



Café : la success story qui cache la crise

Etude sur la durabilité de la filière du café

| Synthèse |

Un rapport du **BASIC**

Pour



Auteur :

Basic

A la jonction entre société civile et monde de la recherche, le Bureau d'analyse sociétale pour une information citoyenne (Basic) analyse de façon innovante les impacts et coûts sociétaux liés à nos modes de production et de consommation. Son objectif :

- Permettre une meilleure compréhension des enjeux sociétaux auxquels les acteurs économiques et les individus sont aujourd'hui confrontés ;
- Favoriser l'émergence de solutions à la hauteur de ces enjeux.

Le Basic est une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (Scic) également reconnue Jeune Entreprise Innovante.

Plus d'informations sur www.lebasic.com

Commanditaires :

Commerce Équitable France

Créé en 1997, Commerce Équitable France promeut et défend le commerce équitable en France et à l'international, pour accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation. Le collectif réunit une trentaine d'organisations françaises du secteur : entreprises engagées, labels, réseaux de distribution, associations de consommateurs et d'éducation à la citoyenneté mondiale, organisations de solidarité internationale et acteurs de la recherche et de l'enseignement. Il agit également pour plus d'équité dans toutes les relations économiques en vue d'encourager la justice sociale, les droits humains et la protection de l'environnement.

Plus d'informations sur www.commerceequitable.org/

Collectif « Repenser les filières »

Ce réseau réunit les acteurs de la société civile – comprenant les ONGs, les syndicats et les institutions académiques – experts des questions relatives à la chaîne de valeur et de l'autonomisation des travailleurs et des communautés locales face aux intérêts économiques de la mondialisation. Son objectif est de créer un espace de parole où ces diverses organisations pourront débattre en profondeur le système économique dominant actuel (le néo-libéralisme) et des moyens de travailler ensemble pour mettre en place des alternatives durables qui donnent la priorité aux personnes et à l'environnement.

Max Havelaar France

L'association Max Havelaar France fait partie du mouvement international de commerce équitable Fairtrade. Ce mouvement met en place, à travers le label Fairtrade/Max Havelaar, des conditions commerciales plus justes pour donner aux petits producteurs et travailleurs agricoles des pays en développement les moyens de lutter par eux-mêmes contre la pauvreté. La mission de Max Havelaar France est de sensibiliser l'opinion publique au commerce équitable et de développer l'engagement des acteurs économiques et institutionnels sur le territoire français.

Plus d'informations sur www.maxhavelaarfrance.org



BASIC



Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité du BASIC et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne.

SOMMAIRE

Sommaire	3
Introduction	4
Quand l’aval de la filière rafle la mise	6
La dualisation de la consommation, entre café de masse et café premium	6
Révolution de la dosette : la France aux avant-postes.....	6
La concentration des maillons clés	7
La spécialisation des pays producteurs	8
Une création de valeur qui explose.....	9
...Mais qui ne ruisselle pas jusqu’aux producteurs.....	9
Les producteurs boivent la tasse	11
Sous rémunération et manque de trésorerie.....	11
Une précarité endémique.....	12
La croissance des impacts environnementaux et de la déforestation.....	12
Quand le changement climatique rebat les cartes	12
Des coûts sociétaux qui objectivent la non durabilité de la filière café	13
Le café, matière première pour les alternatives	15
Les cafés équitables.....	15
Les cafés « durables »	15
Les démarches internes des torréfacteurs.....	16
Les engagements des grands groupes	16
L’importance des contextes locaux	17
Des alternatives aux résultats variables	20
Un manque d’informations sur les certifications « durables »	20
Le commerce équitable : un outil qui fonctionne.....	20
...mais ne peut répondre seul aux enjeux.....	21
Leviers de changement et recommandations	23
Les facteurs clés du changement	23
Nos recommandations par grandes cibles.....	24
Notes.....	25

INTRODUCTION

Plus de 2 milliards de tasses de café sont consommées chaque jour, générant un chiffre d'affaires d'environ 200 milliards de dollars par an¹, principalement en Europe, aux Etats-Unis et au Brésil, mais aussi de manière croissante en Asie où sa consommation va de pair avec l'élévation du niveau de vie des classes moyennes².

En aval de la filière, le marché du café génère d'importants revenus pour les torréfacteurs et les distributeurs. Le succès des capsules et dosettes - qui représentent désormais plus de 11% des ventes mondiales de café et dont le chiffre d'affaire devrait croître de 45% d'ici 2020 – a permis à la plupart des leaders historiques du secteur, Nestlé en tête, de revaloriser significativement leurs ventes : la valeur ajoutée créée en France par le secteur du café³ a ainsi plus que doublé entre 1994 et 2017, passant de 1,2 milliard d'euros à 2,6 milliards d'euros.

Essentiellement produit au Brésil (32% des volumes), au Vietnam (19%), en Colombie (9%) et en Indonésie (7%)⁴, le café est cultivé par environ 25 millions de producteurs dans plus de 80 pays situés dans la zone intertropicale, en majorité sur des petites exploitations de moins de 5 hectares⁵. En 2017, ils ont produit environ 9 millions de tonnes de café (60% d'Arabica et 40% de Robusta) dont près des 3/4 ont été échangés sur les marchés mondiaux, le café se classant parmi les produits agricoles qui génèrent le plus de valeur en bourse (sa valeur à l'exportation s'est élevée à 18 milliards de dollars en 2015)⁶. Pourtant, depuis la fin des années 1980 et la disparition du dernier Accord International du Café qui régulaient les échanges mondiaux, la filière se caractérise par des cours plus volatils, des revenus globalement plus faibles pour les producteurs et une concentration du pouvoir dans les mains des négociants, des grandes marques internationales et des distributeurs. Autant de tendances qui questionnent la durabilité économique de la filière.

De plus, depuis quelques années, la production – en particulier d'Arabica - est impactée par la hausse des températures et l'altération des régimes de pluie liées au changement climatique : incertitude des rendements, dégâts causés par les ravageurs et les maladies, difficulté à maintenir la qualité. Des études récentes estiment que sans une action forte pour lutter contre le changement climatique, la superficie mondiale adaptée à la production de café pourrait être réduite de 50% d'ici 2050⁷. Et d'ici 2080, certaines variétés pourraient disparaître, entraînant une réduction de la diversité génétique⁸, ce qui rendrait la production de café plus homogène – et donc moins riche en termes organoleptiques – et plus fragile face aux maladies.

Face à cette situation, de nombreuses entreprises, en particulier les leaders du secteur (Nestlé, Starbucks, JDE...), ont engagé des programmes d'action sur le terrain pour limiter les conséquences du dérèglement climatique et améliorer la situation des producteurs, certains via une certification et/ou des labels indépendants⁹. Des programmes qui viennent s'ajouter aux filières mises en place depuis 30 ans par les acteurs du commerce équitable – entreprises, ONGs, coopératives, consommateurs engagés - afin d'améliorer les conditions de vie et de travail des producteurs de café.

Devant les messages rassurants de certaines multinationales dans leur communication auprès des consommateurs, il est légitime de se demander si (toutes) les initiatives actuelles sont à la hauteur des enjeux de la filière café. Plus largement, la question qui se pose est celle des conditions qui permettraient l'avènement d'une filière réellement durable du café, pour les producteurs comme pour les consommateurs et qui assureraient sa résilience face au changement climatique.

Ces interrogations sont au centre de la présente étude, qui s'appuie sur un état des lieux de la recherche et des données existantes, une vingtaine d'entretiens d'experts (de la production, de la transformation et de la distribution de café) et 3 études spécifiques de chaînes de valeur qui impliquent certains des principaux pays producteurs de café Arabica : la Colombie, l'Ethiopie et le Pérou.



QUAND L'AVAL DE LA FILIERE RAFLE LA MISE

En 2017, la consommation mondiale de café était estimée à 9 millions de tonnes¹⁰ pour une valeur de 200 milliards de dollars¹¹. Elle est en croissance régulière sur les 50 dernières années avec une moyenne annuelle estimée à 2% en volume¹² et une dynamique plus soutenue depuis le début des années 2000.

En France, le marché s'élevait en 2017 à 5,8 milliards d'euros, pour 345 200 tonnes¹³. Les Français consomment en moyenne 5,4kg de café par an¹⁴, en majorité à domicile même si le marché hors foyer représente 40% de la valeur totale (et 17% des volumes). Selon Euromonitor, **les ventes de café pour la consommation à domicile auraient augmenté de 1,2 milliards d'euros depuis 2003 en France, soit une croissance de 54% en 15 ans, une trajectoire inégalée depuis les années 1970.**

La dualisation de la consommation, entre café de masse et café premium

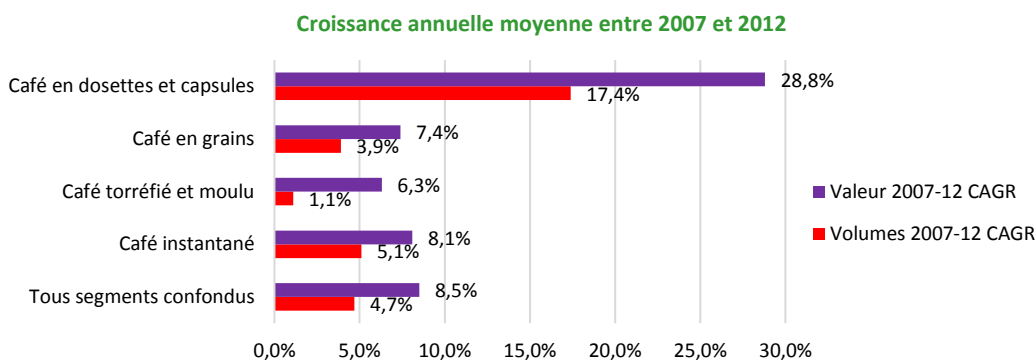


Figure 1. Croissance annuelle moyenne de la consommation de café en volume et en valeur entre 2007 et 2012, par segments au niveau mondial. Source : BASIC, d'après Euromonitor.

Historiquement associé à un produit peu différencié, le marché mondial du café s'est polarisé ces dernières années **entre 2 tendances** :

1. **le développement des ventes de café instantané, tiré par la hausse de la consommation des pays émergents et des pays producteurs de café, et par la consommation des classes les plus modestes des pays occidentaux.** Fabriqué en grande partie à base de Robusta et popularisé par Nestlé via sa marque Nescafé, le café instantané représentait 37% des ventes mondiales entre 2007 et 2012, pour une croissance de 8,1% en volumes sur cette période ;
2. **l'émergence de cafés « premium » qui proposent une expérience de dégustation aux consommateurs et valorisent les origines** (essentiellement d'Arabica)¹⁶. Lancée dans les coffee shops aux Etats Unis dans les années 70, cette tendance s'est étendue à l'Europe notamment via Starbucks, où elle représente un marché de 6 milliards d'euros avec une croissance de 50% entre 2010 et 2016¹⁷. Grâce à Nespresso, filiale de Nestlé, et son système de machines-capsules lancé dans les années 1990 et copié depuis par tous ses concurrents, les cafés premiums ont envahi la consommation à domicile¹⁸.

Révolution de la dosette : la France aux avant-postes

Si le café en dosettes et capsules (ou « café portionné ») ne représentait que 11% des ventes mondiales de café en 2012, **son chiffre d'affaires aurait triplé depuis cette date**¹⁹.

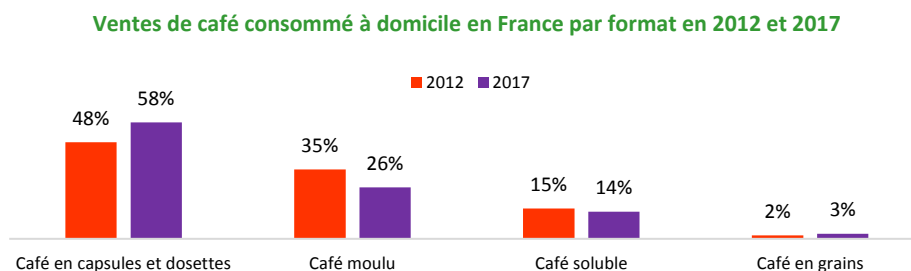


Figure 2. Evolution des ventes de café consommé à domicile en France par format entre 2012 et 2017. Source : Basic

En France, la croissance du marché est essentiellement liée au segment du café portionné dont les ventes représentent désormais 58% du café consommé à domicile : 1,2 milliard d'euros de chiffre d'affaires en grande distribution en 2017²⁰ auquel se rajoutent les ventes de Nespresso par internet et dans ses boutiques estimées à 800 millions d'euros la même année²¹.

