

Photo: Rupert Ewin

# UNE TASSE DE CAFÉ

au goût d'injustice



**POUR UN  
COMMERCE  
ÉQUITABLE**

[www.pouruncommerceequitable.com](http://www.pouruncommerceequitable.com)



# Remerciements

Ce rapport a été écrit par Charis Gresser et Sophia Tickell. Les auteurs voudraient remercier le personnel d'Oxfam, les organisations partenaires et les experts de l'industrie qui ont apporté leur aide à la production de ce document. En particulier, les auteurs souhaiteraient remercier les personnes suivantes pour leur contribution:

Jeff Atkinson, Peter Baker, Bert Beekman, Romain Benicchio, Izzy Birch, Phil Bloomer, Ian Breminer, Liam Brody, Geronimo Brumatti, John Burstein, Constantino Casasbuenas, Antonio Castro, Celine Charveriat, John Crabtree, Geneviève Deboeck, Xavier Declercq, Siddo Deva, Chad Dobson, Pablo Dubois et Néstor Osorio et ses collègues à l'Organisation internationale du café, Diana Gibson, Christopher Gilbert, Duncan Green, Tran My Hanh, Than Thi Thien Huong, Marita Hutjes, Jon Jacoby, Karen St Jean-Kufuor, Jörn Kalinski, Gezahegn Kebede, Khamlouang Keoka, Martin Khor, Patrick Knight, Tatiana Lara, Max Lawson, Ana Eugenia Marin, Ruth Mayne, Monica Naggaga, Michael Oyat, Rainer Quitzow, Andrew Ray, Alex Renton, Colin Roche, Geoff Sayer, John Schluter, Robert Simmons, Dang Kim Son, Hoang Xuan Thanh, Steve Thorne, Simon Ticehurst, Pauline Tiffen, Abera Tola, Wendel Trio, Albert Tucker, Mick Wheeler, Dereje Wordofa, et Luuk Zonneveld.

Ce texte a été édité par Kate Raworth et David Wilson et le design a été fait par Barney Haward.

Une partie des recherches incluse dans ce rapport a été effectuée avec le soutien financier de la Commission Européenne. Les opinions exprimées dans ce rapport sont celles de leurs auteurs et ne représentent donc pas le point de vue officiel de la Commission.

© Oxfam International 2002

[www.pouruncommerceéquitable.com](http://www.pouruncommerceéquitable.com)

[advocacy@oxfaminternational.org](mailto:advocacy@oxfaminternational.org)

# Sommaire

## Remerciements

## Résumé

### 1. La crise du café

La crise, quelle crise?

Quand le secteur du café, en pleine expansion, tourne à la faillite...

La dévastation des communautés locales et des pays producteurs de café

- Les familles connaissent la faim
- Les enfants sont exclus de l'école
- Détérioration des services médicaux
- Travailleurs saisonniers et ouvriers miséreux
- Attrait grandissant pour la culture des drogues
- Crises financières pour les économies nationales

### 2. Les origines du problème

Restructuration du marché: passage d'un marché organisé à un marché submergé

- La fin d'un marché organisé
- L'arrivée des géants: le Brésil et le Viêt-Nam
- Le ralentissement de la demande

Déséquilibre des pouvoirs dans le marché: producteurs à la rue et méga profits pour les torréfacteurs

Où vont tous les bénéfices? Sur la trace de la chaîne de la valeur ajoutée

La puissance des torréfacteurs: des bénéfices divins pendant la crise.

- La puissance des marques
- Le contrôle des coûts
- Le choix des combinaisons: mélanges flexibles
- Les marchés à terme: souplesse de financement

Nouvelles technologies et techniques: la qualité en baisse

Les nouvelles technologies de torréfaction: presser le grain de café jusqu'à la dernière goutte

Trop de robusta, pas assez d'arabica

Les techniques de culture intensive réduisent la qualité et dégradent les terres

L'absence de solution de rechange: déclin des matières premières et les échecs du développement rural

L'absence de solutions pour remplacer le café comme culture commerciale

La dépendance à l'égard de matières premières en déclin

Pas suffisamment de valeur perçue

Les promesses non tenues à l'égard du développement rural

Une réglementation inadaptée

Les organisations de producteurs et d'ouvriers menacées

Les informations se font rares

Des formations et soutiens insuffisants

De mauvais prêts et une absence de nouveaux crédits

La fragilité des infrastructures rurales

Le déclin de l'aide et les politiques de deux poids deux mesures: exploitants trahis par les donateurs

### 3. Les niches peuvent-elles représenter une échappatoire? Pas pour tout le monde...

Commerce équitable: une lueur d'espoir

Les marques de spécialité prennent une valeur supérieure

Une course vers la même issue de secours?

L'heure n'est pas à l'inertie

### 4. Sortir de la crise: une stratégie d'action

Rétablir l'équilibre de l'offre et de la demande

Rétablir la qualité et augmenter la productivité

Augmenter les prix et garantir des moyens de subsistance corrects

Maintenir et bâtir une capacité à produire de la valeur ajoutée

Établir de réelles possibilités de développement rural

Conclusion

**Recommandations: Un plan d'urgence pour le café**

## Notes

## Liste des documents de recherche

## Projets d'Oxfam dans le secteur du café

## Contacts d'Oxfam International

# Résumé

La crise actuelle du café détruit les moyens de subsistance de 25 millions de caféiculteurs dans le monde. Le prix du café a perdu presque 50 pour cent de sa valeur au cours des trois dernières années et est à son niveau le plus bas depuis 30 ans. Les perspectives s'annoncent désastreuses à long terme. Les exploitants de café dans les pays en développement, qui sont pour la plupart des petits exploitants agricoles, vendent désormais leurs grains de café à un prix largement inférieur aux coûts de production. Par exemple, ce prix représente seulement 60 pour cent des coûts de production dans la province de Dak Lak au Viêt-Nam. Les exploitants subissent de lourdes pertes alors que les marques de café engrangent des bénéfices considérables. La crise du café est devenue un véritable désastre en matière de développement, dont les effets seront ressentis pendant longtemps.

Les familles vivant de l'argent généré par le café retirent leurs enfants de l'école, surtout les filles. Elles n'ont plus les moyens de payer les médicaments de base et se privent de nourriture. Outre les familles d'exploitants agricoles, les négociants de café font faillite. Les économies nationales souffrent et certaines banques s'écroulent. Les caisses publiques sont à sec, la santé et l'éducation sont sous pression et les gouvernements sont forcés de s'endetter.

L'ampleur de la solution doit être en rapport avec l'étendue de la crise. Un plan d'urgence pour le café, qui rassemble tous les principaux acteurs impliqués dans cette filière, est nécessaire pour que le marché profite autant aux pauvres qu'aux riches. Mais cette situation est loin de se limiter au café. La problématique du café est partie intégrante d'une lutte plus générale pour un commerce équitable.

Le marché du café est en situation d'échec. C'est un échec pour les producteurs des petites exploitations familiales qui parvenaient à en vivre autrefois. C'est un échec pour les exportateurs et les entrepreneurs locaux qui font faillite devant une concurrence internationale farouche. C'est également un échec pour les gouvernements qui avaient encouragé la production de café pour augmenter les revenus à l'exportation.

Il y a dix ans, les exportations des pays producteurs permettaient de percevoir un tiers de la valeur du marché. De nos jours, ce chiffre est inférieur à dix pour cent. Au cours des cinq dernières années, la valeur des exportations de café a baissé de 4 milliards de Dollars US, chiffre comparable à la totalité des dettes remboursées par le Honduras, le Viêt-Nam et l'Éthiopie en 1999 et en 2000, soit 4,7 milliards de Dollars US.

On pourrait même dire qu'au bout du compte, le marché du café sera également un échec pour les géants du café, qui transforment actuellement si bien le café vert en billets verts. Les quatre principaux torréfacteurs, Kraft, Nestlé, Procter & Gamble et Sara Lee, possèdent chacune des marques de café dont les ventes annuelles rapportent 1 milliard de Dollars US ou plus. Avec le géant allemand Tchibo, elles achètent presque la moitié de la production mondiale de grains de café

chaque année. Les marges bénéficiaires sont élevées : Nestlé réalise une marge bénéficiaire estimée à 26 pour cent sur le café instantané. Les bénéfices de Sara Lee réalisés sur le café sont estimés à presque 17 pour cent, ce qui représente un chiffre très élevé par rapport aux autres marques d'alimentation et de boissons. Cela ne poserait aucun problème si tous les acteurs impliqués dans la filière d'approvisionnement pouvaient en profiter. Malheureusement, comme les exploitants reçoivent un prix inférieur aux coûts de production, les affaires florissantes de ces sociétés sont réalisées sur le dos des gens les plus pauvres du monde.

