LA QUALITE,
FACTEUR FAVORABLE AU MAINTIEN DE LA CAFEICULTURE ?

Daniel Duris
Programme café/CIRAD-CP
TA80/PS3, 34398 Montpellier Cedex 5

Résumé

Plus de cents millions de personnes de la zone intertropicale vivent directement ou non du café et dépendent directement pour vivre de cours mondiaux qui sont fixés par l'offre et la demande. Aujourd'hui avec un excédent de l'offre sur le marché international qu'une consommation plus ou moins stagnante amplifie, les cours mondiaux ont atteignent des records de baisse, compromettant sérieusement la caféiculture future et la survie d'une multitude de petites exploitations de la zone tropicale. Organisations internationales, politiques, industriels, producteurs s'interrogent sur les moyens à mettre en œuvre pour tenter de sortir de la crise. Les mesures de rétention et d'encouragement à la consommation n'ont pas donné les résultats escomptés.

Avec l'exemple de la forte croissance du marché des cafés spéciaux depuis quelques années, certains analystes voient dans ce segment de marché une issue possible à la crise. « La consommation de café d'un buveur de café augmente jusqu'à ce qu'il parvienne à saturation », selon Helmut Ahfeld de FO Licht qui note également que cette consommation diminue au fur et à mesure que son niveau de vie augmente. On ne peut alors le convaincre de consommer plus, mais il est possible de l'inviter à consommer des cafés plus chers et de bonne qualité. Cette vision de la consommation incite les organisations internationales et l'Organisation internationale du café (OIC) en particulier, à promouvoir toutes les actions en faveur d'une amélioration de la qualité. Les pays producteurs sont demandeurs et les bailleurs de fonds acceptent de plus en plus les demandes de financement.

Aussi séduisante soit-elle, une politique caféière orientée vers la qualité peut-elle apporter une solution à la crise et être un facteur déterminant pour le futur de la caféiculture ? La réponse à cette question n'est pas évidente et suppose de connaître parfaitement le fonctionnement de la filière et d'en évaluer les atouts et les contraintes tant du côté des producteurs que du côté des industriels et distributeurs,. La mise en œuvre d'une telle politique demande une participation conjointe et totale de tous les acteurs de la filière, y compris le consommateur. Bien que la recherche puisse apporter un certain nombre de réponses aux multiples questions relatives à la qualité, il faudra nécessairement que quelqu'un fasse le premier pas afin de modifier le comportement individuel et collectif de chacun des opérateurs.

Is quality the key to sustaining coffee cultivation?

Abstract

Over a hundred million people in the intertropical zone earn a living either directly or indirectly from coffee, and their livelihood depends directly on world coffee prices, which are determined by supply and demand. Today, with surplus supplies on the international market, which are being amplified by more or less stagnating consumption, world prices have reached record lows, seriously jeopardizing future coffee cultivation and the survival of a multitude of small farms in the Tropics. International organizations, politicians, industrialists and

producers are wondering what can be done to try and end the crisis. Retention measures and encouraging consumption have not given the expected results. With the strong growth of specialty coffee markets in recent years, some analysts see that segment of the market as a possible way out of the crisis.

"The consumption of a coffee drinker increases up to saturation", according to Helmut Ahfeld from FO Licht, who also notes that consumption declines as the consumer's standard of living increases. Consumers cannot therefore be persuaded to consume more, but they can be encouraged to drink more expensive, top quality coffees.

As attractive as that might be, can a coffee policy geared towards quality provide a solution to the crisis and be a decisive factor for the future of coffee cultivation? The answer to that question is not clear; it presupposes a perfect understanding of how the commodity chain functions and requires an assessment of the assets and limitations of producers, industrialists and distributors. The implementation of such a policy will require the combined and total commitment of all stakeholders in the commodity chain, including consumers. Although research can provide a certain number of answers to the many questions relative to quality, it is essential for someone to take the first step, in order to modify the individual and collective attitudes of each of the stakeholders.

Introduction

En1989, le système de quotas de l'Accord international du café disparaît et avec lui, une politique interventioniste qui était censée fixer un niveau de prix compatible avec le développement des pays producteurs. De produit au service du développement, le café passe au statut de véritable matière première avec pour conséquence majeure, une baisse du cours mondial. Les mécanismes de concurrence que devait entraîner la libéralisation du marché n'ont pas fonctionné. Quatre ans plus tard, l'offre mondiale en café est inférieure à la demande, ceci en partie à cause du désintérêt vis-à-vis de la caféiculture, désintérêt plus ou moins marqué selon les pays. Malgré un sursaut entre juillet 1994 et décembre 1996, la tendance à la baisse des cours s'est maintenue. Les précédentes crises ont provoqué l'abandon de caféières, au profit des cultures annuelles ou plus rentables et favoriser l'exode rural. Ceux qui restent entretiennent moins le verger et minimisent réduisent les soins à la récolte et au cours du traitement post-récolte. La qualité se dégrade. Sauf catastrophe naturelle ou aléa climatique climatique, les projections de FO Licht indiquent un accroissement de la production de 5,2 % en 2005 alors que la consommation n'augmenterait que de 4,2%. En conséquence, les stocks devraient s'accroître entraînant un maintien des cours à un niveau bas. Les analystes ne prévoient pas d'effondrement de l'offre mondiale, cependant ils estiment que les bas niveaux de prix risquent d'entraîner ponctuellement un abandon de certaines plantations. Dans cette crise, seuls les pays où les coûts sont les plus faibles auraient des chances de se maintenir sur le marché.

Afin d'enrayer la crise, diverses stratégies ont été envisagées. D'une part, la torréfaction qui doit lutter contre la concurrence des autres boissons, les « soft drinks », cherche à augmenter la consommation au niveau individuel ou en ouvrant de nouveaux marchés. D'autre part, les pays producteurs qui cherchent à limiter l'offre tentent de mettre en place des politiques de rétention et vont jusqu'à proposer la destruction des grades inférieurs.