La France est ainsi le premier marché mondial du café portionnable (en consommation par habitant), devant l'Allemagne et les Etats-Unis²².

La concentration des maillons clés

À l'échelle mondiale, la majorité des parts de marché se concentrent entre les mains de quelques grands acteurs du café (torréfacteurs ou marques) : en 2015, **les ventes de café pour la consommation à domicile étaient dominées par Nestlé et les 4 premiers torréfacteurs réalisaient environ 40% du chiffre d'affaires total**. Cette concentration s'est accélérée en 2017 suite à la fusion des activités « café » de Mondelez avec Douwe Egberts Master Blenders qui a donné naissance au numéro 2 mondial « JDE ».

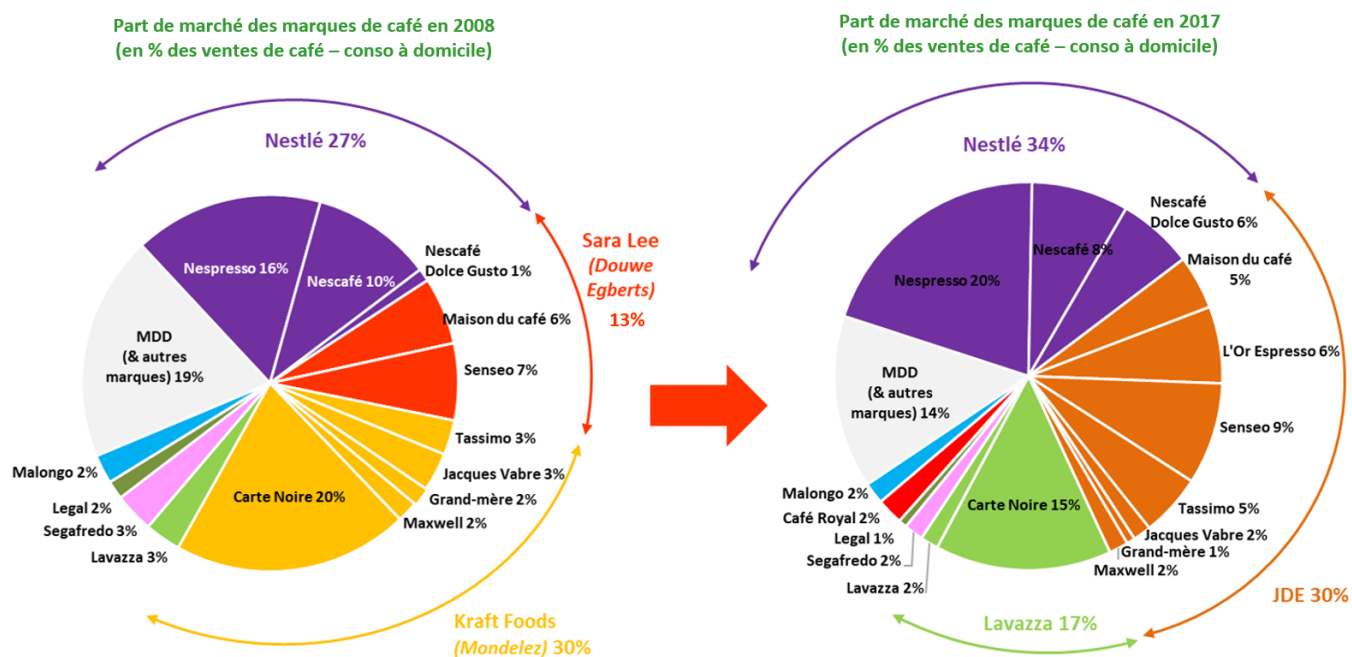


Figure 3. Parts de marché des principaux acteurs du café en 2017 en France (en GSA). Source : BASIC, d'après les données Euromonitor 2018

À l'image du marché international, **le secteur français du café a eu tendance à se concentrer sur les 10 dernières années** :

- En 2008, 70% des ventes de café consommé à domicile²³ étaient concentrées par 3 multinationales : Kraft Foods (intégré au groupe Mondelez à partir de fin 2012), suivi de Nestlé et Sara Lee²⁴.
- En 2017, **les 3 principales multinationales concentraient désormais 80% des ventes** : Nestlé est passé numéro 1 devant JDE et Lavazza²⁵.

Les géants du secteur sont par ailleurs concurrencés par les marques des distributeurs qui représentent désormais 7% des ventes au niveau mondial et 30,6% des volumes vendus en grandes surfaces alimentaires en France.

Quant au hors domicile, il est surtout marqué par la domination de Starbucks qui représente à lui seul 21% du marché mondial estimé.

Cette concentration se retrouve au niveau des négociants, acteurs historiques indispensables du milieu de la chaîne du café standardisé²⁶ : **en 2013, les 5 plus grands négociants géraient ainsi presque 40% des échanges de café vert mondial**²⁷.

L'augmentation de la concentration aux maillons aval de la filière se traduit par une asymétrie de pouvoir toujours plus importante en faveur des torréfacteurs et des négociants, ce qui réduit la capacité des producteurs à négocier les termes de leurs ventes de café et contribue à leur précarisation croissante.

La spécialisation des pays producteurs

En vis-à-vis de la polarisation du marché entre cafés premium et cafés standardisés, **les pays producteurs ont mis en place deux grands types de stratégie** :

- **l'une orientée sur la production d'un café de qualité**, généralement de l'Arabica, valorisé pour son origine (c'est notamment le cas du Pérou, de la Colombie et de l'Éthiopie, objets de nos études de cas),
- **l'autre davantage orientée sur la réduction des coûts de production du café**, et souvent associée au Robusta essentiellement considéré comme une matière première standardisée et bon marché (cas du Vietnam et du Brésil).

L'application de ces deux stratégies diffère cependant en fonction des pays et de leurs caractéristiques : espèces et variétés cultivées, degré d'institutionnalisation, propriété foncière, méthode de traitement, trajectoire historique, choix politiques, efforts de promotion sur les marchés internationaux, etc.

Il en résulte à l'échelle mondiale une spécialisation de la production des principaux pays producteurs.

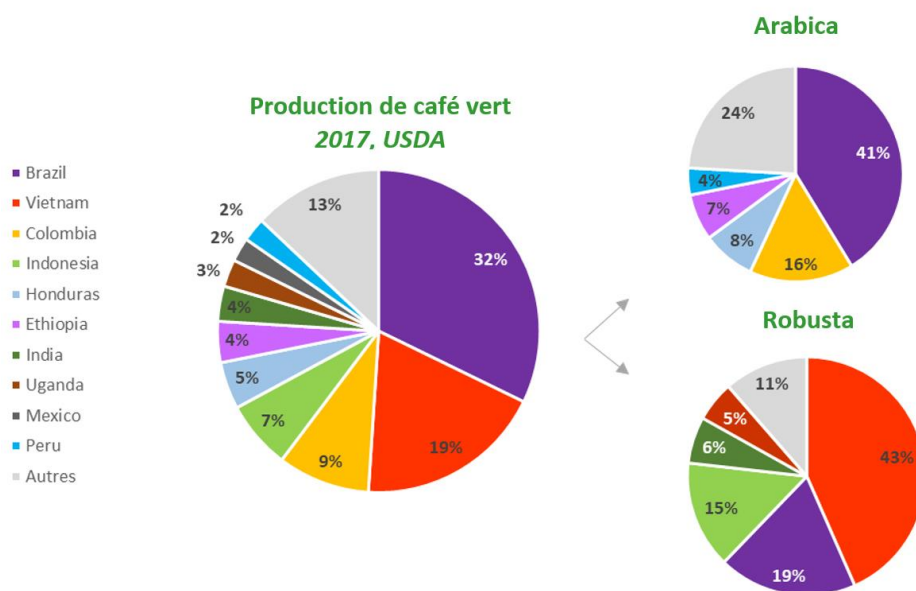


Figure 4: Répartition de la production totale de café en 2017 pour les 10 principaux pays producteurs, et pour les 5 pays principaux par espèce de café.
Source : BASIC d'après USDA

Hormis le Brésil, premier producteur mondial d'arabica et second de Robusta, les principaux pays sont spécialisés dans la production d'une des deux espèces de café : leader sur le Robusta, le Vietnam ne produit pas d'Arabica tandis qu'à l'inverse des pays comme la Colombie le Honduras et l'Éthiopie ne produisent pas de Robusta.²⁸

Bien que la croissance des volumes de café soit principalement due à l'augmentation de la production mondiale du Robusta associée à l'essor de la consommation de café instantané, les ventes d'Arabica représentaient encore les 2/3 de la valeur totale des exportations de café en 2017.²⁹

Enfin, si les origines sont valorisées à l'export, les différences de coûts associés, notamment entre arabicas, se retranscrivent très peu dans les prix consommateurs, ce qui montre que les torréfacteurs et distributeurs bénéficient d'une marge suffisante pour absorber les (sur) coûts liés à la qualité de leurs approvisionnements.

Une création de valeur qui explose...

Le développement des capsules et dosettes et la concentration des principaux acteurs se sont accompagnées **d'une forte croissance des chiffres d'affaires et des bénéfices enregistrés par les leaders du secteur en France.**

Cette évolution reflète la capacité des principales marques à créer puis garder la valeur en aval de la chaîne, grâce à la dimension « immatérielle » des produits commercialisés : innovation, image de marque, formats spécifiques, réseaux spécialisés et plus globalement univers de consommation qui dépasse les qualités gustatives des produits. Pour ce faire, elles ont déployé de plus en plus de moyens marketing, principal avantage dont elles disposent par rapport aux autres acteurs situés en amont.³⁰ Les torréfacteurs et les distributeurs ont ainsi pu démultiplier leurs revenus ces quinze dernières années, comme le montre l'exemple du marché français.

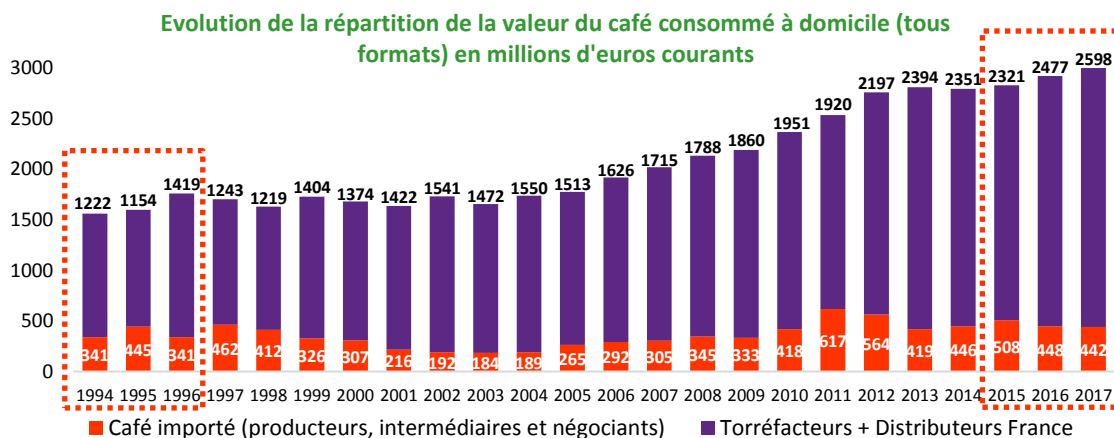


Figure 5. Evolution de la répartition de la valeur du café consommé à domicile en France en euros courants. Source : Basic

La valeur ajoutée créée en France par les ventes de café torréfié moulu (paquets, dosettes et capsules) a plus que doublé entre 1994 et 2017 passant de 1,2 milliard d'euros à 2,6 milliards d'euros, soit 1,4 milliard d'euros supplémentaires.