Au delà des conséquences néfastes d'une telle approche pour les exploitants, payer le café vert à un prix aussi bas que possible, constitue une stratégie commerciale dangereuse à long terme pour la filière. Elle ne contribue même pas aux intérêts commerciaux à court terme des producteurs de café instantané. En fait, cette stratégie se révèle particulièrement risquée puisque ces sociétés comptent sur la bonne volonté des consommateurs. La montée des ventes du café Commerce équitable au cours des dernières années montre que les consommateurs se sentent concernés par la misère de ceux qui produisent les marchandises qu'ils achètent.

L'industrie du café subit actuellement une refonte radicale et extrêmement douloureuse pour un grand nombre de personnes. Elle est passée d'un marché organisé, dans lequel les gouvernements jouaient un rôle actif à l'échelle nationale et internationale, à un système de marché libre, où tout le monde peut participer et le marché lui-même détermine le cours du café. Récemment, ce marché a permis aux grandes entreprises de café de payer leurs matières premières à un prix très faible.

En même temps, le Viêt-Nam a fait une entrée remarquée sur le marché et le Brésil a augmenté sa production qui était déjà considérable. Par conséquent, le café est produit en plus grandes quantités et une médiocre qualité est échangée sur les marchés internationaux, ce qui entraîne un effondrement catastrophique des prix pour les exploitants agricoles. Actuellement, huit pour cent du café produit n'est pas consommé. En attendant, les grands torréfacteurs ne se sont pas empressés d'assumer l'une des responsabilités qu'ils considèrent essentielle dans la crise actuelle : la génération d'une demande pour le café. Avec un taux actuel de croissance à 1 – 1,5 pour cent, la demande est facilement dépassée par le taux d'augmentation de l'offre, supérieur à deux pour cent.

Malgré la stagnation du marché de consommation, les torréfacteurs n'ont aucun problème de trésorerie. Dans ce marché libre, la couverture mondiale leur offre des possibilités sans précédent. De nos jours, les mélanges de café standards peuvent être fabriqués à partir de 20 types de café différents. La gestion et la couverture sophistiquées des risques permettent aux entreprises d'acheter chez le producteur le moins cher pour fabriquer ces mélanges, en un simple clic de souris.

Toutefois, à l'autre extrémité de la chaîne de valeur, le marché ne se sent pas aussi libre que cela. Sans les routes ou les moyens de transport nécessaires pour se rendre sur les marchés locaux, sans assistance technique, crédits ou informations sur les prix, la vaste majorité des exploitants est à la merci des négociants itinérants qui offrent un prix « à prendre ou à laisser ». Bien qu'il semblerait logique, leur retrait de la production de café pour se lancer dans autre chose pose de nombreux problèmes. Il leur faudrait trouver des fonds qu'ils n'ont pas et des cultures de rechange qui offrent de meilleures perspectives. Pour un exploitant, c'est une stratégie extrêmement risquée de renoncer aux quatre années passées à attendre que les caféiers produisent leurs fruits.

De plus, l'échec du marché du café est en partie imputable à l'échec politique flagrant des institutions internationales. La Banque mondiale et le FMI ont encouragé les pays pauvres à libéraliser le commerce et à poursuivre une croissance orientée vers l'exportation dans leurs domaines 'd'avantage comparatif'. Le problème est que pour un grand nombre de pays pauvres, cet avantage est vraiment très mince, comme l'a montré l'afflux du café et d'autres produits de base agricoles sur les marchés mondiaux. Ces pays sont coincés en vendant des matières premières qui ne leur permettent absolument pas de percevoir la valeur ajoutée du produit lorsqu'il se retrouve sur un rayon de supermarché.

Même au sein du marché libre du café, ces institutions peuvent être accusées de négligence. Où étaient donc les bons conseils économiques adressés aux pays en développement concernant les tendances globales des matières premières mondiales et leur impact probable sur les prix ? Quelles sont les mesures urgentes prises par les gouvernements donateurs pour empêcher les chocs liés aux matières premières ne gâchent les efforts visant à alléger le fardeau de la dette qui pèse sur les pays les plus pauvres ?

Jusqu'à ce jour, les pays riches et les gigantesques sociétés qui en font partie ont réagi à la crise avec une suffisance inexcusable. Devant la misère humaine, on a entendu de bien belles paroles mais tout reste à faire. Les solutions commerciales actuelles, à savoir le commerce équitable et le développement des cafés gourmets peuvent contribuer à réduire la pauvreté et à protéger l'environnement mais ne représente une solution viable que pour quelques exploitants agricoles. C'est pourquoi une solution plus systémique s'impose.

Le défi consiste à rendre le marché du café aussi avantageux pour les pauvres que pour les riches. Il faut comprendre pourquoi les efforts d'intervention sur le marché ont échoué par le passé et en tirer les leçons qui s'imposent. Il ne faudrait pas non plus omettre de faire un bilan critique sur la situation actuelle. Le faible prix du café crée un marché acheteur, qui oblige les producteurs les plus pauvres et les plus impuissants du monde entier à négocier dans un marché ouvert avec les plus riches et les puissants. Il n'est donc pas surprenant que les riches s'enrichissent et les pauvres s'appauvrissent. La participation active de tous les acteurs impliqués dans le commerce du café est nécessaire pour inverser cette situation.

L'année qui vient s'annonce cruciale. Les gouvernements producteurs de café ont accepté un plan visant à réduire l'offre en améliorant la qualité du café échangé sur les marchés internationaux. Ce projet ne réussira pas sans le soutien des entreprises et des pays riches et sans

l'apport de mesures sur le long terme permettant de s'attaquer au sous-développement rural.

**Oxfam demande l'adoption d'un plan d'urgence pour le café pour que le marché bénéficie aux pauvres autant qu'aux riches. Pour surmonter la crise actuelle et créer un marché plus stable, le plan a besoin du rassemblement et du soutien des principaux acteurs de l'industrie du café.**

**Dans un délai d'un an, le plan d'urgence devrait aboutir aux résultats suivants sous l'égide de l'Organisation internationale du café:**

1. Les torréfacteurs paieront un prix décent aux exploitants agricoles (supérieur à leurs coûts de production) afin que ceux-ci puissent envoyer leurs enfants à l'école, payer leurs médicaments et acheter une quantité de nourriture suffisante.
2. Augmentation des prix payés aux exploitants grâce à la réduction de l'offre et des stocks de café sur le marché par le biais des mesures suivantes:
  - Les torréfacteurs achèteront seulement le café conforme aux normes de qualité de base, proposées par l'Organisation internationale du café (OIC).
  - La destruction d'au moins cinq millions de sacs de café, financée par les gouvernements des pays riches et les torréfacteurs.
3. La création d'un fonds visant à aider les exploitants pauvres à se tourner vers d'autres moyens de subsistance et à sortir de leur dépendance à l'égard du café.
4. Les torréfacteurs augmenteront la part du café Commerce équitable dans leurs achats à deux pour-cent du volume total.

**Le plan de sauvetage devrait servir de projet pilote pour une initiative de gestion des matières premières à plus long terme visant à améliorer les prix et à fournir d'autres moyens de subsistance aux exploitants agricoles. Il devrait aboutir aux éléments suivants:**

1. Les gouvernements des pays producteurs et consommateurs mettront en place des mécanismes permettant de rectifier le déséquilibre entre l'offre et la demande afin d'assurer des prix raisonnables aux producteurs. Les exploitants agricoles devront être pleinement consultés pour tout projet de ce type.
2. Soutien apporté aux pays producteurs pour qu'ils perçoivent une plus grande part de la valeur ajoutée à ces matières premières.
3. Coopération entre les gouvernements des pays producteurs pour empêcher que la quantité de matières premières qui entre sur le marché soit supérieure à la capacité de vente.
4. Mesures d'incitation financées pour réduire la grande dépendance des exploitants à l'égard des matières premières agricoles.
5. Les sociétés paieront un prix convenable pour toutes les matières premières, y compris le café.



# La crise du café



Peris Mwhaki taille ses plants de café après la récolte, dans la province centrale du Kenya. Ces dernières années, ses grains de café ne lui ont rapporté que 2-3% du prix de vente final du café kenyan AA dans les supermarchés du Nord. 'Les revenus n'arrivent pas jusqu'à nous, ici dans les collines', expliqua Peris. 'L'exploitation représente toujours autant de travail, mais nous ne touchons rien en retour.'

# 1. La crise du café

Cette crise touche actuellement 25 millions de caféiculteurs dans le monde entier. Le prix du café est à son niveau le plus bas depuis 30 ans et les perspectives à long terme s'annoncent désastreuses. Dans les pays en développement, les producteurs de café, dont la plupart sont des petits exploitants agricoles pauvres, vendent leurs grains de café à un prix beaucoup plus bas que les coûts de production. La crise du café est en passe de devenir un véritable désastre en matière de développement, dont les effets seront ressentis pendant de nombreuses années.

Les familles vivant de l'argent généré par le café retirent leurs enfants de l'école, en particulier les filles. Elles n'ont plus les moyens de payer les médicaments de base, et se privent de nourriture. Outre les familles de fermiers, les économies nationales souffrent également. Les négociants de café cessent leurs activités, certaines banques sont au bord de la faillite et les gouvernements, qui comptent sur les recettes générées par l'exportation du café, sont confrontés à un déclin considérable des budgets destinés aux programmes d'éducation et de santé et à une insuffisance de fonds pour rembourser leur dette.