Les mesures de rétention ainsi que les tentatives de relance de la consommation n'ayant pas permis de maintenir des prix soutenus, producteurs, industriels et même bailleurs de fonds prônent maintenant de développer une politique caféière basée sur la qualité. Du côté des producteurs, les primes obtenues sur les cafés de qualité exercent un attrait indéniable surtout en période de crise. Les industriels, à défaut de pouvoir augmenter sensiblement la consommation ou d'ouvrir de nouveaux marchés, se proposent des cafés plus chers et de

qualité supérieure. La baisse des cours a également une autre conséquence : une plus forte fragmentation du marché entre robusta et arabica. Le robusta, considéré par le marché comme un café de moindre qualité, est plus fortement pénalisé et le différentiel entre arabica et robusta s'accroît. Depuis quelques années, on observe également que une fragmentation de plus en plus forte du marché de l'arabica qui se divise schématiquement en deux secteurs : le marché des cafés dits « spéciaux » et le marché destiné aux cafés en mélange ou purs pour la grande distribution.

Pour compléter, le projet européen de fixer des normes sanitaires sur le café, -l'inocuité d'un produit agro-alimentaire est également un critère de qualité-, présente également un risque non négligeable de perturber le marché.

La filière café

Structure schématique de la filière

On estime généralement qu'il y aurait entre 15 et 20 millions d'exploitations caféières dans 70 pays producteurs et que la surface totale du verger atteindrait 10 à 12 millions d'hectares. La production d'arabica représente les 2/3 des 6 millions de tonnes produites annuellement.

Le café est la principale sinon la seule ressource monétaire d'une forte proportion de ces exploitations agricoles et la principale recette d'exportation, la crise actuelle compromet sérieusement les programmes de développement économique et social.

Les caféiculteurs, en particulier les plus petits d'entre eux, -et les plus nombreux-, sont isolés et n'ont aucun pouvoir de négociation face aux opérateurs des filières nationales dont ils subissent la pression. Le coût de production des cerises fraîches est très proche des cours mondiaux, voire inférieur dans certains pays.

Sauf au Kenya, au Costa Rica et dans quelques autres filières, le producteur doit vendre un produit sec et stabilisé. Ses activités sont consacrées à la production et à un traitement plus ou moins élaboré de sa récolte. Dans le cas le plus simple, le planteur vend des cerises sèches et dans les situations les plus avancées, du café en grain débarrassé des impuretés. L'atomisation extrême de la production et la quasi-absence d'organisations paysannes font que la première transaction commerciale de café sec se fait en règle générale entre le producteur et un intermédiaire qui travaille, soit pour son propre compte, soit pour le compte d'un acheteur plus important ou d'un exportateur. Outre son rôle d'acheteur de café, cet intermédiaire a très souvent une fonction sociale importante dans le milieu rural. L'acheteur final au niveau d'un pays exerce également une fonction d'usinier en conditionnant le café avant sa mise en marché.

Le café passe ensuite dans les mains de négociants sur le marché international avant d'être vendu à des importateurs ou directement à l'industrie de la torréfaction. Torréfié, le café entre alors dans les circuits de distribution. Si le consommateur connaît essentiellement les marques des torréfacteurs, on voit apparaître de plus en plus de marques de distributeurs.

Face à une production atomisée, on observe depuis une décennie, une forte concentration des sociétés de négoce et de torréfaction. Ainsi, 56 % du négoce international est maintenant tenu par neuf sociétés parmi lesquels deux traitent près de 30 % des exportations. Pour l'industrie de la torréfaction et du soluble, la concentration est encore plus marquée. Cinq multinationales ont 69 % des parts de marché et parmi elles, les deux plus importantes torréfient 49 % du café consommé dans le Monde.

Distribution des revenus du café à chaque étape de la filière

Dans les années 1980, des $ 30 milliards payés par les consommateur de café, $ 9 à 10 milliards sont revenus dans les pays producteurs, aujourd'hui, $ 7 à 8 milliards seulement sont reversés sur les quelques $ 55 milliards que génère le commerce du café [Marchés tropicaux et méditérranéens, mai 2001]. Une étude sur la distribution des revenus du café au sein de la filière [Talbot J.M, 1997] montre une diminution sensible des revenus dans les pays producteurs et des coûts de transport alors que la valeur ajoutée croît de façon exponentielle dans les pays consommateurs.

Dans les pays producteurs, les valeurs ajoutées résultant des différentes opérations du traitement de post-récolte sont de plus en plus réduites. Autrefois, la plupart des producteurs livraient un café en grain débarrassé de ces principaux défauts. La tendance actuelle est de transférer le maximum d'opérations post-récolte vers l'aval de la filière. La justification (?) de cette tendance est qu'il est plus facile et moins coûteux de produire un standard moyen de qualité si un seul opérateur maîtrise totalement le traitement post-récolte. Ceci permet également aux opérateurs aval de se garantir un profit minimum alors que les espoirs de profit sur le négoce international seul sont d'autant plus incertains que l'offre est excédentaire. Mais c'est aussi oublier, comme on le verra plus loin, que la qualité dépend également de facteurs agronomiques.

Les segments du marché du café et consommation

Schématiquement, le café alimente quatre types de circuits :

- la grande distribution pour la consommation des ménages
- la restauration , l'hôtellerie et les débits de boisson (CHR)
- la torréfaction artisanale et les cafés spéciaux
- l'industrie du soluble

Les cafés de la grande distribution

Il s'agit des cafés qui seront vendus par la grande distribution et par les petits commerces et destinés à la consommation quotidienne des ménages (petit-déjeuner et café du midi). Ces cafés sont torréfiés par les grande et moyenne torréfactions qui proposent une gamme assez large :

- pur robusta
- pur arabica
- mélanges arabica/robusta
- mélanges d'arabica d'origines différentes.