Or selon nos estimations, l'augmentation des surcoûts de fabrication et de transport du café en 2017 par rapport à 1994 – notamment ceux liés au développement des dosettes et capsules – ne représenterait qu'environ 310 millions d'euros : **les revenus supplémentaires engrangés par les torréfacteurs et distributeurs sur le marché français pourraient donc avoir atteint environ 1,1 milliard d'euros entre ces deux années.**

...Mais qui ne ruisselle pas jusqu'aux producteurs

La chaîne de valeur du café correspond à un modèle oligopolistique : en amont, elle regroupe des millions de petits agriculteurs qui ont un pouvoir de négociation très faible en comparaison de celui des acteurs économiques – beaucoup moins nombreux – situés en aval.

Depuis la fin des années 1990, **les torréfacteurs sont devenus (avec les distributeurs) les acteurs qui génèrent le plus de revenus dans la filière.** Ils bénéficient d'un pouvoir croissant sur les marchés en étroite coordination avec les négociants internationaux avec lesquels ils ont souvent construit des relations privilégiées depuis des décennies³¹. L'influence de ces deux acteurs se concrétise dans de nombreuses chaînes d'approvisionnement par la mise en place de barrières à l'entrée³² (volumes minimaux, gestion des stocks fournisseurs...) et la dépendance des petits producteurs³³. Ceci correspond à un modèle de gouvernance que les économistes qualifient de « relationnel ».

Grâce à cette évolution, les principaux distributeurs, torréfacteurs et négociants ont réduit la part de valeur du café vert dans la valeur du produit fini : à plusieurs reprises ils ont même réussi à augmenter leur marge brute alors que la valeur distribuée aux agriculteurs diminuait, créant des situations paradoxales – comme actuellement – de hausse de valeur dans les pays de consommation couplées à une baisse de valeur dans les pays de production³⁴.

En amont des chaînes d'approvisionnement, les caféiculteurs subissent généralement les termes de l'échange, à moins qu'ils ne parviennent à s'organiser collectivement en coopératives et/ou que leur gouvernement régule les prix. Ainsi, la valeur du café importé en France est **à la fois faible et volatile en comparaison de l'évolution en aval de la chaîne.**

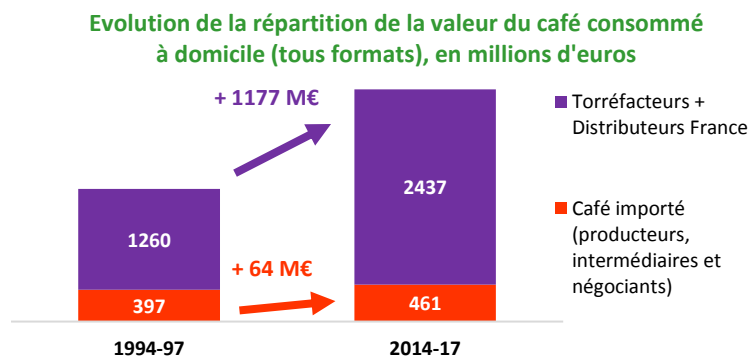


Figure 6. Evolution de la répartition de valeur du café consommé à domicile en France : moyenne annuelle en 1994-1997 et 2014-2017. Source : Basic

La comparaison à 20 ans d'intervalle de la valeur générée par les acteurs de l'aval de la chaîne (torréfacteurs et distributeurs) à celle captée par les acteurs de l'amont (producteurs et négociants) sur deux périodes de 4 ans **montre la profonde inégalité de l'évolution du secteur en France.**

Alors **que les torréfacteurs et les distributeurs ont créé 1,177 milliard d'euros de valeur supplémentaire entre les deux périodes** via leurs ventes de café, **les producteurs et négociants n'ont reçu que 64 millions d'euros de valeur supplémentaire**, soit 4% à peine du gain réalisé par les acteurs de l'aval (cette augmentation n'étant qu'apparente puisqu'elle ne tient pas compte de l'inflation dans les pays de production largement supérieure la plupart du temps).

Entre 2014 et 2017, les producteurs et négociants en amont n'ont ainsi touché que 16% de la valeur totale générée sur le marché français au cours des 4 dernières années, contre 24% vingt ans plus tôt.

Alors que la valeur créée en aval ne cesse de croître, la part qui revient aux producteurs est de plus en plus faible. L'analyse détaillée des chaînes de valeur du Pérou, de la Colombie et de l'Ethiopie vers la France confirme ce diagnostic.

- **Au Pérou et en Ethiopie**, les prix payés aux producteurs ont stagné sur le long terme (sans compter la forte inflation de ces pays) ; en 2017 les producteurs ne captent plus que 10% environ du prix de vente moyen du café au consommateur. En vis-à-vis, les coûts de production ont fortement augmenté, en particulier au Pérou, réduisant d'autant le revenu disponible pour les producteurs.
- **En Colombie**, les prix ont légèrement augmenté grâce à l'intervention publique de l'État. Cependant, même dans ce cas les producteurs ne captent que 16% du prix de vente moyen du café au consommateur en 2017 (tous formats confondus). En parallèle, les coûts ont également fortement augmenté, gommant ainsi la progression du prix obtenu par les caféiculteurs.

Une étude plus détaillée par format révèle que **la part de valeur revenant aux producteurs est bien plus faible dans le café portionné.** En effet, si les producteurs parviennent à toucher **de 11,6% (au Pérou) à 24,1% (en Colombie) du prix final d'un paquet de café moulu**, ils ne captent **que 2,7% (au Pérou) à 4,8% (en Colombie et en Ethiopie) du prix final dans le cas d'un café portionné.**

LES PRODUCTEURS BOIVENT LA TASSE

Sous rémunération et manque de trésorerie

En plus des baisses régulières de prix³⁵, les caféiculteurs doivent faire face à une augmentation des coûts de production depuis plus de 20 ans (prix croissant de la main d'œuvre et des intrants chimiques). Les faibles marges qu'ils dégagent découragent les investissements, ce qui entraîne des baisses de rendements et de qualité qui impactent *in fine* les prix qu'ils obtiennent pour leur café³⁶. Dans ce contexte, les producteurs les plus vulnérables sont souvent les moins organisés collectivement : faible pouvoir de négociation, absence d'intégration de la première transformation qui permettrait de contrôler la qualité et d'obtenir des prix plus rémunérateurs³⁷...

Seule une minorité des producteurs bénéficie de la valorisation de l'Arabica³⁸. Pour les autres, la situation économique n'est pas viable³⁹. Enclavés et dépendants de leurs acheteurs, les caféiculteurs souffrent également d'un manque critique d'accès au financement.

Faute des moyens suffisants pour entretenir leurs parcelles et parfois même pour récolter la totalité de leur café, obligés de s'endetter pour assurer leurs besoins essentiels, nombre d'entre eux se trouvent piégés dans une « trappe de pauvreté ». Finalement, dans beaucoup de régions, le métier de caféiculteur continue à perdre de son attractivité et les jeunes générations s'en détournent.

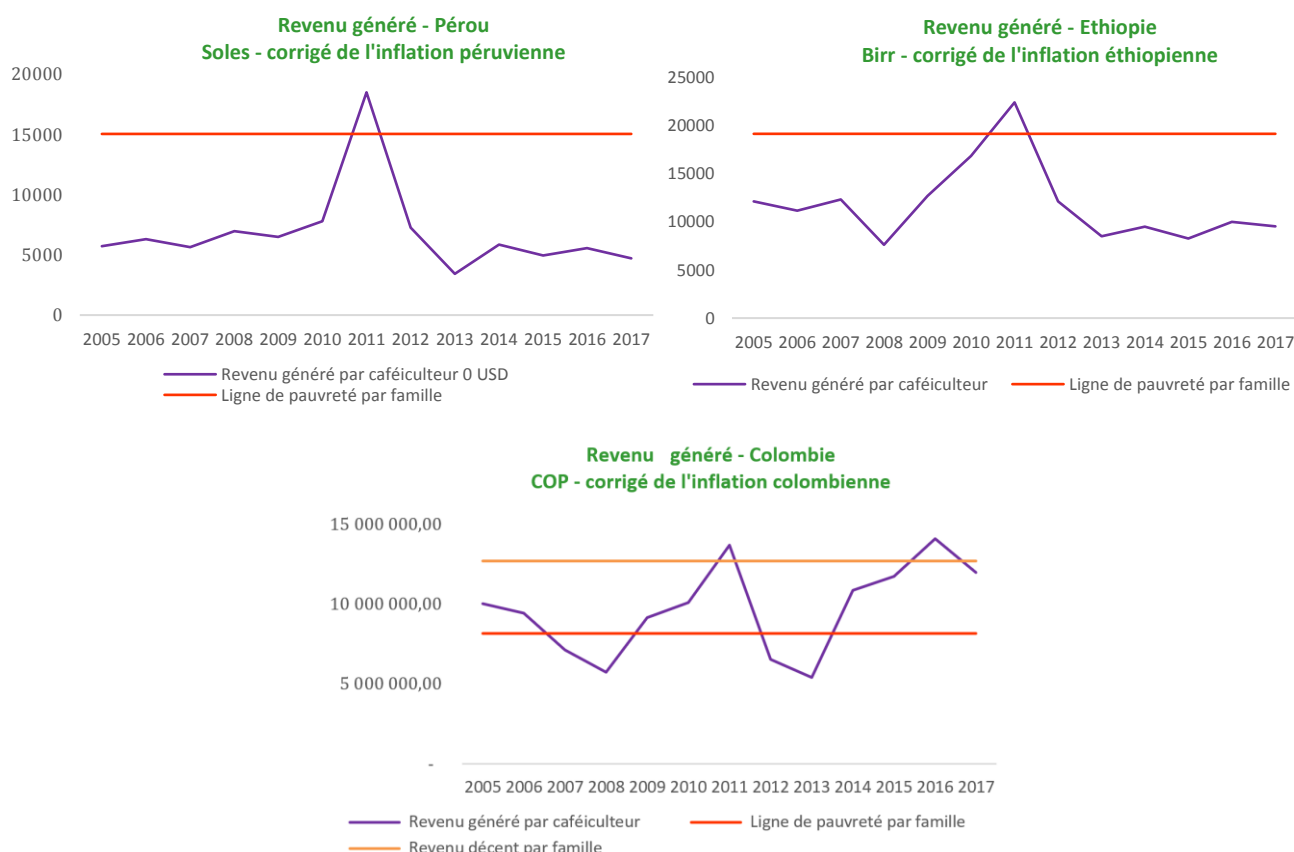


Figure 7. Evolution du revenu des caféiculteurs péruviens, éthiopiens et colombiens et comparaison avec le seuil de pauvreté. Source : Basic

Nos estimations montrent ainsi qu'au Pérou et en Ethiopie, les caféiculteurs ont généré des revenus (à partir de leur activité café) largement inférieurs au seuil de pauvreté (sauf en 2011) et touchent en 2017 un revenu 20% plus faible qu'en 2005.

En Colombie, bien que les caféiculteurs parviennent en moyenne à se hisser au-dessus du seuil de pauvreté, ils ne sont parvenus que très rarement à atteindre un niveau de vie décent, en 2011 et en 2016.

Une précarité endémique

Les familles qui cultivent le café souffrent souvent **de problèmes de malnutrition et de taux élevés d'analphabétisme, leur paupérisation alimentant les phénomènes de migration et de trafic de drogue**⁴⁰. Dans certains pays (Kenya, Honduras...), **le recours au travail des enfants reste parfois une solution pour contenir les coûts** face à une hausse des salaires agricoles ou à la difficulté de trouver des travailleurs⁴¹. **Ces derniers ont des conditions de travail précaires et vivent très souvent sous le seuil de pauvreté avec des salaires parfois inférieurs de 40% aux salaires décents**. En parallèle, ils sont exposés à de nombreux risques : maladies respiratoires, déficience à cause de l'exposition sans protection à des produits chimiques⁴²... **Enfin, il est documenté que les femmes sont les plus touchées par les inégalités dans le secteur** : alors qu'elles réalisent près de 70% des travaux d'entretien des parcelles et de récolte du café, elles sont la plupart du temps les moins bien payées et très rarement propriétaires⁴³.