Si la mondialisation doit agir en faveur des plus pauvres et si le commerce doit profiter aux plus démunis, alors il faut absolument que le marché du café cesse de manquer à ses engagements envers les pauvres comme c'est le cas à présent. Son fonctionnement doit radicalement évoluer.

## La crise, quelle crise ?

Jetez un coup d'œil dans n'importe quelle rue commerçante du monde développé et vous vous rendrez compte à quel point l'industrie du café est prospère. Les bars café ont fait une soudaine apparition dans les zones commerciales les plus recherchées, en arborant un style jeune et à la mode représenté par la série télévisée mondialement connue, *Friends*. Les librairies et les grands magasins ont des cafés sur leurs lieux de vente, d'où s'échappe l'arôme du café frais et le murmure des clients fatigués. Même les gares ont un petit coin café

où les banlieusards peuvent prendre rapidement leur dose de caféine. Ils connaissent très bien les mérites respectifs du café express, du café au lait et du cappuccino.

Dans les salles de réunion des quatre plus grandes sociétés de café au monde, connues sous le nom de torréfacteurs – Kraft Foods, Nestlé, Procter & Gamble et Sara Lee – les affaires sont également en ébullition. À elles quatre, ces sociétés contrôlent les principales marques de café : Maxwell House, Nescafé, Folgers et Douwe Egberts. Kraft, elle-même contrôlée par Philip Morris, la société de tabac – a réalisé des bénéfices supérieurs à 1 milliard de Dollars US sur les ventes de boissons, céréales et desserts en 2001. Le café instantané de Nestlé, dont 3 900 tasses sont bues à la seconde, réalise des bénéfices tellement considérables qu'un analyste financier les a décrits comme l'équivalent commercial du paradis.<sup>1</sup>

Cette industrie est tellement lucrative que de nombreuses personnes sont choquées quand elles se rendent compte que ce grain à l'apparence dorée laisse des millions de fermiers dans une très grande pauvreté. Un producteur de café ougandais résume ci-dessous le désespoir de nombreux fermiers interrogés par Oxfam :

*'J'aimerais que vous disiez aux gens de votre pays que la boisson qu'ils aiment tant est actuellement la cause de tous nos problèmes. Nous [produisons] ces cultures à la sueur de notre front et nous les vendons pour rien.'*

– LAWRENCE SEGUYA, MPIGI DISTRICT, OUGANDA.  
FÉVRIER 2002<sup>2</sup>

Le défi auquel le marché mondial du café est confronté est un exemple flagrant des difficultés liées à un grand nombre de matières premières dont dépendent les pays en développement. La recherche d'une solution à la crise présente permettra d'évaluer si la mondialisation et le marché ainsi créés peuvent effectivement profiter aux populations les plus démunies.

## Quand le secteur du café, en pleine expansion, tourne à la faillite...

Auparavant, le café offrait l'espoir d'un meilleur avenir pour les fermiers travaillant dans les pays en développement.

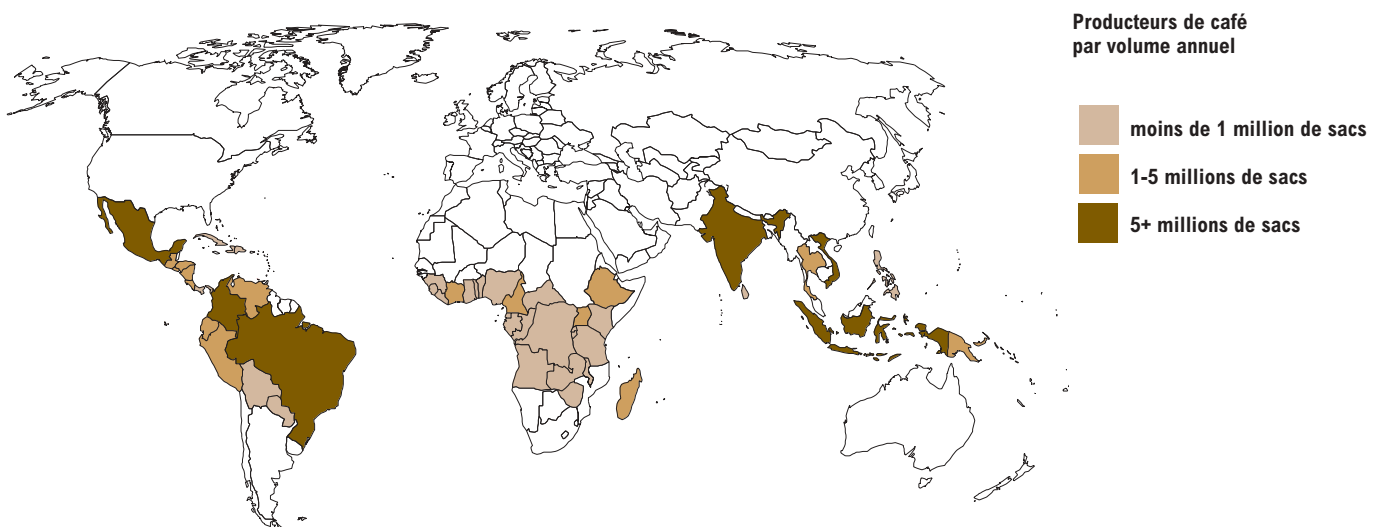
Le café est l'une des quelques matières premières négociées à l'échelle internationale qui est toujours essentiellement produite non pas sur de grandes plantations mais sur de petites propriétés agricoles exploitées par les paysans locaux. Soixante-dix pour-cent de la production mondiale de café est cultivé dans des exploitations dont la superficie est inférieure à dix hectares. Sur ces 70 pour-cent, la vaste majorité du café est cultivée sur les parcelles familiales d'une superficie de un à cinq hectares. Même dans les pays où il existe de grandes plantations, comme le Brésil, l'Inde et le Kenya, il existe en parallèle un grand nombre de petits exploitants agricoles.

Les petits exploitants agricoles avaient l'habitude de réaliser de bons bénéfices sur leurs récoltes. Ils pouvaient nourrir leur famille correctement, envoyer leurs enfants à l'école et se payer un logement décent. Par exemple, dans la région du Kilimandjaro en

Tanzanie, l'argent rapporté par le café permettait d'atteindre des taux d'alphabétisme élevés et des niveaux nutritionnels au-dessus de la moyenne.<sup>3</sup> En Colombie, l'argent issu de la culture du café finançait les écoles, les infrastructures et la formation des fermiers. Les régions productrices de café étaient moins sujettes à la violence politique qui sévit dans d'autres régions de ce pays. Ce facteur a été attribué en partie à la prospérité relative des producteurs de café.

Le café est cultivé dans la grande ceinture tropicale et sous-tropicale qui entoure l'Équateur, y compris dans certains pays qui sont confrontés aux difficultés de développement les plus sévères au monde (voir figure 1 ci-dessous). Il existe deux variétés principales: le robusta et l'arabica. Comme son nom l'indique, le robusta est une plante rustique. Elle est largement utilisée pour le café soluble et les cafés torréfiés plus corsés. De meilleure qualité et à l'arôme plus doux, l'arabica est habituellement cultivé sur les hauts plateaux. Ce caféier est plus difficile à cultiver et davantage prédisposé à la maladie mais se vend à un prix plus élevé. Il se vend sur les marchés spécialisés et il est également utilisé dans les mélanges de café soluble en raison de son arôme.