Le principal souci de l'industrie est d'offrir au consommateur un café torréfié et moulu homogène, de qualité moyenne et surtout qui ait des caractéristiques organoleptiques constantes dans le temps. La gamme de prix de ces cafés est relativement étroite (de 1 à 4 en moyenne) et si possible la plus basse possible afin d'éviter de perdre des parts de marché.
La régularité des caractéristiques à la tasse est assurée par un mélange de 7 ou 8 origines diverses choisies de façon à substituer facilement une origine donnée en cas de difficulté.

Les cafés de CHR

En France, la plupart de ces cafés sont fournies par des petites et moyennes entreprises et par quelques noms connus de la torréfaction pour la consommation des ménages. Il servent à préparer le « petit noir » qu'on consomme dans les bars et aux terrasses des cafés ou à la fin

du repas dans les restaurants. On peut également inclure dans ce groupe une partie des cafés vendus dans les distributeurs automatiques, le reste étant du café soluble.

Les cafés verts de ces deux premiers groupes sont commercialisés dans les circuits traditionnels du négoce international. Les transactions se font sur la base des cotations des Bourses de New-York et de Londres avec assez souvent une décote d'une dizaine à une centaine de dollars par tonne selon les origines.

Les cafés spéciaux ou cafés à valeur ajoutée

D'origine anglo-saxonne (specialty coffees), cette dénomination très générale recouvre une gamme relativement large de cafés dans son acception française où on lui préfère les termes de cafés fins, cafés gourmet, cafés particuliers ou cafés de niche. Généralement très bien préparés et parfaitement triés, les cafés spéciaux n'ont pas toujours des caractéristiques organoleptiques exceptionnelles mais n'ont jamais de défauts rédhibitoires. La plupart bénéficient d'une prime par rapport à la base de cotation que les professionnels appellent « New York C ». Cette prime varie en fonction de la rareté du produit. Au contraire des cafés des deux groupes précédents, les cafés sont vendus en grains torréfiés, ceux-ci étant moulus devant le client ou par le client lui-même. Les gammes de prix au détail sont très larges (de 1 à 10) avec un prix de base équivalent aux plus chers des cafés de la grande consommation. A l'exception de quelques robustas vendus comme tels, la notion de café spécial s'applique essentiellement aux arabicas et couvre une grande diversité de produits :

- Les cafés d'origine géographique : il peut aussi bien s'agir de cafés portant le nom du pays producteur tels que Kenya, Ethiopie, Colombie, Guatémala, Papouasie Nouvelle Guinée, etc. que de cafés provenant d'une région particulière d'un pays donné telle que Java, Bali en Indonésie, Antigua ou Coban au Guatémala ou à l'extrême d'exploitations caféières parfaitement identifiées. La segmentation du marché des cafés d'origine est la plus forte et ses conséquences sur le prix payé au producteur varient en fonction des systèmes de commercialisation qui sont suivis et de l'attrait qu'ils exercent auprès des consommateurs. La grande torréfaction s'intéresse fortement à ce segment de marché pour relancer la consommation.
- Les cafés d'origine variétale : parmi ces cafés qu'on peut comparer aux vins de cépage, le plus connu de ce type de café est le maragogype. Les gros grains de cette variété séduisent la clientèle des torréfactions artisanales. Les cafés d'origine variétale nécessite des circuits de traitement et commerciaux spécifiques dès l'exploitation qui généralement cultive un mélange de variétés. D'autres origines variétales entrent dans cette catégorie, tels que Bourbon, Caturra, Catuai. Très récemment, une nouvelle variété est apparue sur le marché, le Bourbon pointu. Sa rareté en fait un café acheté à prix d'or bien supérieur aux cafés les plus cotés du marché.
- Les cafés de marque : il s'agit de cafés fins torréfiés par la moyenne industrie alimentant la distribution de luxe (en opposition à la grande distribution traditionnelle). Ces cafés sont vendus soit en pure origine, soit en mélange d'origines et de variétés différentes. On peut y inclure également les cafés tels que le Blue Mountain de Jamaïque ou le café Kona d'Hawai.
- Les cafés biologiques ou organiques : ces cafés, comme ceux des deux segments suivants sont destinés à satisfaire une clientèle sensibilisée à l'éthique et répondent à une demande du marché des produits biologiques. De nombreux cafés tant arabica que robusta sont produits selon le cahier des charges de l'agriculture biologique mais seule une certification peut les labelliser « produit biologique » à

la différence de la dénomination « organique » qui n'a pas de reconnaissance officielle.

- Les cafés écologiques : ces cafés proviennent d'exploitations qui conduisent une politique de protection de la biodiversité tant les modes de culture que dans le traitement de la récolte en réduisant la pollution. Des cafés d'Amérique centrale ont pu obtenir cette qualification en maintenant des systèmes agro-forestiers ne perturbant pas les migrations d'oiseaux ou de papillons.
- Les cafés du commerce équitable : l'objectif de ce circuit commercial est d'augmenter la part revenant aux producteurs, des dépenses « café » des consommateurs. Divers mécanismes sont mis en jeu afin que le surplus que paie le consommateur retourne au planteur et que les prix « bord champ » demeurent le plus stable possible.
- Les cafés aromatisés et spécialités : nouveaux sur le marché, ces cafés sont surtout destinés à augmenter la consommation en proposant des produits originaux afin de séduire la clientèle. Toutefois, l'addition de composés aromatique naturels ou artificiels ne garantit pas de façon absolue la qualité de la matière première. Certaines spécialités, le cappuccino ou l'expresso par exemple, peuvent être solubles.
- Les cafés décaféinés : ils sont simplement cités pour mémoire encore que bon nombre entrent dans le segment « consommation des ménages. »

Une partie des cafés verts qui entrent dans ce groupe sont totalement déconnectés du négoce international. Les transactions sont alors négociées directement entre importateurs (ou torréfacteurs) et producteurs (ou représentant des producteurs). Les autres cafés font l'objet de négociations particulières avec les exportateurs et peuvent recevoir une prime par rapport aux cours de la Bourse de New York.