La croissance des impacts environnementaux et de la déforestation

Un autre enjeu réside dans **les pollutions environnementales liées à l'utilisation d'intrants chimiques pour accroître les rendements et lutter contre la recrudescence des maladies des caféiers** (notamment à cause du changement climatique). Si les usages restent (très) limités dans des pays comme le Pérou ou l'Éthiopie car les intrants demeurent trop chers pour les producteurs, ils sont de plus en plus importants dans d'autres pays comme la Colombie du fait des politiques incitatives menées par les institutions publiques.

La production caféière a également un impact croissant sur la déforestation, qui résulte à la fois de l'expansion de la caféiculture et de la tendance à la modernisation des exploitations. A la clé : coupes des arbres procurant de l'ombrage et perte des services écosystémiques associés (régulation climatique, lutte contre l'érosion, maintien de la fertilité et de l'humidité des sols...) ⁴⁴.

L'évolution des modèles de production bouleverse ainsi les pratiques agro-forestières et s'oriente **vers des systèmes de monoculture caféière, sans ombrage, qui permettent des rendements de café plus importants à l'hectare**. Ces systèmes s'appuient notamment sur des variétés hybrides à croissance rapide qui nécessitent l'utilisation accrue des produits chimiques de synthèse, avec des coûts de production plus élevés et des impacts négatifs sur la qualité des sols et de l'eau, une perte de biodiversité, etc. ⁴⁵

Quand le changement climatique rebat les cartes

Parce qu'elle nécessite des conditions climatiques très spécifiques, **la culture du café – en particulier celle de l'Arabica**⁴⁶ - **est déjà fortement impactée par le changement climatique** : rouille du café en Colombie en 2011, puis l'année suivante en Amérique Centrale (qui a affecté près de 55% de la surface caféière totale), sécheresse extrême au Brésil en 2014⁴⁷ ou encore propagation de ravageurs résistants⁴⁸...

L'augmentation générale des températures et les périodes de fortes pluies liées au changement climatique rendent les récoltes incertaines. **Les rendements et la qualité des récoltes sont affectés, avec une augmentation des coûts de production qui peut diminuer fortement les revenus des producteurs**. Les effets du changement climatique sur les revenus aggravent les problématiques existantes de sécurité alimentaire, d'accès à la ressource en eau et de quantités produites. Les producteurs qui dépendent de parcelles de café de petites tailles pour vivre, et qui n'ont pas ou peu de sources de revenus complémentaires, sont les plus vulnérables. Pour beaucoup, **les effets du changement climatique dépassent déjà leur capacité d'action et il existe aujourd'hui peu de solutions éprouvées pour faire face à ce phénomène dans le secteur du café**⁴⁹.

Les tendances de ces dernières décennies annoncent une augmentation notable de la température dans la zone intertropicale d'ici 2050, une progression des précipitations et des saisons sèches de plus en plus arides⁵⁰. La fréquence des événements climatiques extrêmes devrait aussi augmenter, notamment via l'intensification des phénomènes El Niño/La Niña, favorisant maladies et attaques de ravageurs dans les zones caféières⁵¹. Ces changements pourraient induire une baisse des rendements de l'ordre de 20% d'ici 2050⁵² et réduire la qualité globale du café⁵³.

À l'échelle mondiale, environ 50% des surfaces actuellement utilisées pour la culture du café ne seraient plus adaptées d'ici 2050^{54,55}.

En vis-à-vis, **les travaux prospectifs prévoient une augmentation soutenue de la consommation de café** d'ici 2050 (en particulier celle des cafés de qualité⁵⁶) du fait de la croissance démographique, des changements d'habitudes de consommation et du développement des économies émergentes. Pour répondre à cette croissance, **il faudrait multiplier par 2,5 la surface actuellement disponible pour la caféiculture⁵⁷. La pression sur la production caféière risque donc d'être de plus en plus forte, avec à la clé des impacts probables sur la volatilité et les niveaux de prix.** Les nouvelles zones caféières développées pour répondre à la demande croissante amplifieront potentiellement le phénomène de déforestation déjà à l'œuvre, avec des impacts négatifs importants sur les écosystèmes et la biodiversité⁵⁸.

Pourtant, l'une des stratégies actuelles les plus répandues pour lutter contre les effets du changement climatique semble être la modernisation des exploitations (comme au Brésil), avec des impacts environnementaux non négligeables du fait de l'utilisation accrue d'intrants de synthèse⁵⁹.

Des coûts sociétaux qui objectivent la non durabilité de la filière café

Manque de trésorerie des producteurs, isolement et asymétrie de pouvoir vis-à-vis des exportateurs et négociants, incitation croissante à utiliser des intrants chimiques face aux maladies des caféiers dans un contexte de dérèglement climatique... De manière générale, aucun des 3 pays ayant nourri nos études de cas ne semble avoir trouvé les moyens d'assurer seul la résilience de son secteur caféier, étant pris dans les dynamiques du marché mondial libéralisé dont il ne peut s'extraire.

Pour rendre compte de l'ampleur des impacts sociaux et environnementaux liés au café dans ces pays de production, nous avons estimé les « coûts sociétaux » correspondants, **c'est-à-dire l'ensemble des pertes et dépenses qui sont reportées sur les tiers et la collectivité, et qui sont chiffrables à partir des données publiques disponibles** (voir ci-après).

Causes	Conséquences	Estimation des coûts sociétaux associés		
		Ethiopie	Colombie	Pérou
Sous-rémunération des producteurs ne permettant pas de couvrir le coût minimum d'une alimentation saine et suffisante, d'un logement, de l'éducation des enfants, des soins, de l'habillement et des transport	Besoin d'autres sources financières pour atteindre un revenu vital	477 millions \$	471 millions \$	414 millions \$
Ressources fiscales prélevées sur les acteurs de la filière insuffisantes par rapport aux besoins de services publics (éducation, santé, affaires sociales, eau/électricité, transports, protection de l'environnement...)	Déficit du budget de l'Etat dédié aux services publics essentiels dans les zones caféières	203 millions \$	236 millions \$	189 millions \$
Emissions de GES tout au long du cycle de vie du café	Changement climatique, dont les coûts sont supportés par la société	56 millions \$	259 millions \$	73 millions \$
Pollutions dues aux intrants chimiques (engrais, pesticides)	Dépenses de dépollution de l'eau supportés par la société		162 millions \$	
TOTAL DES COÛTS SOCIÉTAUX		736 millions \$	1 128 millions \$	676 millions \$
A titre de comparaison, le pourcentage que représentent les coûts sociétaux par rapport au montant total des impôts (hors TVA) prélevés dans chaque pays		70%	8,5%	6%

Figure 8. Tableau récapitulatif des coûts sociétaux estimées en 2017 dans les filières Pérou-France, Colombie-France et Ethiopie-France. Source : Basic

La grande majorité des coûts sociétaux sont liés aux questions sociales : manque à gagner des producteurs de café pour qu'ils puissent faire face aux besoins essentiels de leurs familles et manque de ressources de l'Etat pour financer les services publics de base dans les provinces caféières. Ces deux composantes représentent 63% des coûts sociétaux en Colombie, 89% au Pérou et 92% en Ethiopie. Leur montant total – qui oscille entre 600 et 700 millions de dollars par an dans chacun des pays étudiés – rend compte de l'ampleur de la précarité qui touche les communautés caféières et de la charge induite pour les pouvoirs publics. Le fait que les ordres de grandeur soient similaires entre les cas d'études témoigne, au-delà des différences de contexte, **du caractère systémique des problématiques sociales qui sont profondément liées au fonctionnement de la chaîne de valeur du café.**

Sur le plan environnemental, les différences sont plus marquées entre les cas d'études. Ainsi, la Colombie est le pays où la production de café génère les émissions de gaz à effet de serre les plus élevées (par kg de café produit) ainsi que d'importantes pollutions de l'eau aux nitrates. En résultent des coûts sociétaux conséquents qui s'expliquent par le modèle de production choisi par ce pays, basé sur une forte utilisation d'engrais et de pesticides de synthèse. En comparaison, les coûts environnementaux sont bien plus faibles au Pérou et en Ethiopie qui se caractérisent (encore) par des systèmes majoritairement agroforestiers avec un très faible usage d'intrants chimiques dont le prix est trop élevé pour la plupart des producteurs.

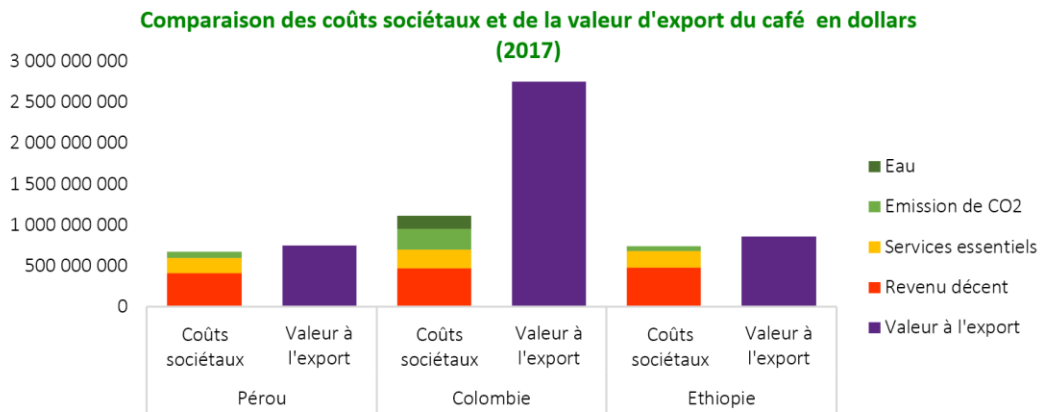


Figure 9. Comparaison des coûts sociétaux et de la valeur d'export du café en 2017 dans les filières Pérou-France, Colombie-France et Ethiopie-France. Source : Basic

Le montant total des coûts sociétaux pèse lourd en vis-à-vis de la valeur générée par le secteur du café dans les pays de production.

Dans le cas du Pérou et de l'Ethiopie, chaque dollar lié à l'export de café a généré en 2017 respectivement 90 centimes et 86 centimes de coûts sociétaux à la charge de ces pays et de leur population.

En Colombie la même année, les coûts sociétaux n'étaient que de 41 centimes par dollar de café exporté. En effet si le montant total des coûts sociétaux est plus important que dans les 2 autres pays, la valorisation du café à l'export est également beaucoup plus élevée, ce qui baisse mécaniquement le ratio de coûts sociétaux.

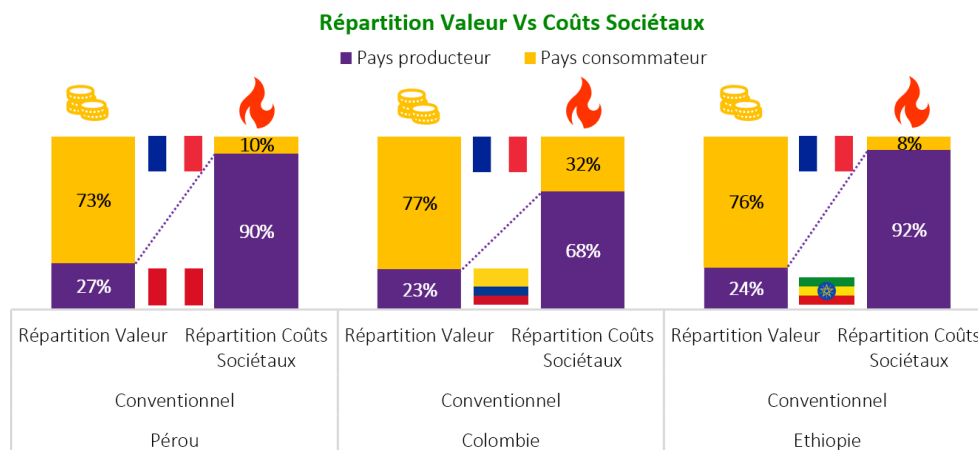


Figure 10. Comparaison de la répartition des coûts sociétaux et de la valeur entre pays producteur et pays consommateur dans les filières Pérou-France, Colombie-France et Ethiopie-France. Source : Basic

Autre analyse instructive : si les pays producteurs ne touchent en moyenne que 23% à 27% de la valeur créée par la chaîne de valeur du café, ils concentrent entre 68% et 92% des coûts sociétaux associés.