Figure 1: Production du café dans le monde, 2001

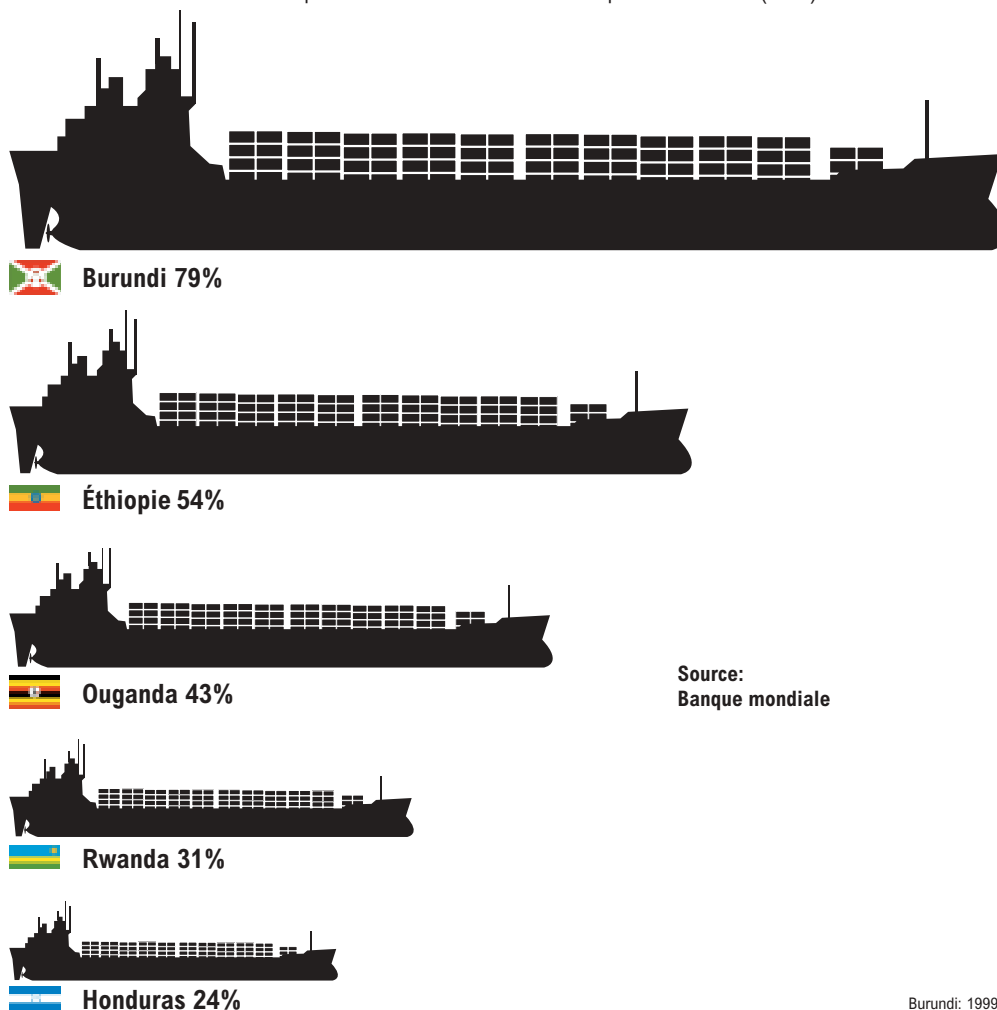


Certaines économies parmi les pays les plus pauvres du monde sont largement dépendantes du commerce du café. Cette dépendance est particulièrement importante dans certains pays africains. En Ouganda, les moyens de subsistance d'environ un quart de la population reposent d'une manière ou d'une autre sur les ventes de café. En Éthiopie, le café représente plus de 50 pour-cent des revenus d'exportation, alors qu'au Burundi, ce pourcentage se monte à près de 80 pour-cent (voir figure 2). Au Guatemala, les moyens de subsistance de plus de sept pour-cent de la population reposent sur le café. Dans l'Etat voisin du Honduras, ce chiffre atteint presque 10 pour-cent.<sup>4</sup> Au Nicaragua, le second pays le plus pauvre d'Amérique Centrale, le café représente sept pour-cent du revenu national.<sup>5</sup>

Même si d'autres économies nationales ne dépendent pas de la production du café, certaines régions et communautés en sont dépendantes. Au Mexique, le café a toujours une très grande importance, surtout pour les 280 000 fermiers indigènes vivant pour la plupart dans les états les plus démunis de Oaxaca, Chiapas, Veracruz et Puebla. Au Brésil, bien que le secteur du café représente moins de cinq pour-cent des recettes totales en devises, il constitue un moyen de subsistance pour 230 000 à 300 000 fermiers et emploie encore 3 millions de personnes directement dans l'industrie du café.<sup>6</sup> En Inde, l'industrie du café emploie trois millions de travailleurs.<sup>7</sup>

**Figure 2. L'argent gagné repose fortement sur le café**

Exportations de café comme % des exportations totales (2000)



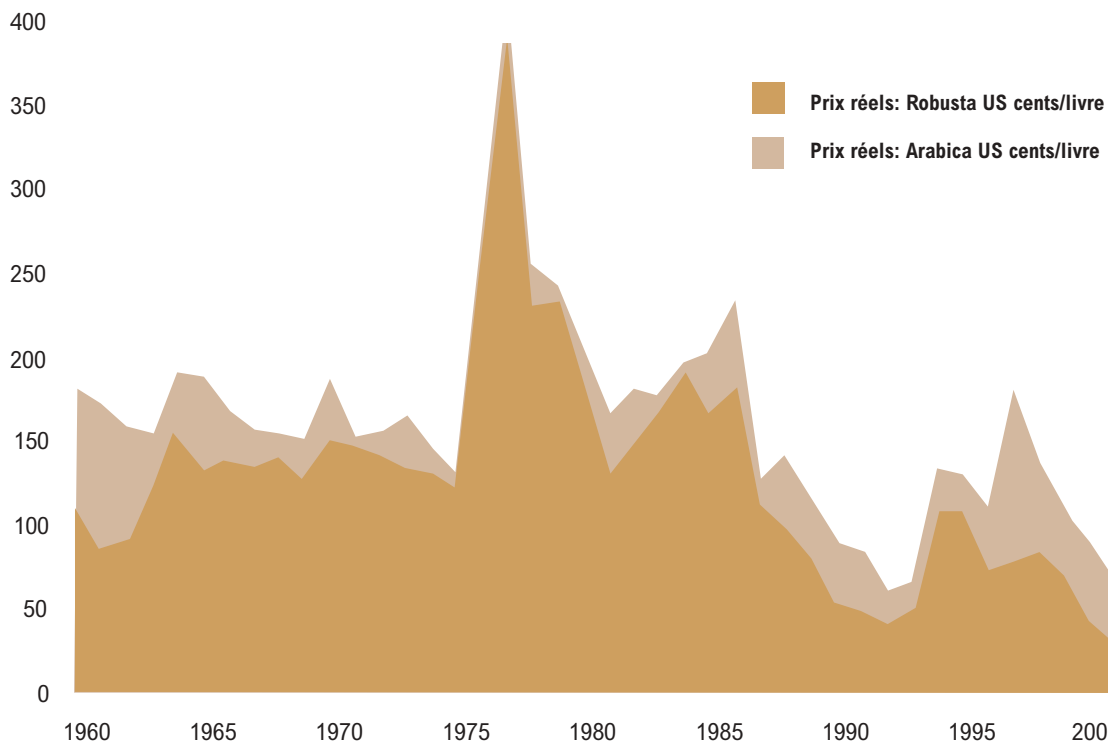
Source:  
Banque mondiale

## La dévastation des communautés locales et des pays producteurs de café

Le prix que les fermiers reçoivent pour leur café est tombé à un niveau effroyablement bas, tant pour le robusta que pour l'arabica. En 1997, les prix ont commencé à chuter sérieusement pour atteindre leur niveau le plus faible depuis 30 ans à la fin 2001. En juin 2002, ils tournaient toujours autour du même niveau. Cependant, en tenant compte de l'inflation, le prix « réel » des grains de café est tombé à un niveau considérablement plus bas: il se situe désormais tout juste à 25 pour-cent de son niveau de 1960. De ce fait, l'argent que le café rapporte aux fermiers permet d'acheter seulement un quart de ce qu'il permettait d'acheter il y a 40 ans (voir figure 3 ci-dessous). Il s'agit probablement du prix réel le plus bas que les exploitants de café ont reçu depuis 100 ans.

Fin 2001, le cabinet Landell Mills Consultants estimait qu'à travers le monde, les producteurs étaient incapables de couvrir leurs coûts de production totaux, que ce soit pour l'arabica ou le robusta. Pour ce dernier, le prix ne couvre même pas les coûts variables. À titre d'exemple, au Viêt-Nam, l'un des producteurs aux coûts les plus faibles du monde, l'enquête menée par Oxfam dans la province de Dak Lak suggère que début 2002, le prix que les fermiers recevaient couvrait seulement 60 pour-cent de leurs coûts de production.<sup>8</sup>

**Figure 3. La chute considérable des prix réels du café**  
Arabica et robusta, US cents /livre



Source: Banque mondiale. Déflateur: Indice MUV à constante 1990 dollars US.  
Les prix pour 2002 sont de janvier à mai.

C'est une époque terrible pour les fermiers, qui sont désespérés par des prix ne leur permettant pas de couvrir les besoins les plus fondamentaux de leurs familles. La plupart d'entre eux avaient besoin de l'argent rapporté par leur café pour acheter des articles essentiels et généralement, ils n'ont pas pu faire d'économies en prévision de périodes plus difficiles. Certains sont forcés de vendre leur terre, d'autres quittent leur maison et leur famille pour chercher du travail ailleurs, provoquant une réaction en chaîne sur des communautés entières.