Les cafés solubles

Au cours de la dernière décennie, la part du soluble a augmenté de 23 % contre 6 % pour le café torréfié [Marchés tropicaux et méditerranéens, juillet 2001]. Cette croissance est essentiellement due à l'ouverture de nouveaux marchés, Europe de l'est et pays émergents, alors qu'en Amérique du nord et dans les pays consommateurs de thé (sauf la Grande Bretagne), on observe un déclin de la consommation (-24 %) non compensé par la croissance dans les pays européens (+13 %). Bien que récusés par quelques multinationales de la torréfaction, certains n'hésitent pas à affirmer que le consommateur de soluble se satisfait d'une qualité moindre, mais d'un autre côté, on note que dans les principaux pays producteurs, de plus en plus de cafés solubles sont fabriqués par des compagnies peu connues.

Les cafés solubles alimentent essentiellement les segments de la consommation des ménages et des CHR mais on voit apparaître des spécialités telles que le « cappuccino »

L'industrie du soluble s'approvisionne essentiellement sur le marché du robusta, celui pour qui la crise est beaucoup plus marquée.

La consommation

Evolution générale de la consommation

D'un point de vue global, le taux de croissance annuel de la consommation progresse moins vite que celui de la production (croissances respectives de 4,2% et 5,2% à l'horizon 2005). La consommation de café par pays dépend à la fois de la consommation per capita et du nombre d'habitants. Diverses études de l'OIC, de la Banque mondiale montrent que cette

consommation est liée aux revenus mais la relation[1] est non linéaire et est liée à un facteur climatique (les pays du Nord ont une consommation par habitant plus forte que ceux du Sud) [La compétitivité des cafés africains, 1993]. On observe aujourd'hui une stagnation de la consommation dans les pays scandinaves et plus généralement un désintérêt des jeunes vis-à-vis du café.

En 1993, une étude du groupe Kraft-Jacob Suchard montre que la consommation des ménages régresse lorsque le prix de détail du café subit une hausse de 10%. Ce constat montre que même si le consommateur acceptait de payer plus cher un café de qualité supérieure, il existe une proportion non négligeable de buveurs de café qui refusera toute augmentation.

Evolution de la consommation par segment de marché

On ne dispose malheureusement que de peu d'informations sur la segmentation du marché et seules des enquêtes dans différents pays consommateurs permettraient d'avoir une vision claire du marché.

- Cafés spéciaux : l'information la plus complète provient des Etats-Unis. En 1997, 3% de la population fréquentent régulièrement les échoppes de gourmet, 9 % en 2000 et les estimations portent sur 14 % en 2001. Les buveurs occasionnels sont 35 % en 1997 et seraient 62 % en 2001 [Marchés tropicaux et méditerranéens, juillet 2001]. En France 2 % du café consommé auraient été achetés dans les torréfactions spécialisées [Etude SNICC, 2001]. Etant donné qu'une part des cafés spéciaux est vendue en grande surface, il est difficile d'apprécier réellement ce segment mais les professionnels l'estiment en augmentation. Au mieux, les café spéciaux pourraient concernés 5 % des cafés consommés en France.
- Consommation des ménages : en France, elle représenterait environ 80 % de la consommation totale dont une partie proviendrait du soluble. Cette donnée établie à partir des ventes en grande surface comprend également des cafés spéciaux.
- Cafés CHR : toujours pour la France, le secteur CHR représenterait 18 % de la consommation totale nationale.
- Cafés solubles : selon différentes sources, le soluble absorberait entre 30 et 35 % de café mondial y compris le soluble non exporté des pays producteurs.

Comment définir la qualité du café ?

La notion de qualité est complexe et recouvre plusieurs niveaux. Cette complexité est accentuée du fait qu'à l'exception de quelques pays, le café est produit dans des Etats où la consommation est inexistante ou très faible. Si pour le vin le consommateur s'est globalement fait sa propre éducation en matière de qualité, il demeure relativement ignorant en ce qui concerne le café. Son jugement se limite souvent à un sentiment de satisfaction générale (ou de déception) plus ou moins fort lorsqu'il boit une tasse de café. Par ailleurs, l'arrivée sur le marché de détail, des cafés torréfiés et moulus sous le prétexte de faciliter la consommation, a certainement contribué à accentuer ce sentiment dès lors qu'il n'a plus été à même de juger de la qualité des grains et de la torréfaction. La torréfaction de luxe a maintenu la vente en grains

[1] /« La consommation de café d'un buveur de café augmente jusqu'à ce qu'il parvienne à saturation », selon Helmut Ahfeld de FO Licht qui note également que cette consommation diminue au fur et à mesure que son niveau de vie augmente. On ne peut alors le convaincre de consommer plus, mais il est possible de l'inviter à consommer des cafés plus chers et de bonne qualité.

tout comme, le succès des chaînes de café gourmet aux Etats-Unis correspond au retour de cafés non moulus.

La qualité physique du café

Elle se définit par rapport à des critères de taille, de forme, de densité, de couleur de la graine, le taux d'humidité et l'absence de matières étrangères et de graines défectueuses. Cette qualité physique du café concerne exclusivement la matière première, le café vert.
Les pratiques des producteurs (récolte, traitement post-récolte primaire) influencent la qualité du café vert mais le nettoyage, le triage (par taille, densité, couleur) opérés par les exportateurs vont permettre de présenter un café vert d'une qualité supérieure avec en contrepartie un volume de rejet fonction de la qualité primaire des cafés vendus par les paysans et de la sélectivité du triage.

La qualité organoleptique du café

Elle s'apprécie sur une série de critères de base tels que l'amertume, l'astringence, l'acidité et le corps à partir de la boisson qui a été préparée. Ces critères sont complétés par des attributs positifs tels qu'un goût fruité ou un goût floral ou bien négatifs comme les goûts terreux ou de vert.
La qualité organoleptique s'évalue sur la boisson alors que le café vert a subi des transformations profondes au cours de la torréfaction et qu'on a extrait ses composés aromatiques. Ces deux étapes peuvent altérer ou mettre en valeur la qualité d'un café vert selon les techniques employées. Les caractéristiques organoleptiques d'un café sont également liés à un grand nombre de facteurs agronomiques comme l'espèce ou la variété, les pratiques culturales, le traitement post-récolte sur lesquels le producteur peut avoir une influence et le milieu naturel (climat, altitude, latitude, nature des sols).