Les pays producteurs ne récupèrent qu'une portion minoritaire de la valeur générée par le secteur, alors qu'ils subissent les principaux impacts sociaux et environnementaux de la filière.

LE CAFÉ, MATIÈRE PREMIÈRE POUR LES ALTERNATIVES

Dans le secteur du café, les principaux cahiers des charges (ou standards) sociaux et/ou environnementaux sont ceux de l'agriculture biologique, du commerce équitable (le principal étant le système porté par Fairtrade International), et des labels « durables » développés par Rainforest Alliance et UTZ Certified (qui ont fusionné en 2018)⁶⁰. Il existe également des standards privés internes aux entreprises comme le cahier des charges 4C, AAA de Nespresso ou C.A.F.E. Practices de Starbucks⁶¹.

En l'état, il existe beaucoup plus de littérature académique et d'études d'impact indépendantes sur le commerce équitable, principalement labellisé Fairtrade, que sur les labels « durables » et les systèmes internes. Ce constat pose la question de la transparence des deux dernières catégories d'alternatives.

Les cafés équitables

Le commerce équitable est basé sur des engagements pris par les acteurs des filières pour permettre aux producteurs et travailleurs de vivre de leur travail et d'investir collectivement sur le long terme.

Plus spécifiquement, ses principes fondateurs sont les suivants :

- **En s'organisant de manière collective et démocratique**, les producteurs et les travailleurs peuvent acquérir de plus grandes capacités de gestion et de négociation.
- **Un prix minimum garanti** est mis en place afin de servir de « filet de sécurité » pour les producteurs.
- **La prime du commerce équitable**, dont l'usage est décidé collectivement par les organisations de producteurs et de travailleurs. Elle se double d'une **prime spécifique** pour aider les producteurs **au passage en bio**.
- **Le respect des conventions fondamentales de l'OIT** (Organisation Internationale du Travail) et **la réduction des impacts environnementaux** par l'adoption de bonnes pratiques agricoles.
- À travers **leurs campagnes de sensibilisation et d'information**, les mouvements du commerce équitable encouragent les consommateurs à se préoccuper de l'origine des produits qu'ils achètent et des conditions sociales et environnementales dans lesquelles ils ont été fabriqués.

En 2018, la démarche de labellisation Fairtrade/Max Havelaar, pionnière de la labellisation équitable en grande distribution, est la plus développée dans le secteur du café en termes de nombre d'organisations certifiées comme de volumes commercialisés. Elle est suivie depuis quelques années par d'autres labels (le « Símbolo de los Pequeños Productores », « Fair For Life », Bio Partenaire, World Fair Trade Organisation...).

En France, le café était en 2017 le produit issu du commerce équitable le plus vendu avec 51% des ventes en valeur⁶², soit un chiffre d'affaires d'environ 300 millions d'euros⁶³. 745 références de café sont labellisées en France, dont 532 également certifiées agriculture biologique⁶⁴. Le label Fairtrade/Max Havelaar représente 654 références de café dont 442 également certifiées agriculture biologique. À noter qu'en hors domicile, une partie des cafés vendus chez Starbucks sont labellisés Fairtrade⁶⁵.

Les principaux pays d'approvisionnement du café certifié commerce équitable vendu en France sont le Pérou, le Mexique, le Guatemala, la Colombie, l'Éthiopie et l'Indonésie.

Les cafés « durables »

En réponse aux attentes des consommateurs en termes d'éthique et de durabilité, plusieurs autres initiatives de labellisation ont été lancées en partenariat avec des industriels du secteur (en particulier UTZ Certified et Rainforest Alliance aujourd'hui fusionnés), faisant du café l'un des tous premiers produits agricoles commercialisés dans des filières dites « éthiques »⁶⁶.

Ces démarches ont plusieurs principes en commun avec les labels de commerce équitable :

- La réduction des impacts environnementaux et la protection de la biodiversité par l'adoption de bonnes pratiques agricoles
- Le respect des conventions fondamentales de l'OIT (liberté syndicale, non travail forcé des enfants, non-discrimination...)

Elles se distinguent néanmoins du commerce équitable par leur approche des enjeux économiques : si elles partagent le constat de la sous-rémunération des caféiculteurs, elles considèrent que l'augmentation de la productivité peut permettre aux producteurs de mieux gagner leur vie. **Elles n'ont donc aucune exigence de régulation des prix ni de renforcement du pouvoir de négociation des producteurs** par leur organisation collective (elles prévoient par contre le paiement d'une « prime qualité » non systématique qui est 3 à 4 fois moins élevée que la prime de commerce équitable).

Bien que ces certifications « durables » soient assez répandues sur le marché du café en France, **il existe peu d'informations consolidées les concernant.** Le label Rainforest Alliance est par exemple présent dans les GSA sur certains formats Lavazza⁶⁷. Le label UTZ Certified travaille en France avec JDE, Lavazza⁶⁸ et Café Royal, notamment sur une nouvelle gamme de boissons froides⁶⁹. En hors domicile, le label certifie notamment le café vendu dans les McCafé et McDonald's⁷⁰ et certains produits des machines de distribution automatique Selecta Vending⁷¹. En ce qui concerne les capsules Nespresso, 40% du café proposé est certifié Rainforest Alliance⁷².

La certification UTZ est surtout implantée dans les grands pays producteurs (Brésil, Vietnam), car essentiellement portée par les grands industriels du secteur. La certification Rainforest Alliance a quant à elle une répartition légèrement différente avec une part plus importante des volumes produits sur le continent africain.

Les démarches internes des torréfacteurs

En complément des démarches précédentes, les grands torréfacteurs se sont également dotés depuis plusieurs années de codes de conduite et cahiers des charges internes qui visent à améliorer leurs pratiques d'achat et d'approvisionnement. Les principales d'entre elles sont la démarche 4C développée en commun par les principaux industriels du secteur, ainsi que les programmes AAA de Nespresso, CAFE Practices de Starbucks et « Voix de la Terre » de Lavazza⁷³.

Le premier objectif de ces démarches internes est d'assurer la qualité requise du café à des coûts acceptables grâce à l'amélioration des rendements par les producteurs. À ces exigences techniques s'ajoutent souvent des critères de respect des conventions de l'OIT et d'adoption de bonnes pratiques agricoles qui s'inspirent de ceux des labels « durables » et de commerce équitable.

Ces démarches se distinguent des labellisations précédentes par **leur approche de gestion de risque, d'amélioration continue avec une moindre exigence de critères obligatoires, et l'absence d'audit externes de leurs engagements** (sauf dans le cas de Starbucks).

Les engagements des grands groupes

Les attentes sociétales des consommateurs se concentrent principalement dans les marchés dits matures (l'Europe et l'Amérique du Nord représentant plus de 85% des ventes) où le pouvoir d'achat moyen est plus élevé⁷⁴. Elles ont influencé les grandes marques de café qui font aujourd'hui appel à plusieurs labels et/ou ont mis en place leurs propres programmes de durabilité internes⁷⁵.

Volumes des achats de café vert par acteur dont part aux standards internes ou externes
(en milliers de tonnes, 2016/17)

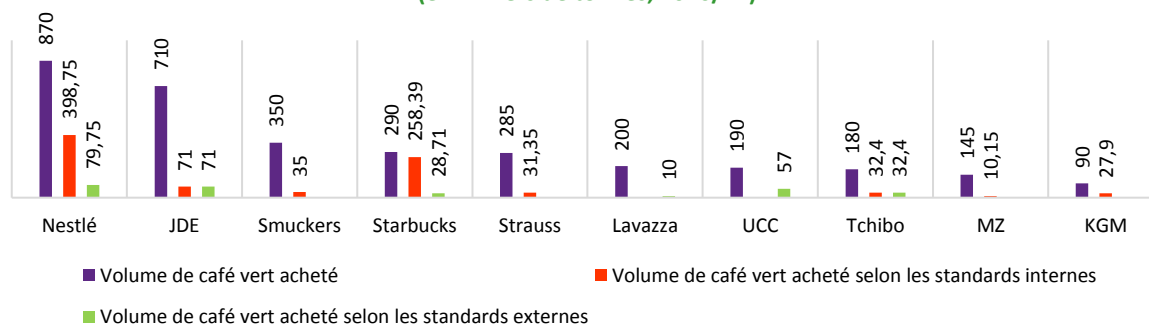


Figure 11. Comparaison des volumes d'achat de café vert total et certifié. Source : BASIC, d'après les données Hivos 2018

À titre d'exemple, la quasi-totalité du café acheté par Starbucks en 2017 était audité, 90% selon son programme interne C.A.F.E. Practices et 7% environ par le label de commerce équitable Fairtrade⁷⁶.

Quant à Nestlé, 75% de son café audité suivait le code de conduite 4C, 25% son standard interne AAA (dont un peu plus de la moitié également certifiée par Rainforest) et 1% était certifié par Fairtrade. Chez JDE enfin, 50% des approvisionnements suivaient le code de conduite 4C en 2014, l'autre moitié étant certifiée UTZ ou Rainforest (ce qui faisait de JDE le premier client de ces 2 certifications)⁷⁷.

L'IMPORTANCE DES CONTEXTES LOCAUX



Au Pérou : des impacts positifs importants générés par les filières équitables et biologiques, non documentés pour les labels « durables »

Développement des alternatives

En 2016 plus de 47 000 tonnes de café ont été exportées du Pérou aux conditions du commerce équitable Fairtrade, soit 25% des exports totaux du pays⁷⁸. La plupart des organisations de producteurs sont certifiées Fairtrade et elles regroupent 44 800 producteurs sur les 224 000 que compte le pays, contre environ 11 800 producteurs certifiés UTZ et 8 750 certifiés Rainforest. **Le commerce équitable n'est plus une niche de marché et les organisations associées ont atteint un effet de seuil leur permettant d'influencer plus largement le secteur.**

Principaux impacts recensés

Le commerce équitable – en premier lieu labellisé Fairtrade - a été un levier essentiel du développement des coopératives : protection en période de crise (prix minimum garanti) et trésorerie supplémentaire **grâce à un prix supérieur de 16% en moyenne à celui des filières conventionnelles en 2017, à la prime de développement et à un accès facilité au préfinancement**. Les coopératives ont pu mettre en œuvre une stratégie de qualité dans un cadre de relations commerciales plus stables.

Associé à la certification biologique pour 70% des volumes, **il a permis aux organisations de consolider le modèle traditionnel agroforestier de culture du café au Pérou** tout en assurant une traçabilité physique de leur production. Grâce à la prime additionnelle du commerce équitable pour une production biologique, les producteurs ont pu rentabiliser leur passage en agriculture biologique (touchant un prix 50% plus élevé que dans le conventionnel en 2017) et tirer un meilleur revenu de leur production de café.

Quant aux systèmes UTZ et Rainforest, leurs impacts spécifiques restent à documenter. Leur développement est limité au Pérou en raison de la faiblesse de la prime qualité que perçoivent les producteurs en comparaison des coûts de mise en conformité. En dehors des organisations de producteurs déjà certifiées par le commerce équitable, ils sont en majorité mis en œuvre par des producteurs plus intensifs (c'est-à-dire utilisant plus d'intrants) avant même leur certification.

Chaîne de valeur

Dans le système Fairtrade, les producteurs touchent une part plus grande de la valeur totale : 16,1% contre 11,6% dans le conventionnel. Lorsqu'elles exportent, les coopératives certifiées Fairtrade parviennent à capter une part plus importante de la valeur (18,8% contre 12,4% pour les exportateurs de café conventionnel). Dans le cas d'une double certification Fairtrade – biologique, la part revenant aux coopératives est légèrement plus faible (par rapport au Fairtrade seul) car les prix de ventes des produits correspondants sont plus élevés.

Faute d'informations suffisantes, nous n'avons pas pu analyser de café certifiés UTZ ou Rainforest contenant du café péruvien.