*'Dans certaines communautés, les mouvements migratoires vers le Mexique sont très importants. Dans l'une de ces communautés, il y a trois ou quatre mois, environ huit camions sont arrivés pour emmener tous les gens capables de travailler dans les fincas mexicaines... ils y sont restés pendant quatre à six mois. C'est incroyable à quel point la vie sociale de la famille s'en trouve perturbée,'* déclare Jeronimo Bollen, dans une coopérative du Guatemala, Manos Campesinos.<sup>9</sup>

Les fermiers désespérés vivant au Mexique ou au Honduras rêvent de s'échapper aux États-Unis. L'année dernière, on a retrouvé les corps de six exploitants de café en provenance de Veracruz ayant tenté l'aventure dans le désert de l'Arizona.<sup>10</sup>

D'après Cesar Villanueva travaillant à l'ONG Rainforest, *'La crise des prix touche les femmes très directement. Le chef de famille [homme] part souvent travailler ailleurs, au moins durant une partie de l'année, en laissant les femmes et les enfants travailler la terre. De ce fait, les enfants abandonnent généralement l'école.'* La charge de travail des femmes s'est également accrue dans les familles qui ont l'habitude de payer une main-d'œuvre saisonnière pour les aider à récolter le café. Maintenant qu'elles n'ont plus les moyens de payer ces ouvriers, les femmes prennent souvent en charge le travail supplémentaire.

Mohammed Ali Indris, producteur de café éthiopien interrogé par Oxfam en mars 2002 dans la province de Kafa, a expliqué, sans ménager les détails, la manière dont l'effondrement des prix a touché sa famille. Il a 36 ans et sa famille de 12 personnes comprend les enfants de son frère décédé. Il estime qu'il y a environ cinq ans, il pouvait gagner à peu près 320 Dollars US par an grâce à la vente combinée du café et du maïs. Cette année, il s'attend à gagner autour de 60 Dollars US pour le café. Le maïs qu'il aurait vendu a déjà été consommé par la famille.

*'Il y a cinq à sept ans, je produisais sept sacs de cerises rouges [café non traité] et c'était suffisant pour acheter des vêtements, des médicaments, des services et pour résoudre de nombreux problèmes. Maintenant, même si je vends quatre fois plus, c'est impossible de couvrir toutes mes dépenses. Il a fallu que je vende mes bœufs pour rembourser le prêt que j'avais souscrit pour acheter des fertilisants et des semences de meilleure qualité pour mon maïs, sinon, j'étais menacé de prison.'*

*'Les dépenses médicales sont très élevées car cette région est touchée par la malaria. Au moins un membre de ma famille doit se rendre à l'hôpital chaque année pour recevoir un traitement. Cela me coûte 6 Dollars US par traitement. Nous avons également besoin d'acheter du teff [amidon de consommation courante], du sel, du sucre, du savon et du kérosène pour l'éclairage. Il faut aussi payer les frais de scolarité. Avant, nous arrivions à couvrir ces dépenses, maintenant, c'est impossible... Trois enfants ne peuvent pas aller à l'école parce que je n'ai pas les moyens de payer leur tenue d'écolier. Nous avons cessé d'acheter du teff et de l'huile alimentaire. Nous mangeons principalement du maïs. La peau des enfants s'est asséchée et ils montrent des signes de malnutrition.'*<sup>11</sup>

### **Les familles connaissent la faim**

Selon le Programme alimentaire mondial, en mars 2002, 30 000 Honduriens souffraient de la faim à cause de la crise du café, aggravée par les effets de la sécheresse et des centaines d'enfants souffraient d'une telle malnutrition qu'il avait fallu les hospitaliser.<sup>12</sup> *'La faim est devenue monnaie courante dans certaines régions d'Amérique Centrale, en particulier dans le Nord-Est du Guatemala, où la sécheresse a sérieusement endommagé la production fondamentale de céréales et le Programme alimentaire mondial a été forcé de mettre en place une série de programmes d'urgence,'* déclare Oxford Analytica.<sup>13</sup>

En janvier 2002, l'Union européenne et l'USAID (Agence des États-Unis pour le développement international) se sont alarmées de l'accroissement de la pauvreté et des problèmes de sécurité alimentaire des exploitants de café en Éthiopie, affirmant que les fermiers vendaient leurs biens et se privaient de nourriture. Les fermiers interrogés par Oxfam au Pérou déclarent qu'ils ont été obligés de réduire considérablement leur consommation de nourriture. Dans la province de Dak Lak au Viêt-Nam, les revenus

générés par les fermiers les plus pauvres dépendant uniquement du café sont désormais classés 'pré famine'.

La famine est particulièrement grave chez les familles qui ont choisi de consacrer une plus grande partie de leurs terres à la production de café plutôt qu'à d'autres cultures de subsistance. Les décisions relatives à cet équilibre peuvent constituer une source de conflit entre les femmes qui sont chargées de nourrir leurs familles et les hommes qui tiennent beaucoup à gagner des revenus pécuniaires plus élevés.

### **Les enfants sont exclus de l'école**

Lors des nombreux entretiens conduits par Oxfam au Viêt-Nam, en Afrique de l'Est et au Pérou, les fermiers citaient le prix du café comme une entrave à l'éducation de leurs enfants.

En Ouganda, où une grande partie de la population compte partiellement sur la production de café, la crise affecte l'aptitude des familles à envoyer leurs enfants à l'école.

Bruno Selugo (17 ans) et son frère Michael (15 ans), qui vivent dans le Mpigi District, en Ouganda, ont dû tous deux abandonner l'école parce qu'ils ne pouvaient pas payer les droits de scolarité. *'Je ne réussirai jamais si je ne vais pas à l'école,'* déclare Bruno. *'Je devrais me contenter de rester ici à cultiver un peu de nourriture. J'ai été renvoyé maintes fois de l'école secondaire ... Ils n'hésitent pas à vous exclure si vous ne payez pas les frais ... Nous sommes en pleine saison du café. D'habitude, tout le monde retournait à l'école avec l'argent rapporté par le café, mais maintenant, nous n'avons pas d'argent. Les prix sont tellement bas que les gens ne se déplacent même pas pour cueillir le café... Si seulement les gens qui utilisent notre café pouvaient nous donner un meilleur prix. Tout ce que je veux, c'est aller à l'école.'*

Patrick Kayanja, directeur de l'école de Bruno explique : *'Le nombre de lycéens est très faible. Bien que nous nous efforcions de réduire les frais, les parents ne peuvent pas payer. Auparavant, ils comptaient toujours sur l'argent que le café rapportait, mais maintenant, c'est terminé. Je me souviens de l'époque entre 1995 et 1997 où nous avions 500 lycéens. Il y a trois ans, nous en avions 250. L'année dernière, nous avons commencé l'année avec 140 et nous l'avons terminée avec 54. Cette année, nous ne dépasserons pas les 120, vu la situation des fermiers.'*<sup>14</sup>

### **Détérioration des services médicaux**

La chute des revenus dans le secteur du café associée à l'augmentation de la demande en soins médicaux a un effet dévastateur sur les niveaux de soins médicaux. En Éthiopie, où le café constitue le principal produit d'exportation, il représente également la principale source de revenus de 700 000 ménages et contribue partiellement au revenu de millions d'autres personnes.<sup>15</sup> C'est pourquoi, l'effondrement des revenus d'exportation pose de graves difficultés pour l'aptitude du pays à traiter la crise du sida/HIV. L'agence des Nations-Unies sur le sida/HIV estime que plus de trois millions d'Éthiopiens adultes (cinq pour-cent de la population) sont désormais infectés par le virus. Selon les prévisions du ministère de la santé, le traitement du sida/HIV représentera à lui seul plus de 30 pour-cent du total des dépenses de santé en 2014.

La charge de cette maladie ne se limite pas à la nécessité de ponctionner la plupart du budget santé du gouvernement, qui doit être partiellement financé par les revenus issus du café. Comme les autres pays en développement, dans lesquels le budget de l'État destiné à la santé est extrêmement limité, les individus et leurs familles doivent payer eux-mêmes les frais médicaux et les médicaments.

Économiquement parlant, le coût du sida/HIV est élevé: faible productivité causée par la maladie, fardeau de l'argent à trouver pour payer les soins médicaux et les médicaments, dépenses funéraires. Ces frais atteignent déjà plusieurs fois le revenu moyen des ménages les plus démunis dans les zones rurales d'Éthiopie. Pour les familles qui vivent des revenus du café en baisse, la situation est intolérable. Les femmes sont particulièrement et sérieusement affectées, en raison des responsabilités supplémentaires dues à la mauvaise santé des membres de la famille et parce qu'elles ont tendance à se priver quand la famille doit choisir la personne qui reçoit le traitement.

### **Travailleurs saisonniers et ouvriers miséreux**

Les travailleurs saisonniers et les ouvriers figurent parmi les personnes les plus pauvres et les plus vulnérables participant au commerce du café. Ils travaillent sur les petites et moyennes exploitations (10 à 50 hectares) et les grandes plantations (plus de 50 hectares), qui produisent 30 pour-cent du café dans le monde. Éloignés de chez eux, ils ne sont pas en mesure de compléter leur consommation de nourriture avec les cultures cultivées sur leurs terres et peuvent brusquement se retrouver sans travail.