La qualité sanitaire du café

Indépendamment des pollutions accidentelles par des produits chimiques, le risque sanitaire le plus important est la contamination des cafés par des mycotoxines. Diverses études ont montré la présence d'ochratoxines[2] dans les cafés verts et torréfiés et en fonction du seuil que fixerait l'Union européenne, 4 à 10 % du café entrant en Europe sera refusé. Ces études montrent aussi que les cafés préparés par voie sèche (tous les robustas et les arabicas nature) présentent un risque plus élevé de contamination.

On connaît encore peu les conditions de contamination par les moisissures et celles de la production de mycotoxines. La difficulté de ce problème réside dans le fait qu'il est probable que la contamination fongique soit pratiquement inévitable et que les mesures de prévention consistent à éviter la prolifération des moisissures et la production d'ochratoxines lors de phases critiques à chaque étape de la chaîne.

De même, il est admis que le respect des recommandations techniques et hygiéniques tout au long de la filière réduit sensiblement le risque. Or ces recommandations sont exactement les mêmes que celles données pour produire un café vert de qualité, indépendamment des questions sanitaires.

Autres critères de qualité

Sans entrer dans les détails, la qualité s'évalue également en fonction de l'homogénéité des lots et de la régularité de l'offre tant en volume qu'en qualité physique d'une année sur l'autre.

---

[2] / Il n'existe pas encore de normes mais les étude préliminaires montrent que des teneurs en OTA de 3, 6 ou 8 µg/kg, entraîneraient le rejet de respectivement 10 %, 6,1% 4,3% des lots arrivant en Europe. A l'échelle mondiale, cela pourrait concerner entre 230 000 tonnes et 530 000 tonnes de café de qualité export.

Les grande et moyenne industries de torréfaction maintiennent une qualité à la tasse standard en modifiant la composition de leurs mélanges (en origine et en quantité par origine).

Qualité et avenir de la caféiculture

D'une part, on a une population éparpillée de producteurs qui sont en relation plus ou moins étroite avec les exportateurs, et l'autre, un secteur commercial et industriel extrêmement concentré et surtout ayant un pouvoir économique très puissant. Grossièrement, le marché se divise en 3 catégories d'importance très inégale :

- le secteur du soluble qui traiterait 25 à 30 % du café exporté. Pour le consommateur, le café soluble est et restera toujours un café de qualité moyenne, facile à préparer, et bon marché.
- le secteur de la consommation des ménages et des CHR, soit 60 à 65 % du marché. Ces deux premiers secteurs, en termes de demande de produits de qualité sont similaires de par la nature des consommateurs concernés. Ces derniers recherchent avant tout une boisson courante, aussi bonne et peu onéreuse que possible.
- le secteur des cafés spéciaux[3] qui n'occuperait aujourd'hui que moins de 10 % du marché mondial mais en forte croissance. Les clients recherchent avant tout une boisson originale et de qualité et pour un certain nombre, répondant à des critères d'éthique. Le prix, même s'il peut influencer la décision finale d'acheter ou non, n'est pas un élément déterminant.

Il est évident qu'un approche « qualité » doit tenir compte de cette segmentation du marché, et que les mesures à proposer pour la mettre en œuvre seront différentes. Soutenir une politique de qualité uniquement à travers les cafés spéciaux présente quelques risques et de nombreuses contraintes.

Qualité et cafés spéciaux

Dans l'ensemble des spécialités que propose la marché, on se limitera aux cafés d'origine et aux cafés du groupe éthique et au sein des cafés d'origine à ceux torréfiés par la moyenne et petite torréfaction. Le succès de ces cafés est en partie dû à leur typicité, leur rareté et la nouveauté de l'origine. Ceux de la grande industrie suivent les circuits du négoce international traditionnel et sont aussi très souvent représentés par des cafés dont la qualité est déjà reconnue : les cafés de Colombie, du Kenya, d'Ethiopie, de Papouasie, etc. De même, les cafés aromatisés visent plus à faire augmenter la consommation de cafés qu'à mieux les valoriser.

Accès difficile aux marchés

Cette contrainte concerne principalement les pays producteurs qui souhaitent alimenter ce marché des cafés spéciaux.

Très souvent les exportateurs qui ont identifié une origine intéressante, ont beaucoup de difficultés pour trouver les négociants et les torréfacteurs spécialisés. Le monde professionnel des cafés d'origine est relativement fermé et toute nouvelle origine suscite un sentiment de méfiance : la présentation d'un café vert d'excellente qualité n'est pas suffisante, il faut que sa qualité à la tasse corresponde à l'attente de la clientèle du torréfacteur laquelle peut varier sensiblement d'un endroit à l'autre. Les volumes traités par chacun des opérateurs

[3] / Le marché américain consomme environ 27 % du café mondial, l'Europe de l'ouest, 45 %. Le marché des cafés spéciaux concerneraient alors 180 000 à 190 000 tonnes pour les Etats-Unis et 120 000 à 150 000 tonnes en Europe de l'ouest. (estimations de l'auteur sur la base des données présentées dans le texte). A ceci, il faudrait y ajouter la part du Japon.

est relativement faible. Le refus d'un torréfacteur ou d'un négociant ne signifie pas obligatoirement une impossibilité d'accéder au marché.

Il y a également une demande paysanne d'accéder directement aux marchés des cafés d'origine, ce qui permet une meilleure valorisation du café et surtout une négociation avec l'utilisateur. En Amérique centrale, il existe de nombreuses exploitations en contrat direct avec des utilisateurs mais elles doivent également garantir un volume minimum.

L'accès direct au marché peut quelquefois être totalement impossible. L'exemple de la filière kenyane est à ce titre significatif bien qu'il y ait des groupements de planteurs qui rêvent de s'affranchit du circuit officiel. Le seul vendeur autorisé est le Coffee Board of Kenya par lequel passe tous les cafés qui sont alors vendus aux enchères.