Coûts sociétaux

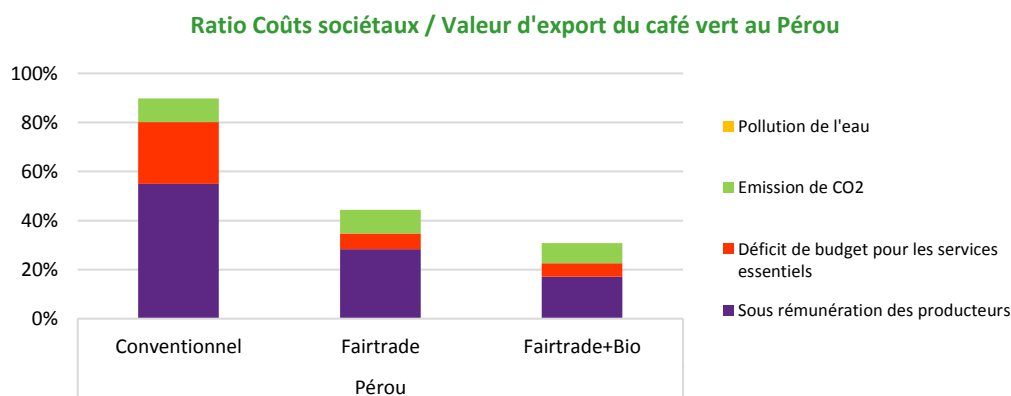


Figure 12. Comparaison des coûts sociétaux dans les filières Pérou-France. Source : Basic

Les différences d'impacts se retranscrivent en termes de coûts sociétaux : alors que les filières conventionnelles de café génèrent 90 centimes de coûts sociétaux pour chaque dollar de valeur d'export du café vert, **ils sont réduits à 44 centimes dans le cas des filières certifiées Fairtrade et 31 centimes avec la double certification Fairtrade-Bio.**

Limites

Concernant le commerce équitable, l'épidémie de rouille depuis 2013 conjuguée à la montée en puissance des grands exportateurs privés dans le système Fairtrade, ont fortement fragilisé un certain nombre de coopératives qui ont vu leur autonomie se réduire et leur base s'éroder.

Les labels UTZ et Rainforest, quand ils sont mis en œuvre par des producteurs de plus grande taille et intensifs, semblent contribuer à l'augmentation de l'usage d'intrants de synthèse, une tendance problématique face à la nécessité de protéger le modèle agroforestier péruvien dans un contexte de dérèglement climatique.



En Colombie : des impacts positifs significatifs quand la certification équitable est associée à l'agriculture biologique, et supérieurs à ceux du système UTZ

Développement des alternatives

Les volumes commercialisés aux conditions du commerce équitable représentent 2,5% des exportations du pays en 2017, dont un quart environ est certifié en agriculture biologique.

67 000 producteurs sont membres de coopératives certifiées Fairtrade, contre environ 10 000 pour Rainforest et 6 400 pour UTZ (leur faible développement s'expliquant comme pour le Pérou par la faiblesse des primes proposées au regard des coûts de mise en œuvre pour les producteurs).

Principaux impacts recensés

Le commerce équitable Fairtrade a été un levier pour les producteurs plus isolés ayant des **systèmes agroforestiers**, désireux de s'émanciper de la tutelle de la fédération nationale. Via la création d'associations et le contact avec des acheteurs prêts à valoriser la qualité de leur café ils ont pu s'organiser et s'autonomiser.

Si l'agriculture biologique est très faiblement implantée en Colombie, **son association à la démarche de commerce équitable a permis de générer des impacts significatifs : revenus accrus de 20%** pour les producteurs et surtout **développement d'un modèle agroforestier et biologique** offrant une alternative pour lutter contre les effets du changement climatique en vis-à-vis du système promu par les autorités dans le pays.

Les démarches UTZ et RFA sont surtout mises en œuvre **par des exploitations plus productives/intensives et de taille supérieure à la moyenne**, sélectionnées par la fédération nationale. En conséquence, l'impact de ces certifications sur le revenu des producteurs est indissociable de l'appui fourni par les autorités. Par ailleurs, elles génèrent une utilisation d'engrais chimiques deux fois supérieure au conventionnel, qui est à l'origine de pollutions aux nitrates accrues, un enjeu critique pour le secteur en Colombie.

Chaîne de valeur

Nous n'avons pas pu identifier l'effet de la labellisation équitable sur la découpe de prix d'un café pure origine Colombie (les différences de pourcentage s'expliquant essentiellement par celles des tailles d'entreprise et des positionnement marketings des cafés commercialisés).

En revanche, dans le cas de l'association entre labellisation équitable et biologique, nos relevés montrent que la part revenant aux producteurs est légèrement plus élevée, passant de 24% (dans le conventionnel) à 26% (pour le Fairtrade-Bio).

Concernant les labels « durables », les informations disponibles n'étaient pas suffisantes pour estimer la découpe de valeur associée.

Coûts sociétaux

Ratio Coûts sociétaux / Valeur d'export du café vert en Colombie

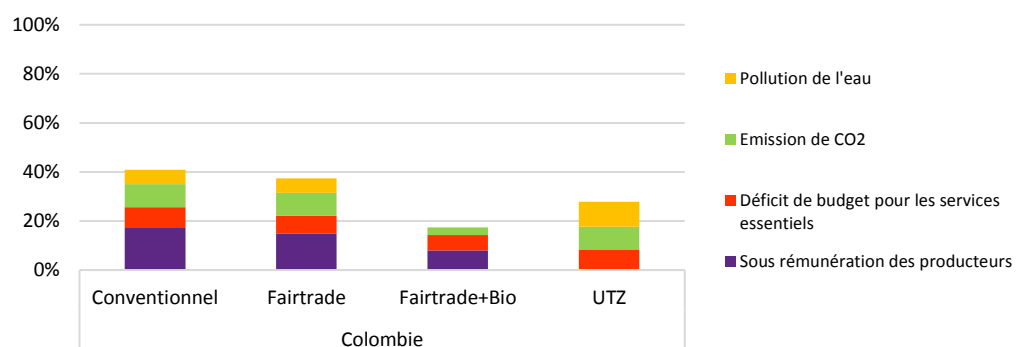


Figure 13. Comparaison des coûts sociétaux dans les filières Colombie-France. Source : Basic

Nous avons estimé qu'il y a 41 centimes de coûts sociétaux pour chaque dollar de valeur d'export du café vert colombien. Ces coûts **sont réduits à 37 centimes dans le cas des filières certifiées Fairtrade, à 17 centimes avec la double certification Fairtrade-Bio, et à 28 centimes dans le cas de la certification UTZ.**

Limites

Dans un contexte de forte utilisation d'intrants chimiques, **la démarche de commerce équitable a permis à certains producteurs de s'émanciper et de développer un modèle agroforestier biologique. Reste à voir dans quelle mesure elle peut influencer la majorité des caféiculteurs « pris »** dans le modèle unique promu par la fédération nationale colombienne.

Quant aux labels « durables », ils semblent au contraire conforter les producteurs dans ce modèle intensif, avec des impacts importants à la clé.



En Ethiopie : une amélioration relative de la situation des producteurs limitée par un manque de dynamique interne des coopératives

Développement des alternatives

Comme dans les deux autres cas d'étude, le commerce équitable est plus implanté dans le secteur du café en Ethiopie que les initiatives UTZ et Rainforest : en 2017, **29% des coopératives éthiopiennes seraient certifiées Fairtrade** (soit environ 150 000 producteurs), **27% seraient certifiées en agriculture biologique et 2% par UTZ ou Rainforest** (soit respectivement 23 000 et 3 600 producteurs).

Principaux impacts recensés

L'effet positif le plus manifeste du commerce équitable concerne **les coopératives qui ont réussi à utiliser ce levier pour se développer, créer un capital collectif et investir dans les infrastructures communautaires (éducation, santé)**. Par contre, les effets sur le niveau de vie des producteurs est plus faible que dans les autres pays en raison de la part minoritaire du café dans leurs revenus et de l'utilisation de la majorité de la prime par les coopératives pour leur organisation interne.

La grande majorité de la production de café Ethiopien est naturellement biologique, une grande partie ayant la double certification Fairtrade et biologique. Lorsqu'elle est associée au commerce équitable, cette certification permet **d'accroître de 10% l'impact sur le revenu des producteurs et surtout de préserver le modèle agroforestier traditionnel éthiopien** pour la production de café qui permet de lutter contre les effets du changement climatique (vents chauffants, fortes pluies, saisons sèches plus longues).

En comparaison, les démarches **Rainforest et surtout UTZ** apparaissent avant tout mises en œuvre par des **exploitations qui étaient déjà spécialisées et de taille plus importante, contrastant avec la moyenne du pays et les filières équitables**. La seule étude d'impact disponible sur Rainforest ne permet pas d'objectiver ses impacts spécifiques, ces derniers découlant des caractéristiques des producteurs avant certification.

Chaîne de valeur

Comme pour le Pérou, les producteurs touchent une part plus grande de la valeur totale dans le cas de produits certifiés Fairtrade : 20% pour un paquet moulu 250g de café pure origine Ethiopie, contre 17,4% dans le conventionnel. De plus, les coopératives certifiées parviennent à capter une part plus importante de la valeur (20,3% contre 13,4% pour les exportateurs de café conventionnel). Dans le cas d'une double certification Fairtrade – biologique, la part revenant aux producteurs est encore accrue, passant à 23,7% du prix final d'un paquet moulu 250g. Par contre, cette différence est bien plus faible quand le café est vendu en capsule : 4,8% quand elle est doublement certifiée contre 4,1% dans le conventionnel.

Concernant UTZ ou Rainforest, nos relevés n'ont pas permis d'identifier de produits certifié pure origine Ethiopie.

Coûts sociétaux

Ratio Coûts sociétaux / Valeur d'export du café vert en Ethiopie

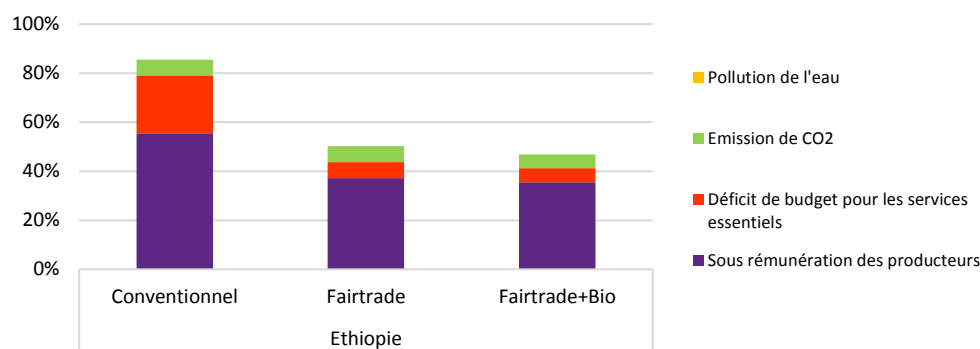


Figure 14. Comparaison des coûts sociétaux dans les filières Ethiopie-France. Source : Basic

Dans les filières conventionnelles de café éthiopien, 86 centimes de coûts sociétaux sont générés pour chaque dollar de valeur d'export du café vert. Ces coûts **sont réduits à 50 centimes dans le cas des filières certifiées Fairtrade et 47 centimes avec la double certification Fairtrade-Bio**.

Limites

L'impact relativement plus faible de la démarche de commerce équitable Fairtrade sur les revenus des producteurs (en comparaison du Pérou et de l'Ethiopie) est lié à la participation limitée des producteurs au fonctionnement des coopératives et la faible concurrence entre elles, une problématique générale dans le secteur du café éthiopien qui dépasse la seule démarche de commerce équitable, mais que cette dernière ne semble pas avoir réussi à juguler jusqu'à présent.

De leur côté, les labellisations Rainforest et surtout UTZ sont surtout associées à de (plus) grands producteurs patronaux spécialisés dans le café qui participeraient à déstabiliser le modèle agroforestier traditionnel éthiopien (des évaluations de terrain seraient nécessaires pour en mesurer les impacts sociaux et environnementaux).