Bien que certains pays producteurs maintiennent des normes de travail convenables dans le secteur du café, ce n'est pas toujours le cas : nombreux sont les travailleurs du café qui n'ont pas la possibilité de se syndiquer pour négocier les salaires. Même quand une réglementation du travail existe, elle est trop souvent ignorée et les droits des travailleurs sont mis de côté. Les femmes gagnent moins que les hommes pour la même charge de travail (jusqu'à 30 pour-cent de moins au Honduras) et le travail des enfants est couramment utilisé. Par exemple, au Kenya, 30 pour-cent des cueilleurs de café ont moins de quinze ans.<sup>16</sup>

En Amérique Centrale, quelque 400 000 travailleurs temporaires et 200 000 travailleurs permanents dans l'industrie du café ont récemment perdu leur travail, d'après la Banque mondiale.<sup>17</sup> Au Guatemala, une grande partie des travailleurs saisonniers sont des indiens indigènes qui quittent leur maison pour participer à la récolte dans l'espoir de gagner suffisamment d'argent pour acheter les denrées de première nécessité comme l'huile de cuisson, le sel et les vêtements pour le reste de l'année. Déjà avant l'effondrement des cours du café, les conditions de travail de ces ouvriers étaient souvent déplorables. Ils sont généralement logés dans des granges immenses ou des bâtiments-dortoirs sans aucun respect de la vie privée ou des besoins élémentaires comme un accès à une eau propre ou des sanitaires adéquats.

Cette crise a conduit de nombreuses personnes à prendre des mesures désespérées. Dans les régions productrices de café au Guatemala, les saisonniers sans travail ont systématiquement envahi les terres après que les petits exploitants avaient licencié jusqu'à 75 pour-cent de leurs cueilleurs en janvier 2002.<sup>18</sup> À Karnataka, qui produit une grande part du café indien, le nombre de travailleurs

sur les plantations a chuté de 20 pour-cent au cours des deux dernières années.<sup>19</sup>

### **Attrait grandissant pour la culture des drogues**

La crise du café a eu quelques effets inattendus sur le développement. Au Pérou, en Colombie et en Bolivie, les conditions requises pour la culture du café ressemblent fort aux conditions nécessaires pour cultiver la coca, la matière première utilisée dans la cocaïne. Depuis de longues décennies, les pays andins sont soumis à des pressions considérables, émanant en particulier de la US Drug Enforcement Agency (DEA), pour soutenir la 'guerre contre la drogue' en participant aux programmes de destruction de coca. La chute des prix du café a entraîné des menaces sérieuses sur les programmes prévoyant de remplacer la coca par d'autres cultures.

*'Les fermiers remplacent le café par la coca, cela ne fait aucun doute. Dans la région de Sauce, ces activités sont quelque peu cachées, puisque la CORAH [l'agence d'éradication de la drogue] est toujours plutôt active à cet endroit.*

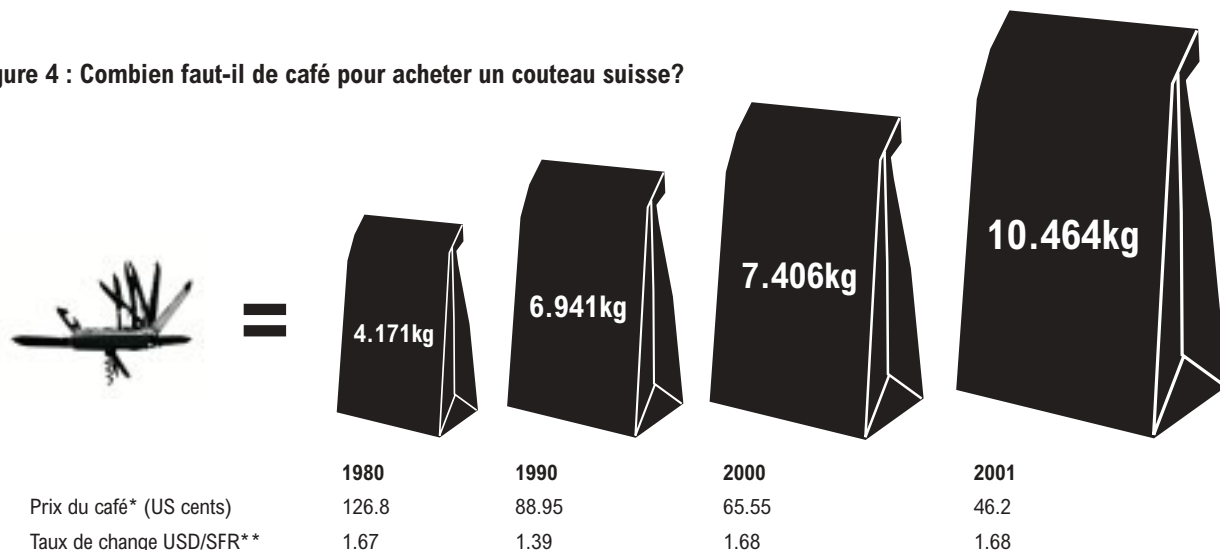
*Malheureusement, la CORAH sera vite dépassée par les événements. D'un point de vue purement économique, le café est une perte de temps... Tout le monde cultive un peu de coca, bien que ce soit cher payé. Tout le monde le sait. Ce commerce s'accompagne de violence – d'agressions et de viols. Il apporte également la prostitution et la guerre des gangs.'* – ING.

GUILLERMO LOPEZ,<sup>20</sup> SAUCE, PÉROU

### **Crises financières pour les économies nationales**

La forte baisse des prix du café a un impact sévère qui se ressent bien au-delà des communautés rurales : elle est devenue une crise de développement pour les pays pauvres qui cultivent le café. Le tarissement de l'argent rapporté par le café est l'une des raisons principales qui explique l'effondrement de plusieurs banques. En Amérique Centrale, la crise est considérée comme ayant 'l'impact d'un autre [ouragan] Mitch' en termes de pertes de revenu : ces pays ont constaté une chute des revenus sur l'exportation du café de 44 pour-cent en une seule année, passant de 1,7 milliards de Dollars US en 1999/2000 à 938 millions de Dollars US en 2000/01. Les prévisions pour 2001/02 sont tout aussi déprimantes. En effet, un déclin supplémentaire de 25 pour-cent est annoncé.<sup>21</sup>

**Figure 4 : Combien faut-il de café pour acheter un couteau suisse?**



\* prix de base spot pour décembre  
 \*\* moyenne annuelle

Source: Gerster Consulting

En Afrique sub-saharienne, c'est la même histoire. Les revenus d'exportation du café ont chuté de 42 pour-cent en Éthiopie, en passant de 257 millions de Dollars US à 149 millions de Dollars US, en une seule année.<sup>22</sup> En Ouganda, où environ un quart de la population dépend du café d'une manière ou d'une autre, les exportations pour les huit mois précédant juin 2002 sont restées presque au même niveau que l'année précédente, mais les bénéfices ont chuté de presque 30 pour-cent.<sup>23</sup>

C'est un double coup dur pour les pays producteurs : le prix de leurs exportations a tendance à décliner au fil des ans, mais le prix de leurs importations, qui sont souvent des produits manufacturés, ne baisse pas aussi rapidement, ce qui entraîne une détérioration des termes de l'échange. La Figure 4 montre qu'un exploitant de café serait obligé de vendre au moins deux fois plus de grains de café maintenant qu'en 1980 pour s'acheter un couteau suisse.


Pire encore, le coût de la dette est fixé en Dollars US mais la valeur en Dollars US des exportations de café baisse régulièrement, ce qui provoque des difficultés de plus en plus accrues pour la rembourser. Les pays les plus pauvres bénéficient des initiatives d'allègement de la dette (y compris l'initiative des pays pauvres très endettés). Mais l'effondrement de leurs revenus d'exportation sapent les efforts de stabilisation de leurs finances.

Les exportations de café éthiopien sont passées de 257 millions de Dollars US à 149 millions de Dollars US en un an.<sup>24</sup> Pour mettre ces chiffres en perspective, les économies que le pays a obtenues sur le service de la dette (grâce au PPTe et autre forme d'allègement de la dette) se monteront à 58 millions de Dollars US.<sup>25</sup> Le ministre de l'agriculture du Nicaragua, Jose Augusto Navarro, a caractérisé les frais liés au remboursement de la dette comme une autre source de difficulté immense qui vient s'ajouter à toutes les souffrances que le prix du café provoque dans son pays.<sup>26</sup>

Au lieu de créer un secteur agricole prospère qui rapporte les devises tant attendues, le café a fini par obliger les gouvernements à prendre des mesures d'urgence pour soutenir leurs exploitants. La Colombie a imputé 72 millions de Dollars US au financement d'une subvention au prix du marché intérieur, destinée aux cultivateurs.<sup>27</sup> En 2001, le Costa Rica a dû allouer aux fermiers un crédit d'urgence exempt d'intérêts de 73 millions de Dollars US.<sup>28</sup> En Thaïlande, le gouvernement s'apprête à acheter plus de la moitié de la récolte 2001/02 à un taux fixe, qui tout en étant toujours inférieur aux coûts de production, est malgré tout considérablement plus élevé que le prix que les fermiers auraient reçu.<sup>29</sup>



## Les origines du problème



George Sakwa tenant des cerises de café arabica, récoltées sur sa petite exploitation familiale située sur les pentes du Mont Elgon en Ouganda. En 2001, George et sa femme Topista ont vendu 1,5 acres de leur terre car les revenus issus du café ne leur permettait plus de payer les frais de scolarité de leurs enfants.