La labellisation peut être une solution pour les groupements de producteurs d'accéder au marché. C'est le cas pour les cafés éthiques et plus particulièrement ceux du marché équitable vendus sous le sceau « Max Haavelar ».

Approvisionnement en origine de plus en plus difficile

Les cafés d'origine occuperaient aujourd'hui 10 % des parts de marché est en croissance. Une augmentation rapide de la demande peut entraîner plusieurs types de réactions qui ,à terme auront des conséquences diverses :

- la tentation de s'approvisionner auprès du négoce international traditionnel et faire évoluer les cafés d'origine vers des cafés de marque. Les grandes sociétés de négoce auraient perdu 12% de parts de marché aux Etats-Unis au profit de Starbucks [Stefano Ponte, juin 2001]
- susciter une offre et des espoirs chez les producteurs qui ne pourront pas être tenus. Il reste certes des nouvelles origines à explorer mais celles-ci ne sont pas extensibles à l'infini. Ces nouvelles origines si elles sont retenues *à priori* devront faire l'objet de campagnes de promotion et répondre à l'attente du consommateur. Les cafés d'origine répondant en partie à un phénomène de mode, spécialement pour des origines peu courantes, la pérennité de leur marché n'est pas garantie.
- l'accroissement du nombre de petits torréfacteurs attirés par ce marché va créer un concurrence qui peut être à l'avantage des producteurs dans un premier temps. Le prix de détail sera artificiellement tiré vers le haut tant que le consommateur l'acceptera sans pour autant qu'il augmente dans les mêmes proportions chez le producteur.

Accroissement des disponibilités en café de qualité inférieure

Produire un café haut de gamme suppose qu'une sélection stricte soit faite au cours des opérations de récolte, de traitement post-récolte et de conditionnement. Plus la sélection est stricte, plus les écarts de triage sont importants. La mise en marché des cafés fins entraîne *ipso facto* un accroissement des volumes de café bas de gamme qui seront vendus à bas prix. Dans les filières « café de masse », les cafés de moindre qualité sont mélangés à ceux de qualité supérieure (homogénéisation des lots de grades moyens). A titre d'exemple, la filière kenyane, connue pour délivrer des cafés d'excellentes qualité produit également des grades inférieurs. Le café kenyan compte 12 classes qui se répartissent comme suit (en % du tonnage) :

- classes 1 à 6 : 79,3 % (1 à 6 : 17,5 %)
- classes 9 à 12 : 20,7 % (9 à 12 : 11,8%)

Dans le secteur coopératif de la filière kenyane, le pourcentage de grades inférieurs atteint 24,2%.

Les primes accordées aux premium seront-elles suffisantes pour couvrir les charges supplémentaires pour faire de la qualité et compenser les moins-values sur les bas de

gamme ou bien sera-t-il plus rentable de produire un café tout-venant ? L'augmentation de ces volumes de cafés de grades inférieurs peut également contribuer à déprécier les cours des « cafés de masse ».

Disparité du développement de la caféiculture au sein d'un pays ou d'une région
Si au sein d'une exploitation, tout le café produit ne peut prétendre entrer dans la gamme des cafés spéciaux, ce constat sera *a fortiori* amplifié au niveau régional et national. Il est probable qu'en réponse à une demande ponctuelle, on note une amélioration sensible de la qualité à un niveau régional mais il n'est pas certain qu'elle se maintienne durablement.
Avec 20%, voire 30 % du marché total, il restera encore une large majorité de producteurs qui seront exclus de ce marché et pour lesquels le problème des prix à la production sera toujours présent. C'est également cette majorité de planteurs qui risquera d'être la plus pénalisée par la réglementation sanitaire qu'envisage de l'Europe.

Les besoins en recherche et études
La démarche générale adoptée pour les cafés d'origine s'apparente à celle utilisée pour le secteur vinicole pour lequel des programmes de recherche ont été largement développés au cours de 50 dernières années. Or ce qui a fait du vin un produit En caféiculture, les connaissances actuelles s'appuient beaucoup sur l'expérience et très peu sur des résultats scientifiques. A titre d'exemple, on ignore aujourd'hui quel est le meilleur stade de maturité pour la récolte qui démarre simplement sur une appréciation de la couleur des cerises. On ignore également si la maturité physiologique du grain correspond à la maturité physiologique de la pulpe. Les généticiens ont créé un grand nombre de variétés et ont mis en évidence des différences de qualité organoleptique entre ces variétés. De même, on sait que la zone de culture joue un rôle dans les caractéristiques finales d'un café mais les interactions variétés/zone de culture sont pratiquement inconnues. Comment dans ces conditions, conseiller utilement les producteurs afin qu'ils offrent sur le marché un café se démarquant sensiblement des cafés existants ou répondant à des caractéristiques précises recherchées par le consommateur ? Ces mêmes types de questions se posent tout au long de la chaîne :

- quel procédé post-récolte met le plus en valeur un café donné ?
- quelle technique ou degré de torréfaction faut-il recommander ?
- quel procédé de préparation vaut-il mieux utilisé ?

Les données de consommation de cafés spéciaux sont peu nombreuses et trop globales pour avoir une bonne image du marché et de ses tendances. Il serait utile d'accompagner la mise en œuvre d'une politique « Cafés spéciaux » par des enquêtes de comportement du consommateur et d'analyses précises de la consommation par segment. La question de prix intervient d'autant que la gamme est relativement large. Pourquoi une origine se vend-elle 150 F/kg et une autre 200 F/kg ?
Les seules études actuelles portent sur l'augmentation du nombre de consommateurs mais qu'en est-il de la consommation *per capita* ? La consommation quotidienne de cafés d'origine ne signifie pas obligatoirement l'arrêt de la consommation de cafés de masse.