DES ALTERNATIVES AUX RESULTATS VARIABLES

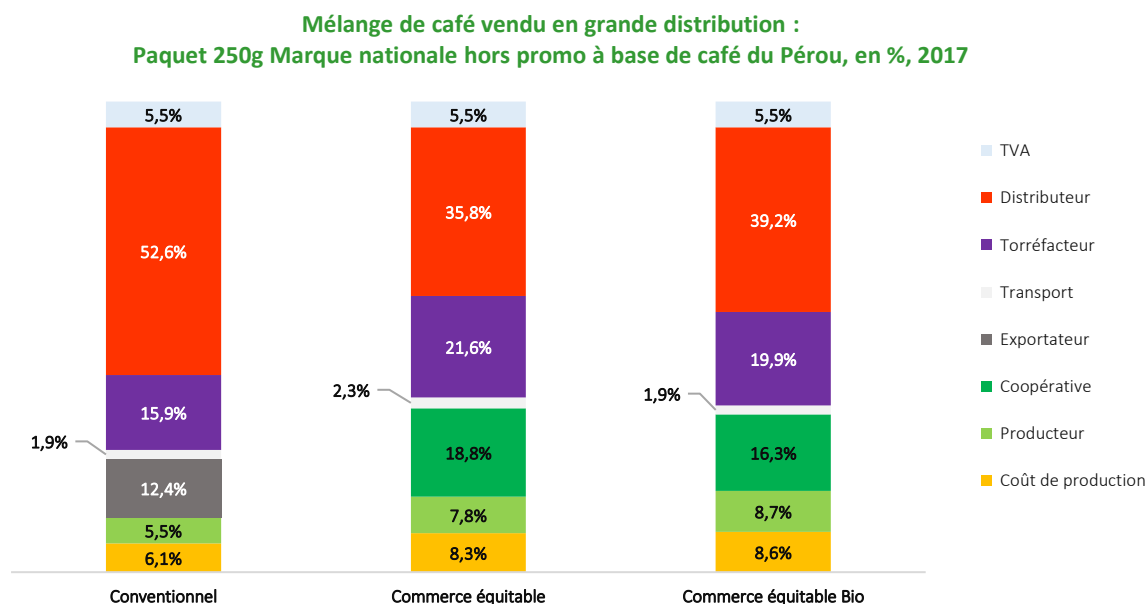
Les disparités de résultats observées entre les 3 pays s'expliquent avant tout par les différences de contexte (historique du secteur, dynamiques d'organisation des producteurs, existence d'une régulation publique, modèles de production traditionnels...). **Au-delà de ces disparités, les études de cas permettent néanmoins d'appréhender les différences entre les alternatives analysées.**

Un manque d'informations sur les certifications « durables »

Les certifications « durables » comme Rainforest et UTZ – désormais fusionnées – se caractérisent par le peu d'études indépendantes qui rend difficile l'objectivation de leurs impacts. Leur vision de la durabilité économique pour les producteurs est centrée sur la hausse de leurs rendements afin d'améliorer leur rentabilité et leurs revenus⁷⁹, l'idée étant qu'il n'y a pas besoin de réguler le marché pour résoudre les problématiques sociales et environnementales de la filière dès lors que les entreprises en aval se dotent de critères en la matière, ce qui est loin d'être corroboré par l'étude. **Dans les faits, ces certifications sont généralement associées à des exploitations plus grandes, qui utilisent plus d'intrants et disposent de moyens et d'accompagnement supérieurs à la moyenne.**

Les études d'impacts disponibles nous ont seulement permis de faire des estimations de coûts sociétaux en Colombie où les effets de la certification UTZ paraissent plus faibles que la double labellisation Fairtrade et bio, en raison de la consommation accrue d'engrais chimiques.

Le commerce équitable : un outil qui fonctionne...



En vis-à-vis, il existe plus d'études et de publications sur le commerce équitable, qui permettent d'en évaluer les effets⁸⁰. Elles convergent sur le fait que ce système permet d'améliorer la situation des producteurs de café :

- **En posant comme préalable aux filières équitables l'organisation collective des producteurs qui permet de rompre leur isolement et de renforcer leur pouvoir de négociation.** Le succès de ces organisations est lié au développement de stratégies autonomes et décidées collectivement ayant permis la valorisation du café de leurs membres jusqu'aux consommateurs. A titre d'exemple, en 2017, les producteurs péruviens de café labellisé Fairtrade/Max Havelaar ont ainsi pu capter 16,1% de la valeur des cafés vendus en paquet de 250 g contre 11,6% dans les filières conventionnelles, tandis que les coopératives certifiées recevaient pour leur part 18,8% de cette valeur.
- **En proposant un filet de sécurité (le prix minimum)** dans un contexte de volatilité des prix et de baisses régulières au-dessous des coûts de production, ainsi qu'une prime collective et des facilités de préfinancement qui répondent au besoin de trésorerie des producteurs et de leurs organisations ; en moyenne les producteurs péruviens ont ainsi gagné 24% de plus dans les filières équitables que dans la filière conventionnelle.

- **En association avec l'agriculture biologique, afin de préserver les modèles de production agroforestiers sans engrais et pesticides de synthèse** (via notamment la prime biologique Fairtrade/Max Havelaar qui permet de compenser les pertes de rendements et d'atteindre un seuil de rentabilité suffisant).

Ratio Coûts sociétaux / Valeur d'export du café vert par pays et type de filière

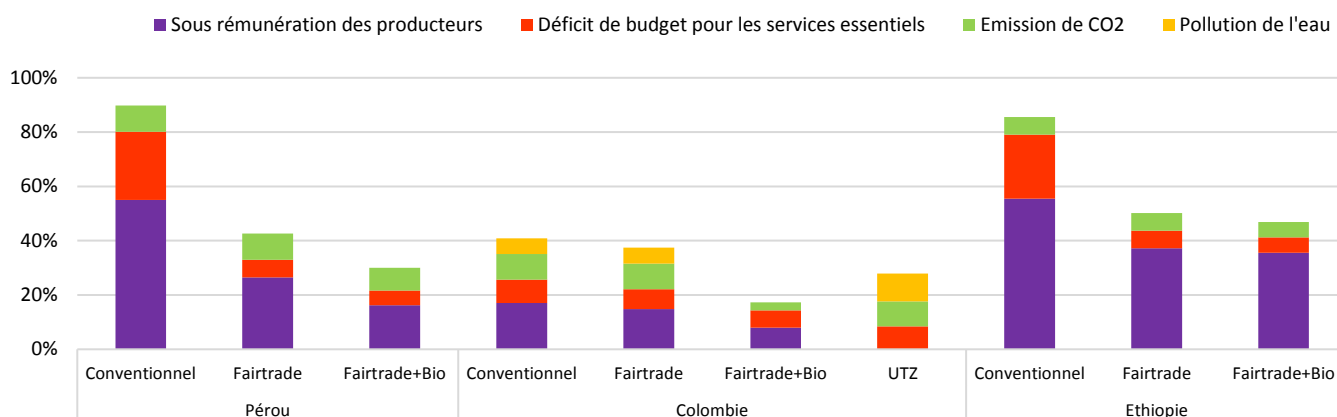


Figure 16. Comparaison des coûts sociétaux dans les filières Pérou-France, Colombie-France et Ethiopie-France. Source : Basic.

C'est d'ailleurs la **double labellisation équitable – agriculture biologique qui génère les meilleurs résultats**, comme en témoigne le calcul des coûts cachés reportés sur la société : pour chaque dollar lié à l'export de café, les coûts sociétaux sont réduits de 45% en Ethiopie, 58% en Colombie et 66% au Pérou. **La production agroforestière biologique** des organisations de producteurs doublement certifiées – en particulier au Pérou et en Colombie – apparaît donc comme **un modèle de résilience et de durabilité à approfondir dans le secteur du café face aux incertitudes croissantes engendrées par le dérèglement climatique**.

Dans tous les cas, la double certification Fairtrade et biologique génère la plus forte diminution d'impacts, mesurée par les coûts sociétaux associés, c'est-à-dire les pertes et dépenses qui sont reportées sur la collectivité (Etat...) et les populations.

...mais ne peut répondre seul aux enjeux

Les leviers activés par le commerce équitable sont nécessaires car ils touchent les points clés à l'origine des problèmes de la filière : asymétrie de pouvoir de négociation des producteurs, besoin de régulation des prix, manque de financement, incitation à l'utilisation d'engrais et pesticides de synthèse. **Toutefois, un certain nombre de limites** à l'impact du commerce équitable ont été relevées dans les différentes études de cas.

En premier lieu, **leur efficacité dépend des volumes de café vendu par les coopératives aux conditions du commerce équitable** – souvent trop faibles par rapport à leurs ventes totales – et des contextes régionaux : suivant les pays, l'implication des producteurs dans leurs coopératives, les besoins de trésorerie ou encore les coûts de production peuvent varier fortement. Surtout, les mécanismes existants ne semblent pas suffisants pour répondre de façon autonome :

- **au besoin d'encadrement des rapports de force** actuellement en faveur des principaux acheteurs de la filière et des pratiques commerciales déloyales qui en découlent ;
- **à la question de la répartition de la valeur tout au long de la chaîne** : si le commerce équitable permet aux producteurs de capter une part plus importante du prix final du café lorsqu'il est vendu en paquet 250g (jusqu'à 23,7% en Ethiopie et 26,7% en Colombie), cette capacité s'atténue fortement dans les cas des capsules où 85% à 90% du prix final est capté par les torréfacteurs et distributeurs.

Pour finir, l'articulation entre les démarches de certification équitables existantes – approches filières – et les régulations publiques au sein des pays de production comme de consommation – approches territoriales – semble nécessaire pour répondre aux défis actuels et assurer la résilience de la filière du café.



LEVIERS DE CHANGEMENT ET RECOMMANDATIONS

Les facteurs clés du changement

C'est dans les filières conventionnelles que la valeur créée par les torréfacteurs et distributeurs est la plus forte, que les pays producteurs captent le moins de valeur et que les coûts sociétaux sont les plus importants.

Ces résultats confirment **l'enjeu clé de la redistribution des gains générés en aval de la chaîne de valeur du café**, en particulier en France où ils n'ont jamais été aussi élevés, **à un moment où les producteurs n'en ont jamais eu autant besoin**, tant pour vivre dignement de leur travail que pour s'adapter aux impacts croissants du dérèglement climatique.

En complément, **trois leviers semblent essentiels pour permettre de juguler les impacts négatifs engendrés** dans les pays producteurs :

- ***La régulation du secteur et la capacité de valorisation du café sur le marché***
La Colombie, qui a le système de régulation le plus complet – combinant intervention sur les prix, valorisation par des signes de qualité, réinvestissement de taxes prélevées sur l'export et contrôle des exportateurs – est aussi celui où les producteurs ont les revenus qui se rapprochent le plus d'un niveau décent. En comparaison, le Pérou qui a totalement libéralisé son secteur est le pays où le niveau de pauvreté des caféiculteurs est le plus fort, et l'Éthiopie se situe entre les deux, sa régulation d'inspiration libérale ne parvenant pas aux mêmes avancées qu'en Colombie.
- ***Le degré d'organisation et d'autonomisation des producteurs***
L'amélioration des revenus est la plus forte en Colombie, où elle découle en grande partie de la forte structuration des producteurs depuis plusieurs décennies ; elle semble cependant contrebalancée par leur faible autonomie individuelle (dépendants d'un système contrôlé par la FNC au niveau national). De même en Éthiopie, la faiblesse de la dynamique interne des unions de coopératives (du fait de la participation limitée de leurs membres et de la faible implication des équipes dirigeantes pour améliorer la situation) est un obstacle majeur à l'amélioration des revenus.
- ***L'existence d'un modèle agroforestier à faible utilisation d'intrants***
L'Éthiopie et le Pérou, pays dans lesquels la caféiculture repose sur un système majoritairement agroforestier présentent des impacts environnementaux significativement réduits – pollution de l'eau, émissions de gaz à effet de serre, disparition de la biodiversité. Par contraste, la Colombie qui a fait le choix d'une production intensive en capital et orientée vers les hauts rendements génère des pollutions supérieures.

C'est sur cette base qu'ont été développées les recommandations suivantes afin de permettre l'avènement d'une filière réellement durable du café.

