



Café Royal : un modèle unique de développement en intrapreneuriat dans le secteur agroalimentaire

2016 : Nouveaux recrutements et ouverture d'un 2^{ème} bureau en région parisienne

Lancée en 2014 sur le marché français, la marque Café Royal qui appartient à l'entreprise suisse Delica AG a réussi en seulement 2 ans à s'imposer sur le marché du café, dans un premier temps avec des capsules compatibles Nespresso®. Constitué d'une équipe réduite au lancement, Café Royal s'impose aujourd'hui comme le challenger sur un marché du café jusqu'alors dominé par des acteurs historiques et aux codes installés.*

Paris, le 14 novembre 2016.

Café Royal : un modèle de start-up adapté au marché du café

Présent en France depuis juin 2014, Café Royal est la start-up qui a « redynamisé » le marché du café français. Cette jeune marque créée (suite à un projet développé en intrapreneuriat) par l'entreprise suisse Delica AG, a pu bénéficier de toute son expertise sur le marché du café et notamment dans la production et la R&D. Café Royal peut ainsi proposer des produits avec une haute exigence en termes de qualité et comparable voire supérieure aux autres leaders.

Pour le marketing, Café Royal a choisi de s'appuyer sur la notoriété de l'artiste international Robbie Williams en tant qu'ambassadeur de la marque. Une stratégie pleine d'audace et d'opportunisme qui se traduit également par la présence de Café Royal sur de grands événements culturels : Printemps de Bourges, Festival Solidays, Rock the Piste, Rock en Seine, MainSquare Arras, etc... Mais aussi par de nombreux partenariats avec le Zénith, Virgin Radio, MK2 ou l'Olympia par exemple.

La stratégie en termes de communication mise sur des campagnes de dégustations permettant aux consommateurs de juger par eux même de la qualité gustative des produits de la marque.

Ainsi, avec une équipe réduite de moins de 10 personnes, Café Royal a réussi à accélérer son développement, tout en conservant son identité propre et les avantages d'une start-up.

La France, un marché spécifique : 1^{er} consommateur mondial de dosettes de café

La France est le premier marché des capsules de café compatibles Nespresso®* dans le monde avec une valeur estimée à plus de 1,3 milliard d'euros et 272 000 000 capsules vendues dans l'année. Ce marché crée il y a 30 ans par Nestlé connaît une progression annuelle constante de 15 à 20 %, attirant ainsi la convoitise de nombreuses multinationales agroalimentaires telles que Unilever, Carte Noir, Legal, Segafredo ou L'Or.

Face à ces « géants », Café Royal a opté pour une stratégie en totale rupture avec ses concurrents pour s'installer sur ce marché. En effet, en misant notamment sur une offre globale, différente et de grande qualité gustative, la marque a réussi en seulement deux ans à se hisser en deuxième position sur les marchés des dosettes compatibles Nespresso®* et Nescafé®* Dolce Gusto®* :

- 11 % de part de marché en volume¹ sur les compatibles Nespresso®*
- 6 % de part de marché en volume¹ sur les compatibles Nescafé®* Dolce Gusto®*
- Une notoriété assistée qui a quasi doublé en 1 an (de 22 % à 39 %)²

Une ambition : être le leader sur le marché des compatibles en France

Fort de son succès sur un marché ultra dynamique et afin de répondre aux attentes du marché, l'équipe Café Royal poursuit son développement avec le recrutement de 10 nouveaux salariés d'ici fin 2016. Ces recrutements qui concernent des profils liés au service commercial s'accompagnent d'un développement structurel car, la marque qui était jusqu'alors à Nîmes (Gard) a ouvert un nouveau bureau à Issy-les Moulineaux dans les Hauts-de-Seine.

Ce modèle de développement qui repose sur la réactivité et la flexibilité permet à la marque de rapidement s'adapter aux évolutions du marché. Plus de souplesse dans la structure, plus de rapidité dans la prise de décisions opérationnelles et stratégiques ainsi qu'une communication décalée et « rafraichissante » sur un marché aux codes installés, constituent les clés du succès de Café Royal en France.

La marque ambitionne pour 2017 de tripler les chiffres d'affaires de 2015.

Les dates clés de Café Royal France :

- Juin 2014 : Café Royal arrive sur le marché français avec les dosettes compatibles Nespresso
- Décembre 2014 : 1^{er} campagne TV avec Robbie Williams comme agent au service du bon goût
- Mars 2015 : 2^{ème} campagne TV avec Robbie Williams « Mission Doppio »
- Mai 2015 : Lancement des gammes café en grains et des gobelets prêt à boire
- Mars 2015 : Café Royal distribué dans plus de 5000 points de vente sur toute la France
- Juin 2015 : Café Royal arrive sur le marché des dosettes compatibles Dolce Gusto
- Septembre 2015 : Lancement des dosettes souples compatibles Senseo
- Février 2016 : Café Royal lance sa gamme de café bio compatibles Nespresso
- Mars 2016 : 3^{ème} campagne TV avec Robbie Williams « Mission : The Agent's Choice »
- Septembre 2016 : Lancement d'Office Pads, la gamme pour les professionnels de bureaux (Compatibles machines Nespresso®* professionnel)
- Octobre 2016 : Lancement de la gamme café moulu

A propos de Café Royal

Depuis plus de 60 ans, Delica AG est synonyme de compétence en matière de café suisse par excellence. Avec environ 14 000 tonnes de café brut par an, Delica AG exploite l'une des usines de torréfaction les plus importantes du marché suisse. La marque est également présente sur le marché des capsules : depuis plus de 10 ans grâce à son propre système de capsules, depuis 2012 grâce à ses capsules spécialement développées pour être compatibles avec les machines Nespresso®, et depuis 2015 avec ses capsules compatibles avec Nescafé®* Dolce Gusto®*. Café Royal est présent sur le marché français depuis 2014 et compte aujourd'hui près de 11% de part de marché sur les capsules compatibles.

cafe-royal.com

* Cette marque est la propriété de tiers qui n'ont aucune relation avec Delica AG.

¹ Source Nielsen.

² Source Mediaplus Juin 2106, groupe cible représentatif de 6570 personnes



Rumeur Publique
Téléphone: +33 (0)1 55 74 52 18
E-mail: caferoyal@rumeurpublique.fr