Mécanismes de traçabilité et certificats de qualité
Le poids de la demande est un élément déterminant pour maintenir ou augmenter la part des cafés spéciaux. '*Donnez-moi un café lavé, décaféiné de telle façon et produit dans un pays répondant à telles normes politiques et sociales*' cite la revue « Marchés tropicaux et méditérranéens ». Cette remarque, du consommateur ou de l'industriel, montre implicitement la nécessité de mettre en place des systèmes de traçabilité et de garanties de qualité. Les professionnels actuels des cafés spéciaux sont peu nombreux et bénéficient d'un excellent

climat de confiance qu'il va falloir entretenir. La labellisation des cafés d'origine, procédure longue et coûteuse, deviendra certainement une nécessité.

Besoins en formation et information
L'incertitude sur la progression des cafés spéciaux est aggravée par l'absence de formation tant chez les producteurs que les consommateurs. De nombreux rapports de faisabilité font état des besoins pour les producteurs, formation technique, connaissances des marchés, démarche participative, etc. Il est inutile d'insister sur ce point. Du côté des consommateurs, torréfacteurs et distributeurs compris, le problème est tout à fait différent. De façon un peu caricaturale, on peut noter l'absence d'une carte de cafés dans la plupart des bons restaurants alors qu'il est inimaginable qu'une carte des vins ne soit pas présentée.

La liste des risques et contraintes n'est certainement pas complète mais le propos est simplement de montrer que la mise en place d'un projet « Cafés fins » ne se résume pas à former des planteurs et à leur trouver un marché. De même, il n'est pas souhaitable de laisser agir les professionnels en aval seuls et qu'un partenariat aussi large (sociologues, chercheurs, développeurs, etc) que possible est indispensable.

Cafés de masse et qualité
L'amélioration des cafés de masse est à la fois simple et complexe.

Simple par ce que la qualité moyenne demandée par l'industrie ne demande pas une technicité élevée des producteurs et des investissements lourds de triage. L'exemple de la politique d'achat en direct du groupe Nestlé le confirme. Le cahier des charges est facile à suivre. Les planteurs doivent délivrer des cafés séchés au taux d'humidité recommandé par tous les manuels de vulgarisation et des cafés débarrassés des défauts courants les plus importants : grains noirs, grains abîmés et matières étrangères. Ce tri est facilement réalisable dans l'exploitation sous réserve que le producteur puisse décortiquer lui-même ses cerises. Une expérience particulièrement significative le montre. Dans les années 1970, la Côte d'Ivoire a imposé une commercialisation interne exclusivement en cerises sèches. Le décorticage des cerises qui se faisait au niveau des villages à l'aide d'un matériel en plus ou moins bon état a été transféré à des unités de grande capacité et beaucoup mieux équipées. Les premières années ont permis d'améliorer le taux de transformation mais très rapidement le taux de grains noirs a augmenté, passant d'environ 5% à plus de 20% à l'échelle du pays. Lors de la dernière crise dans les années 1990 et sous la pression des producteurs, on est revenu à l'ancien système. Le taux de grains noirs a considérablement baissé.

La complexité d'une politique « Qualité » provient du fait qu'elle concerne l'ensemble des opérateurs de la filière, y compris les négociants internationaux et les torréfacteurs, et des comportements de ces acteurs entre eux. Si le problème du prix reste fondamental, il est également certain qu'un engagement contractuel entre chaque acteur pourrait améliorer la situation. Mais qui doit faire le premier pas et payer mieux ? Trop souvent, on lit ou on entend dire que si la qualité s'améliore, l'effort sera récompensé !

Le problème des décotes sur certaines origines
Il est assez fréquent que certaines origines soient pénalisées d'une décote de quelques dizaines à plusieurs centaines de dollars par tonne. Ces pénalités ont pour origine une qualité insuffisante du café (humidité trop forte, défauts) mais également elles peuvent être dues à des problèmes strictement commerciaux. Il est évident que ces réfactions sur les contrats sont répercutées au niveau du planteur. En Indonésie en juin dernier, la décote moyenne était de

100 à 150 $/tonne soit environ 1100 roupies/kg pour un café payé 3500 roupies[4] au producteur. Au Laos, en 2000, la même décote représentait 1130 kips/kg avec un prix « bord champ » de 3000 kips[5]/ kg équivalent café vert.
Rendre responsables les producteurs de la mauvaise qualité n'est pas toujours très justifié et des améliorations dans l'organisation de la filière pourraient permettre de modifier la situation.
Au Laos, la grande majorité des planteurs vendent leur production en cerises sèches et une pression très forte des opérateurs aval se fait pour maintenir le système, ces derniers tenant absolument à décortiquer le café. La minorité des planteurs qui décortiquent son café reçoit un prix plus élevé de 30 % bien supérieur au coût d'usinage primaire. Ces planteurs ne souhaitent changer de système et les exportateurs achètent volontiers le café même s'ils trouvent tous arguments possibles pour désavouer le décorticage villageois.
En Ouganda où le décorticage industriel est la règle, 20 % des planteurs vendent, à des intermédiaires, leur café sur pied et 30 % le vendent en cerises semi-sèches. Ces pratiques sont contraires à la préparation d'un café de qualité car elles obligent à stocker plus ou moins longtemps un produit par définition instable. Le refus des usiniers et des exportateurs d'acheter ce café serait de nature à arrêter ces pratiques mais faudrait-il encore que ces derniers consentent à payer un prix plus équitable ou qu'un accès à un crédit bon marché existe. En effet, si les planteurs recourent à ce mode de commercialisation, c'est probablement parce qu'ils ont un besoin rapide de trésorerie.
Des cours mondiaux élevés ne sont pas non plus une garantie pour la qualité, surtout en période de hausse continue. En effet, la concurrence entre exportateurs est très forte et le besoin d'approvisionner leurs magasins fait qu'ils acceptent sans discuter tous les cafés quelle qu'en soit la qualité.