Nos recommandations par grandes cibles

Pour assurer la durabilité de la chaîne de valeur du café depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs, à l'échelle internationale comme au niveau des différents pays, il est nécessaire d'actionner de manière simultanée un certain nombre de leviers détaillés ci-dessous (par catégorie d'acteurs auxquels ils s'adressent) :

Dans les pays consommateurs : créer un cadre propice et incitatif pour les alternatives dont l'impact est avéré

1. Susciter la prise de conscience des inégalités de répartition de la valeur dans la filière du café
2. Créer une obligation de transparence vis-à-vis des consommateurs (origines, répartition de la valeur...)
3. Mettre en œuvre le devoir de vigilance (en particulier sur le paiement des revenus et salaires décents)
4. Créer une taxe pollueur-payeur sur les emballages de dosettes, en fonction de leur composition et de leurs impacts
5. Moduler le taux de TVA des produits de café en fonction des impacts socio-environnementaux

À destination des acteurs du secteur : s'engager et garantir une transparence sur l'ensemble de leurs filières

1. S'engager à payer des prix permettant de garantir les revenus et salaires décents (accords/contrats multipartites sur l'approvisionnement de café)
2. Développer des outils de préfinancement adaptés aux besoins des producteurs et de leurs organisations en fonction de leur degré d'autonomie et d'intégration verticale
3. Assurer la transparence sur le pourcentage de la valeur qui revient aux producteurs
4. Assurer la transparence sur l'origine pour les cafés de masse/standardisés

Dans les pays producteurs : soutenir la structuration collective des producteurs à la base et le développement de modèles agroforestiers diversifiés

1. Développer l'accès au financement pour les producteurs et leurs organisations
2. Soutenir les organisations de producteurs et de travailleurs, leur développement et leur démocratie interne
3. Documenter et diffuser la connaissance sur les modèles alternatifs de production du café bio/agroforestier
4. Développer des programmes spécifiques d'information et de formation sur les inégalités que subissent les femmes dans la filière café, et porter les réformes nécessaires à leur résolution (sur le foncier par exemple)

A destination des acteurs institutionnels : mieux réguler et connaître les enjeux actuels

1. Créer un observatoire permanent sur la durabilité des filières de café qui commence par publier des estimations annuelles sur les prix et marges dans le secteur
2. Financer de nouvelles études de terrain sur les revenus/salaires décents dans les zones caféières et intégrer les résultats dans l'observatoire
3. Promouvoir les systèmes agroforestiers et biologiques comme réponse aux défis du dérèglement climatique dans le secteur du café
4. Financer des études sur la déforestation dans les zones caféières et intégrer les résultats dans l'observatoire
5. Créer de nouveaux outils d'encadrement de la volatilité des prix au niveau international

Notes

- ¹ Potts, J. et al., The state of sustainability initiatives review, 2014
- ² Hivos, Coffee Barometer, 2014
- ³ La formule de calcul est la suivante : Valeur ajoutée créée en France = valeur totale des ventes de café pour consommation à domicile (données Euromonitor 2017) – valeur totale du café importé en France (données Comtrade 2017)
- ⁴ International Coffee Organization, Data on the Global Coffee Trade, http://www.ico.org/new_historical.asp
- ⁵ International Coffee Organization, Data on the Global Coffee Trade, http://www.ico.org/new_historical.asp
- ⁶ International Coffee Organization, Data on the Global Coffee Trade, http://www.ico.org/new_historical.asp
- ⁷ The Climate Institute, A Brewing Storm: The climate change risks to coffee, 2016
- ⁸ The Climate Institute, A Brewing Storm: The climate change risks to coffee, 2016
- ⁹ Potts, J. et al., The state of sustainability initiatives review, 2014
- ¹⁰ ICO, Le commerce mondial du Café 1960-2013, février 2014
- ¹¹ Hivos 2018
- ¹² ICO, Le commerce mondial du Café 1960-2013, février 2014
- ¹³ Euromonitor 2018
- ¹⁴ Syndicat FR Café 2015
- ¹⁵ loin derrière les pays scandinaves qui atteignent 12kg/an/personne
- ¹⁶ OMPi, Le capital immatériel dans les chaînes de valeur mondiales, 2017
- ¹⁷ <http://www.scanews.coffee/2017/11/28/2017-western-european-coffee-market-size-report/> consulté le 05/07/2018
- ¹⁸ Cf. Xerfi 2017 L'engouement des consommateurs pour ce nouveau format s'expliquerait principalement par le fait que les capsules ou dosettes soient plus pratiques et moins exigeantes en termes de préparation
- ¹⁹ Les chiffres d'affaires précis ne sont pas disponibles à l'échelle internationale du fait du manque de données publiques disponibles, en particulier en provenance de Nespresso qui ne publie aucune donnée comptable annuelle
- ²⁰ Xerfi 2017
- ²¹ Xerfi 2017, Euromonitor 2018
- ²² LSA, « L'enjeu clé du café du matin », 28 septembre 2016, consulté en ligne le 18 juin 2018 <https://www.lsa-conso.fr/l-enjeu-cle-du-cafe-du-matin.245478>
- ²³ Le café consommé à domicile est acheté dans les circuits suivants : GMS, magasins de proximité et spécialisés, internet
- ²⁴ D'après les données d'Euromonitor 2018
- ²⁵ JDE, propriétaire historique de Carte Noire a été contraint par l'autorité française de la concurrence de revendre cette marque pour cause d'abus de position dominante suite à la fusion des activités café de Mondelez et Douwe Egberts
- ²⁶ Daviron B. et Ponte S., *Le paradoxe du café*, 2007 et OMPi, Le capital immatériel dans les chaînes de valeur mondiales, 2017
- ²⁷ World Bank Group, *Overview of the Global Coffee Sector Supply Chain*, 2014
- ²⁸ USDA, 2018
- ²⁹ USDA, 2018 et ICO, 2018
- ³⁰ ICO 2013
- ³¹ B. Daviron et S. Ponte, The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade & the Elusive Promise of Development, 2005
- ³² Ensemble des obstacles naturels et artificiels qui rendent très difficile l'entrée de nouvelles entreprises sur un marché parce que des entreprises présentes bénéficient de leviers que leurs concurrents peuvent (très difficilement) reproduire, par exemple d'importantes économies d'échelle qui nécessiteraient des investissements difficiles à supporter pour les autres entreprises .
- ³³ Ibid.
- ³⁴ Ibid.
- ³⁵ B. Daviron et S. Ponte , 2005, op. cit.
- ³⁶ Hivos, Coffee Barometer, 2014
- ³⁷ Oxfam, Poverty in your Cup, 2002
- ³⁸ Hivos, Coffee Barometer, 2018 ; BioScienc, Evolution Coffee Production Systems and Market, 2014 ; Oxfam, Poverty in your Cup, 2002
- ³⁹ ICO, 6ème forum consultatif sur la durabilité du secteur café, 2017
- ⁴⁰ ICO, 6ème forum consultatif sur la durabilité du secteur café, 2017
- ⁴¹ University of Connecticut, The Coffee Bean A Value Chain and Sustainability Initiatives Analysis, 2014
- ⁴² University of Connecticut, The Coffee Bean A Value Chain and Sustainability Initiatives Analysis, 2014
- ⁴³ SCAA, A blueprint for gender inequality in coffee lands, 2016
- ⁴⁴ BioScience, Evolution Coffee Production Systems and Market, 2014
- ⁴⁵ Oxfam, Poverty in your Cup, 2002
- ⁴⁶ Earth Institute, Evaluating impacts of climate change on coffee, 2015
- ⁴⁷ Hivos, Coffee Barometer, 2014
- ⁴⁸ Earth Institute, Evaluating impacts of climate change on coffee, 2015
- ⁴⁹ Hivos, Coffee Barometer, 2014
- ⁵⁰ Earth Institute, Evaluating impacts of climate change on coffee, 2015
- ⁵¹ Earth Institute, Evaluating impacts of climate change on coffee, 2015
- ⁵² Earth Institute, Evaluating impacts of climate change on coffee, 2015
- ⁵³ CIAR, Projected Shifts in Coffea Arabica Suitability, 2015
- ⁵⁴ Climate Institute, A Brewing Storm, 2016
- ⁵⁵ Coffee, barometer, 2018
- ⁵⁶ coffee, barometer, 2018
- ⁵⁷ AJAR, Impact Climate Change Ethiopian Coffee, 2017
- ⁵⁸ Coffee, barometer, 2018
- ⁵⁹ ICO, 75e-review-studies-climate-change, 2017
- ⁶⁰ En juin 2017, Rainforest Alliance et UTZ Certified ont annoncé leur fusion sous le nom de Rainforest Alliance. Un nouveau programme de certification est en cours d'élaboration, ouvert notamment à une consultation publique, avec une finalisation prévue pour 2019(<https://www.rainforest-alliance.org/faqs/rainforest-utz-merger#new-program>, consulté en ligne le 4 juin 2018).
- ⁶¹ Hivos 2018
- ⁶² Commerce équitable France, *op. cit.*
- ⁶³ À noter que les chiffres d'affaires de vente aux consommateurs sont notamment composés des marges des distributeurs (Données internes de Commerce Équitable France).
- ⁶⁴ Données internes de Commerce Équitable France.
- ⁶⁵ Lentschner K., « Starbucks se convertit au café équitable », 2 mars 2010, consulté en ligne le 17 juin 2018 <http://www.lefigaro.fr/societes/2010/03/02/04015-20100302ARTFIG00010-starbucks-se-convertit-au-cafe-equitable-.php>
- ⁶⁶ Hivos, Coffee Barometer, 2018
- ⁶⁷ Le Monde, « Dans la jungle des labels », 6 février 2007, consulté en ligne le 17 juin 2018 https://abonnes.lemonde.fr/a-la-une/article/2007/02/06/dans-la-jungle-des-labels_864179_3208.html ; Site de Rainforest Alliance <https://www.rainforest-alliance.org/lang/fr/shopthefrog?country=100&category=178&subcategory=185>
- ⁶⁸ UTZ, « Faire la différence au quotidien. C'est mieux. », 2017
- ⁶⁹ Site de UTZ Certified <https://utz.org/better-business-hub/marketing-sustainable-products/new-on-the-shelves-5/>
- ⁷⁰ Le café vendu dans les enseignes McCafé et McDonald's est du café Jacques Vabre (SOURCE)
- ⁷¹ Site de Rainforest Alliance <https://www.rainforest-alliance.org/lang/fr/shopthefrog?country=100&category=178&subcategory=185>
- ⁷² Site de Rainforest Alliance <https://www.rainforest-alliance.org/find-certified/nespresso>
- ⁷³ Hivos, Coffee Barometer, 2018
- ⁷⁴ Calculs à partir des chiffres de la demande en café certifié d'Ecobank et des chiffres du graph de la section 1 sur la consommation mondiale de café en 2007 (130.000.000 sacs soit 7.800.000 tonnes) et 2011(140.000.000 sacs soit 8.400.000 tonnes).
- ⁷⁵ Hivos, Coffee Barometre, 2018
- ⁷⁶ Hivos, Coffee Barometre, 2014
- ⁷⁷ Estimations d'après les données de Hivos, Coffee Barometre, 2014 et Hivos, Coffee Barometre, 2018
- ⁷⁸ Données Fairtrade/Max Havelaar
- ⁷⁹ B. Daviron et I. Vagneron, Le café dans la jungle des standards de durabilité sociale et environnementale, 2012
- ⁸⁰ Oréade Brèche, Etude d'impact du commerce équitable sur la filière café au Pérou : le cas de Cocla, 2007 ; NRI, Coffee Evaluation Impact Fairtrade, 2016
- D. Allier, Dynamique du café au Pérou et marché international ; CEVAL, Assessing the impact of Fairtrade on poverty reduction through rural development, 2018
- Hermelin, Mémoire Coopérative Café Colombie, 2014 ; IFPRI, Tracking the quality premium of certified coffee, 2017 ; DEUL, Fairtrade Coffee & Development field Study Ethiopia, 2009
- Farm Africa, Ethiopian Forest Coffee: Value Chain Analysis, 2017 ; FTEPR, Fairtrade, employment and Poverty reduction in Ethiopia and Uganda, 2014 ; Thèse Samir El Ouamari, AgroParisTech (à paraître)