



Créer sa marque de thé ou café en 10 étapes

Comment créer sa marque de thé ou de café ? Par où commencer ? Quels sont les facteurs-clés de réussite pour le lancement d'une marque de café ou de thé ?

Créer une marque de thé ou de café est une aventure passionnante. L'univers de ces boissons se révèle extrêmement large, allant de la consommation courante aux produits les plus rares et les plus luxueux. Incitation au voyage et à la découverte de nouveaux goûts, le thé et le café constituent un terrain idéal pour la créativité, le marketing et l'[export](#).

Créer une marque de thé et de café est aussi une aventure exigeante : le marché est certes large mais aussi très concurrentiel.

Ce type d'activité est de nature commerciale : l'inscription se fera auprès de la Chambre de Commerce et d'Industrie, sauf dans le cas où vous torréfiez vous-même. Il s'agira alors d'une activité artisanale, avec une déclaration auprès de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat. Dans tous les cas, **aucun diplôme** ne sera nécessaire pour se déclarer.

A travers cet article, WikiCréa vous donne toutes les clés pour créer votre marque de thé ou café dans les meilleures conditions.

Etape n°1 : Développer une expertise.

C'est la première étape, incontournable : **vous devez devenir un spécialiste du thé ou du café.** Auto-formez-vous, devenez imbattable sur votre sujet. Goûtez, faites-vous votre opinion. Faites des recherches.

Vous pouvez choisir de rester généraliste ou au contraire vous spécialiser sur une niche, par exemple un type de plante, ou un lieu géographique.

C'est en vous formant que vous trouverez votre **concept**.

Etape n°2 : Trouver un concept.

Créer une marque de thé ou de café implique d'avoir identifié un concept original. Faites appel à votre créativité : c'est ce qui vous permettra de percer dans un environnement de marché **ultra-concurrentiel**. Vous devrez imaginer une offre suffisamment attrayante pour enclencher le [bouche-à-oreilles](#) et renouveler sans cesse la clientèle.

Pour être viable, votre concept :

- devra être en accord avec les tendances du marché et les **attentes des clients**,
- devra être cohérent avec le mode de distribution que vous visez,
- devra être compatible avec **vos envies** et ce que vous savez (ou savez faire),
- devra être visuellement attractif, identifiable et facile à retenir,
- devra mettre en avant **les caractéristiques, le goût et la qualité** de vos produits,
- devra permettre d'atteindre la rentabilité (ventes suffisantes, marge suffisante) : on touche ici à la notion de [modèle économique](#).

Vous pourrez opter pour un **positionnement de niche** autour de thèmes tels que le bio, le diététique, l'équitable, l'original, l'artisanal, le branché...

N'oubliez pas que vous devrez aussi **renouveler votre offre** et proposer des produits au format adapté.

Etape n°3 : Réaliser une étude de marché.

Vous avez trouvé un concept pour votre marque de thé ou café ? **C'est bien.** Mais pour l'instant votre idée n'intéresse que vous. Il est temps de se tourner vers le client, et il faut pour cela réaliser une étude de marché.

Réaliser une étude de marché consiste à observer le marché et le comportement des futurs consommateurs, recueillir des données statistiques, lire la presse spécialisée, identifier les fournisseurs et relever les prix, étudier la concurrence, approcher des partenaires, des [prescripteurs](#) ou des confrères.

Vous devrez aussi concevoir un [questionnaire](#) pour demander leur avis à vos clients potentiels.

Surtout, l'étude de marché vous permettra d'**identifier votre mode distribution**.

Voir notre article : [Les meilleures méthodes d'étude de marché.](#)

Voici d'ores et déjà quelques éléments généraux sur le marché du thé et du café en France :

- autrefois bien séparées, les consommateurs de café et de thé sont de plus en plus perméables aux autres boissons,
- **la consommation de thé des français a doublé en 20 ans**,
- la consommation de thé en vrac ne cesse de progresser, même si les sachets restent majoritaires,
- les thés parfumés représentent 60% des ventes contre 40% pour les thés classiques,
- les **thés diététiques** sont en progression, portés par les vertus anti-oxydantes de la plante,
- les thés bios sont en forte progression,
- de plus en plus de thés haut-de-gamme osent des mélanges de plantes insolites,

- la consommation de café est stable en France,
- les ventes de café en vrac restent majoritaires mais on a assisté à un véritable boom des capsules et des machines depuis les années 2000,
- les ventes de café **haut-de-gamme et équitable** se développent rapidement,
- le thé jouit d'une image « bonne santé » plus que le café,
- des pays comme l'Angleterre et l'Irlande voient leur consommation de café progresser tout en s'orientant vers le haut-de-gamme,
- les prestations de dégustation-découverte et de **formation** sont en forte progression.