La concentration des opérateurs aval

La concentration du négoce international est récente et s'est faite avec l'affaiblissement des filières étatiques (concomitant à la suppression des quotas), leur libéralisation et la disparition d'une multitude de petits exportateurs. [Compétitivité des cafés africains, 1993]. Les sociétés les plus fortes ont survécu et ont été obligées de s'associer pour faire face à une concurrence sauvage. Elles représentent aujourd'hui la principale source de financement de la commercialisation.
La disparition des sociétés de négoce de moyenne importance a contraint les grands groupes de torréfaction à passer des contrats sur le moyen et long terme avec les nouveaux groupes de négoce avec en priorité assurer l'approvisionnement des usines. Par ailleurs, la torréfaction industrielle se doit de maintenir un standard de qualité pour chacune de ses marques. Ceci implique la nécessité de disposer de façon sure de certaines origines de base pour les mélanges. L'approvisionnement en volume a pris le pas sur un approvisionnement de cafés de qualité.

Dans ce schéma général, il apparaît bien que tous les efforts que font ou peuvent faire les services de vulgarisation n'auront que peu d'effets s'ils ne sont pas concrètement soutenus par les secteurs industriel et du négoce. Leur puissance économique est telle qu'il paraît peu plausible que les exportateurs des pays producteurs puissent se risquer à réduire leur marge pour mener une politique « qualité »

[4] / en francs français, cela représente une décote de 0,95 F/kg pour un café payé 3,04 F/kg
[5] / en francs français, respectivement 1,20 F et 3,21 F/kg

Les organisations paysannes dans le marché des cafés de masse
Chaque projet de développement ou de soutien à la caféiculture a eu un volet « Organisations paysannes ». L'objectif de base est simple, le prix à la production du café peut être augmenté si les producteurs se regroupent pour éventuellement usiner ensemble le café de la communauté et surtout vendre des volumes plus importants. Si l'expérience montre que des gains sont effectifs, cela n'a pas résolu fondamentalement les problèmes de prix et très rapidement les organisations ont cherché à entrer sur le marché international bien souvent sans succès sauf si elles peuvent convaincre une torréfaction orientée vers les cafés fins. Un cas exemplaire est celui de la Guinée où l'association des producteurs de Guinée, après avoir longtemps cherché preneur à un prix acceptable d'un café de bonne qualité auprès des grands négociants a finalement trouvé une torréfaction moyenne.

Le problème spécifique de la qualité sanitaire

Bien qu'on estime que de bonnes pratiques post-récolte réduisent sensiblement les risques de contamination, les connaissances scientifiques actuelles sont insuffisantes pour mener une véritable politique de prévention. Toutefois, on peut affirmer sans trop de risques que le problème de la qualité sanitaire du café pourrait trouver une solution dans la mise en œuvre d'une politique de qualité pour les cafés de masse.

Conséquences possibles à un niveau général
On a vu précédemment qu'un taux trop élevé d'ochratoxine dans un lot de café entraînerait un rejet de ce lot. Pour toutes origines confondues et pour un taux de 8 µg/kg de café vert, 4,3 % des lots seraient refusés. Ces rejets constituent une perte pour l'exportateur. Lorsqu'une réglementation sera en place, il est probable sinon que cet exportateur s'assurera contre ce risque en baissant uniformément les prix au producteur d'autant qu'en fonction des connaissances actuelles, il n'existe aucune technique de séparation. Quelques pays seront affectés plus sévèrement que d'autres mais cela ne devrait pas perturber fortement les approvisionnements des usines.

Conséquences possibles ponctuellement
Une seconde solution s'offre à l'exportateur dans la mesure où des techniques de détection rapides et peu coûteuses se développent. Il aura ainsi la possibilité de contrôler la qualité du café et pourra ensuite payer en fonction de la présence ou non d'ochratoxine pour ensuite diluer les cafés sains avec des cafés contaminés. Politiquement ou socialement, les exportateurs ou leurs acheteurs n'ont pas la possibilité de refuser le café d'un planteur ou d'une coopérative. Ceci ne garantit pas de façon absolue un rejet éventuel à l'arrivée en Europe mais minimise fortement le risque.
En termes de prix, le planteur ayant un café sain ne sera pas nécessairement mieux rémunéré (assurance risque OTA précédemment) et le planteur offrant un café contaminé sera pénalisé.
La réalisation d'un programme de prévention n'est pas aisée mais les chances de succès de ce programme semblent très limitées d'autant que les cours bas ne sont pas incitatifs.

Conclusion

Proposer des programmes d'amélioration de la qualité afin d'augmenter les revenus des producteurs n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît. Du fait de la segmentation du marché, il n'existe pas de solution générale et la première réflexion doit aboutir se poser les questions « Qu'est-ce que la qualité ?, Quelle qualité et pour quel marché ? ». L'engouement pour les cafés spéciaux entraîne inévitablement à porter une attention particulière sur ce créneau

prometteur et porteur de sujets de recherche et d'études et certainement beaucoup plus facile à aborder. C'est aussi considéré qu'il existe deux sortes de café, l'une est un produit noble et valorisable, l'autre est une matière première qu'on transforme bien que les caféiculteurs soient les mêmes, dans une grande majorité des petits exploitants agricoles qui n'ont d'autres ressources que le café.

Retour au menu

Bibliographie

Marchés tropicaux et méditérranéens, n° juillet 2001, p1396-1408
Marchés tropicaux et méditérranéens, n° mai 2001, p1087-1088
Le Point, août 2001, n° 1509, « Le café boit la tasse »
Compétitivité des cafés africains, Rapport d'études, Ministère de la coopération, 1993, 240 p.
Organisation internationale du café, Statistiques de production et de prix
Ponte Stefano, june 2001,CDR Working paper 01.3, « 'The late Revolution ?' Winners and Losers in the restructuring of global coffee marketing chain », 38 p.
CIRAD, Rapports internes, 1993,1998, 2001**,**Filières café au Laos, au Kenya, en Indonésie, en Guinée
Talbot J.M., 1997 ; « Where does your coffee dollar go ? The division of income and surplus amlong the coffee commodity chain » Studies in comparative interanbtional developmenty »