>16 686</b>	<b>16 843</b>	<b>17 315</b>	<b>16 618</b>	<b>17 329</b>	<b>17 003</b>	<b>15 625</b>	<b>22.6%</b>
<b>% of total consumption in selected countries</b>	<b>20.9%</b>	<b>20.5%</b>	<b>20.3%</b>	<b>21.3%</b>	<b>22.1%</b>	<b>23.3%</b>	<b>23.4%</b>	<b>23.0%</b>	<b>23.5%</b>	<b>23.4%</b>	<b>23.3%</b>	<b>23.7%</b>	<b>23.2%</b>	<b>23.5%</b>	<b>23.1%</b>	<b>22.6%</b>	

En milliers de sacs

## ANNEXE VIII-C

## LA CONSOMMATION DE DOSETTES DE CAFÉ DANS LES PAYS IMPORTATEURS SÉLECTIONNÉS

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	4	5	10	25	35	38	46	69	29
Belgium	57	67	121	115	79	123	125	140	103
Denmark	1	2	3	4	3	3	7	8	4
Finland						0	0	0	0
France	202	246	361	482	512	672	782	947	525
Germany	72	107	215	311	434	462	563	655	352
Greece	1	1	1	1	1	1	2	2	1
Italy	38	42	51	65	71	91	128	155	80
Japan	0	2	2	2	6	13	17	21	8
Netherlands	256	306	358	439	272	190	290	225	292
Norway			2	3	5	5	6	8	5
Poland				1	2	4	6	8	4
Portugal	1	2	3	6	13	25	50	98	25
Russia	1	1	1	2	2	1	2	2	1
Spain	13	18	24	35	47	56	71	83	43
Sweden			0	0	0	1	3	6	2
Switzerland	15	29	32	46	64	61	76	90	52
Turkey	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukraine							0	0	0
United Kingdom	3	5	10	14	18	24	27	29	16
USA	0	32	62	63	98	146	266	358	128
<b>Selected countries subtotal</b>	<b>663</b>	<b>866</b>	<b>1 257</b>	<b>1 615</b>	<b>1 661</b>	<b>1 917</b>	<b>2 467</b>	<b>2 903</b>	<b>1 669</b>
<b>% of total consumption in</b>									
<b>selected countries</b>	<b>0.9%</b>	<b>1.2%</b>	<b>1.8%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.3%</b>	<b>2.7%</b>	<b>3.3%</b>	<b>3.9%</b>	<b>2.4%</b>

En milliers de sacs