## 2. Les origines du problème

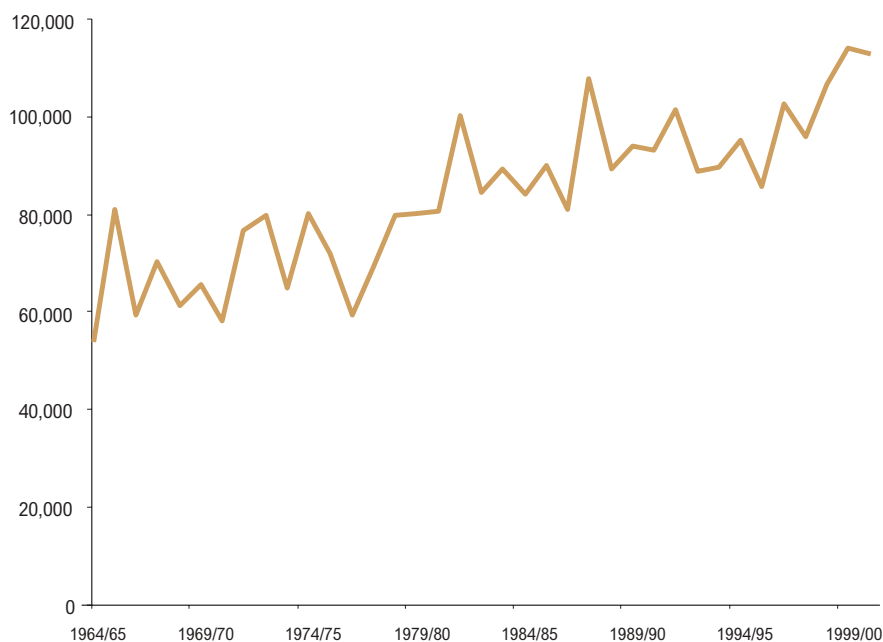
Le marché du café est confronté à une crise d'effondrement des prix et à une baisse de la qualité. Pour les exploitants, la baisse de la qualité entraîne une baisse des prix, même pour les variétés d'arabica qui rapportaient beaucoup à une certaine époque. Cette situation est mauvaise pour les exploitants, mauvaise pour les buveurs de café et en fin de compte mauvaise pour les torréfacteurs. Quatre facteurs importants expliquent cette situation catastrophique :

- restructuration du marché : passage d'un marché organisé à un marché submergé
- déséquilibre des pouvoirs dans le marché : manque de ressources pour les exploitants et profits pour les torréfacteurs
- nouvelles technologies et techniques de torréfaction: qualité en baisse
- absence de solution de rechange : les échecs du développement rural.

### Restructuration du marché: passage d'un marché organisé à un marché submergé

Le marché est en situation de surproduction grave: le volume de la production de café échangé sur les marchés internationaux dépasse largement la demande. La production 2001/02 est estimée à 115 millions de sacs<sup>30</sup> – chacun pesant 60 kg – par rapport à une consommation de 105 à 106 millions de sacs (voir figure 5 ci-dessous).<sup>31</sup> L'offre s'est accrue à un rythme supérieur à deux pour-cent chaque année, dépassant le taux de croissance de la demande de 1 à 1,5 pour-cent.<sup>32</sup> Cette offre excédentaire d'une année sur l'autre est désormais estimée à plus de 40 millions de sacs.<sup>33</sup> Même si l'offre devait bientôt s'aligner sur la demande, vers 2003/04 selon les prévisions de certains, la présence de ces stocks continuerait à maintenir le prix du café à un niveau de crise.

**Figure 5: Production mondiale de café 1964-2001, en milliers de sacs ('000s sacs)**



Source: ICO

Trois raisons expliquent ce déséquilibre si important entre l'offre et la demande : la fin du marché organisé en 1989, le poids de nouveaux venus sur le marché et le ralentissement de la demande dans les marchés occidentaux traditionnels.

### La fin d'un marché organisé

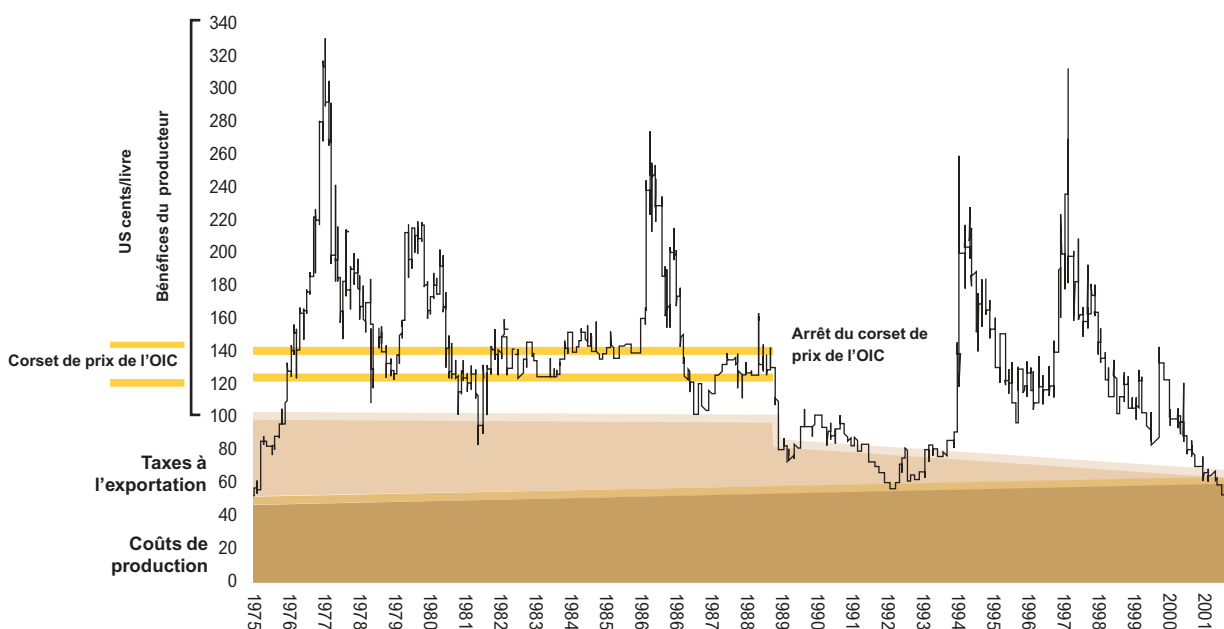
Au cours des 15 dernières années, le marché du café a changé radicalement. Jusqu'en 1989, le café, comme la plupart des matières premières, était négocié dans un marché organisé, réglementé par l'Accord international sur le café (AIC). Les gouvernements des nations productrices et consommatrices cherchaient à se mettre d'accord sur des niveaux d'approvisionnement prédéterminés en établissant des quotas d'exportation pour les pays producteurs. L'objectif consistait à maintenir le prix du café à un niveau relativement élevé et stable, dans une tranche ou 'corset' de prix s'étalant entre 1,20 et 1,40 Dollars US la livre. Pour éviter une offre excédentaire, les pays devaient accepter de ne pas dépasser leur part 'équitable' des exportations de café. Cependant, si les prix excédaient le niveau de plafonnement, les producteurs étaient autorisés à dépasser leurs quotas pour répondre à la montée soudaine de la demande.

Un désaccord entre les membres a entraîné la rupture effective de l'accord en 1989. L'opposition des États-Unis, qui se sont retirés de l'accord, fut une importante raison de

l'échec. Il a réussi à survivre, administré par l'Organisation internationale du café (OIC), mais a perdu les instruments à la base de son pouvoir de réglementation de l'offre de café, à savoir les quotas et fourchettes de prix. Maintenant, les prix du café sont déterminés sur les deux principaux marchés à terme basés à Londres et à New York, suivant les variétés et les qualités de café qui sont échangées. La Bourse de Londres est le marché de référence pour le café robusta et la Bourse de New York pour l'arabica. Le prix du café est influencé par le nombre considérable des contrats relatifs au café négocié, qui dépasse largement la quantité physique de café qui sont réellement échangées.

Du point de vue des pays producteurs, l'accord était à la base d'une époque dorée marquée par des prix stables et élevés par rapport au désastre de développement actuel. Comme illustré par la figure 6, de 1975 à 1989, et ce malgré une fluctuation importante, les prix restaient relativement élevés et tombaient rarement en dessous du plancher des prix OIC fixé à 1,20 Dollars US la livre. Par contre, une fois l'accord enterré fin 1989, les prix sont tombés en chute libre. A part deux pointes très marquées en 1995 et en 1997 causées par les dégâts du gel sur la récolte brésilienne, les prix sont même descendus à un niveau très bas, inférieur aux coûts de production (voir figure 6).