Etape n°4 : Trouver des fournisseurs.

Une étape incontournable pour créer votre marque de thé ou de café consiste à **identifier vos fournisseurs**. De nombreux grossistes sont identifiables par internet. Nous vous conseillons bien évidemment d'en tester plusieurs. Ecoutez leur discours. Demandez des devis et rendez-vous sur place.

Si vous prévoyez de torréfier vous-même les grains de café, vous devrez d'abord vous former et réaliser de nombreux essais pour maîtriser la technique permettant d'extraire au mieux les arômes. Le métier d'artisan torréfacteur nécessite un excellent savoir-faire et d'**importants investissements en matériel**.

Etape n°5 : Trouver un mode de commercialisation.

En fonction de votre concept et de votre produit, vous devrez choisir un ou plusieurs circuits de distribution.

Voici quelques possibilités :

- **la vente sur les marchés** : c'est un mode de distribution bien adapté, qui permet d'entrer en contact direct avec la clientèle et de faire déguster.
- **la vente en boutique ou salon de thé en propre** : là encore c'est un mode de distribution bien adapté car il permet de rencontrer le consommateur, mais coûteux. Le loyer sera d'autant plus élevé que la boutique est bien placée.
- **la vente à travers un réseau de détaillants** (épiceries fines, salons de thé...) : à terme, cela implique la constitution d'une force commerciale,
- **la vente en ligne** : souvent très longue à démarrer, la vente en ligne nécessite de vrais relais sur le terrain,
- **la vente en box** en ligne ou par correspondance : voir l'exemple de la ThéBox.

L'important est que votre mode de distribution soit cohérent avec votre **[positionnement](#)**.

Etape n°6 : Rédiger un business plan (plan financier).

Vous avez identifié votre produit, votre concept, votre réseau de distribution et votre modèle économique. Il faut maintenant rédiger votre business plan et rechercher des financements.

N'hésitez pas à utiliser le **[plan financier Excel WikiCréa](#)** pour établir vos chiffres prévisionnels. C'est gratuit.

Etape n°7 : Choisir son statut juridique.

Différents statuts juridiques peuvent être envisagés pour **créer sa marque de thé ou de café** :

- la **micro-entreprise (ex-auto-entrepreneur)** : c'est un statut simple et souple. Les charges sociales se paient en fonction du chiffre d'affaires réalisé. C'est un régime exempt de TVA, ce qui n'est pas un problème si la clientèle est en majorité composée de particuliers. Cela reste toutefois un régime assez peu crédible et soumis à des plafonds de chiffre d'affaires.
- l'**entreprise individuelle au réel**, statut plus coûteux et moins « prévisible » que le statut de micro-entreprise. C'est un régime plombé par les modalités de calcul du RSI.
- l'**EURL**, qui est une SARL à associé unique, est un statut bien adapté et bien dimensionné pour ce type d'activité,
- la **SARL**, qui est un type de société classique, est un statut bien adapté en cas de présence d'associés,
- la **SAS ou SASU**, qui est un type de société dans lequel le dirigeant est assimilé-salarié, est un statut qui peut être adapté pour créer une marque de thé ou de café.

Etape n°8 : Déposer le nom de marque.

[Voir notre article dédié.](#)

Etape n°9 : Effectuer sa déclaration d'activité en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création en ligne. **Pourquoi Legalstart ?** Tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

Créer sa marque de thé ou café, étape n°10 : Lancer son activité et attirer des clients.

Vous êtes prêt à démarrer les ventes, bravo ! Créez vos supports de communication, plaquettes, cartes de visite et site internet. Faites appel à un photographe professionnel pour prendre de belles photos de vos produits. Il ne vous reste plus qu'à encourager les clients à venir déguster ! **Voir notre article** : [Comment trouver des clients ?](#)

Voir aussi nos articles :

- [Créer sa micro-brasserie et sa marque de bière artisanale](#)
- [Créer un coffee-shop : tout savoir](#)
- [Ouvrir un salon de thé](#)