Figure 6: Cours mensuel sur les marchés à terme de New York (mois spot)



Source: Volcafe.  
Il est important de remarquer que les exploitants individuels n'ont pas gagné le 'bénéfice de production' total indiqué sur le graphique, puisqu'une grande part de ce profit a été absorbée par les intermédiaires et différentes chaînes de commercialisation inefficaces.

Les critiques trouvent de nombreuses raisons pour expliquer l'échec de l'accord. La lutte pour obtenir des quotas plus généreux a provoqué d'après négociations politiques et les nouveaux producteurs avaient des difficultés à pénétrer le marché. Malgré le système des quotas, des volumes supplémentaires ont transité par des pays ne faisant pas partie de l'accord, compromettant ainsi les objectifs de prix et portant atteinte à la confiance entre les partenaires. Certains professionnels de l'industrie pensent que la fourchette des prix est à l'origine de la surproduction parce que le prix du café était fixé artificiellement à un niveau trop élevé, mais d'autres personnes considèrent que la surproduction actuelle trouve probablement son origine dans les hausses de prix de 1994/95 et 1997 plutôt que dans les prix du café élevés des années 1980.

Les propositions visant à réactiver l'accord sont limitées par le manque de volonté politique. Les pays consommateurs ne montrent actuellement aucune volonté de participation et les pays producteurs n'auront pas forcément la volonté ou la possibilité de se soumettre à leurs propres règles. En l'absence du soutien des pays consommateurs, les pays producteurs ont effectivement essayé de limiter leurs propres exportations, mais cette initiative s'est écroulée en 2001. Le manque de volonté à réactiver cette méthode d'organisation des marchés au moyen de quotas ne signifie pas pour autant que d'autres approches ne puissent pas fonctionner, en particulier celles qui utiliseraient les mécanismes du marché. L'OIC a justement développé une approche de ce type: un plan d'amélioration de la qualité permettant de réduire les quantités de café échangées. Mais cette initiative fonctionnera uniquement si elle est soutenue par les pays riches et les torréfacteurs.

### **L'arrivée des géants: le Brésil et le Viêt-Nam**

Le Brésil et le Viêt-Nam ont remodelé l'offre de café mondial. Il y a dix ans, le Viêt-Nam était à peine représenté statistiquement dans le monde du café, avec une production s'élevant seulement à 1,5 millions de sacs. Son économie agricole s'est ouverte au marché mondial durant les années 90, avec l'aide de subventions du gouvernement destinées à encourager la production de café. En l'an 2000,

il était devenu le second plus grand producteur de café dans le monde avec 15 millions de sacs, produits en grande partie sur de petites exploitations agricoles.

Le Brésil, par contre, n'est pas un nouvel arrivant: il est depuis longtemps le plus grand producteur de café au monde, mais la production a récemment été relancée par des changements de méthode de production et d'implantation de la culture du café. Le développement de la mécanisation, les méthodes de production intensive et la baisse de la production dans les zones rurales sensibles au gel ont tous contribué à l'augmentation des rendements. La prochaine récolte, anticipée comme exceptionnelle au Brésil, compensera le déclin des exportations ailleurs et continuera donc à déséquilibrer l'offre et la demande.<sup>34</sup>

Outre l'augmentation considérable de l'offre, l'impact sur les pays producteurs de café traditionnels est grave: ils sont désormais confrontés à des niveaux de productivité sans précédent. *'Pour vous donner une idée de la différence, dans certaines régions du Guatemala, il est nécessaire d'avoir 1000 personnes travaillant chacune une journée pour remplir un conteneur de 275 sacs, chaque sac pesant 69kg. Dans la région du Cerrado au Brésil, cinq personnes et une machine pendant deux/trois jours sont suffisantes. Une personne conduit et les autres ramassent. Comment les exploitations familiales d'Amérique Centrale peuvent-elles se mesurer à un tel rendement ?'* demande Patrick Installe, directeur général d'Efico, négociant de café vert.<sup>35</sup>

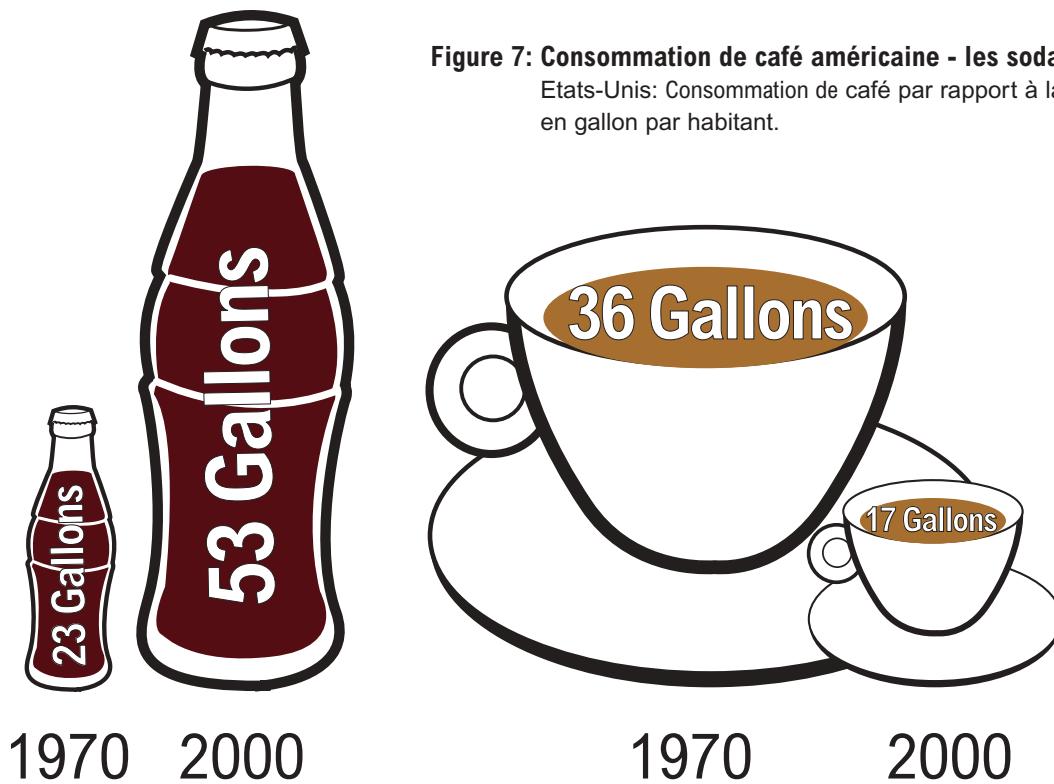
Quels sont les facteurs qui ont déclenché ce bond dans la production mondiale du café et l'offre excédentaire qui a suivi ? Les hausses de prix anormales de 1994/5 et 1997 provoquées par les gelées brésiliennes ont sans aucun doute encouragé les pays et leurs exploitants à entrer dans le marché. Mais d'autres facteurs ont également joué un rôle dans les pays producteurs. Les politiques nationales, les nouvelles technologies et les mouvements monétaires ont également exercé une influence importante.

### **Le ralentissement de la demande**

Les États-Unis, l'Allemagne, la France et le Japon consacrent à eux-seuls la moitié des exportations mondiales de café.<sup>36</sup>

Alors que la production de café s'est rapidement développée, la demande en café est soumise à une croissance léthargique dans le monde développé, bien que les perspectives soient très intéressantes dans les nouveaux marchés, comme l'Europe de l'Est. Les grandes sociétés consacrent des millions de Dollars US aux dépenses publicitaires chaque année, mais elles n'ont pas réussi à empêcher les consommateurs riches de se tourner vers d'autres types de boissons. La figure 7 montre à quel point

la croissance de la consommation de café est mauvaise par rapport à celle des boissons fraîches aux États-Unis, le plus grand marché de consommation au monde. Malgré tout, il ne s'agit pas d'une représentation mondiale. Nestlé, dont la part de marché aux États-Unis est relativement limitée, déclare que la société a accru la consommation de Nescafé de 40 pour-cent au cours de la dernière décennie.



**Source: US Department of Agriculture/Davenport & Company**

Les chiffres pour 2001 sont des estimations

Les chiffres pour le café sont basés sur une moyenne variable sur 3 ans

La combinaison de l'offre excédentaire, de l'augmentation de la production et du ralentissement de la demande a créé un marché extrêmement déséquilibré, qu'il est impossible de laisser en l'état, si l'offre et de la demande doivent être réalignées. Le bilan humain d'une telle approche est inacceptable: le marché ne suggère aucune solution pour aider les familles d'exploitants à survivre pendant plusieurs années en attendant le 'désengorgement' du marché.

## Déséquilibre des pouvoirs dans le marché: producteurs à la rue et méga profits pour les torréfacteurs

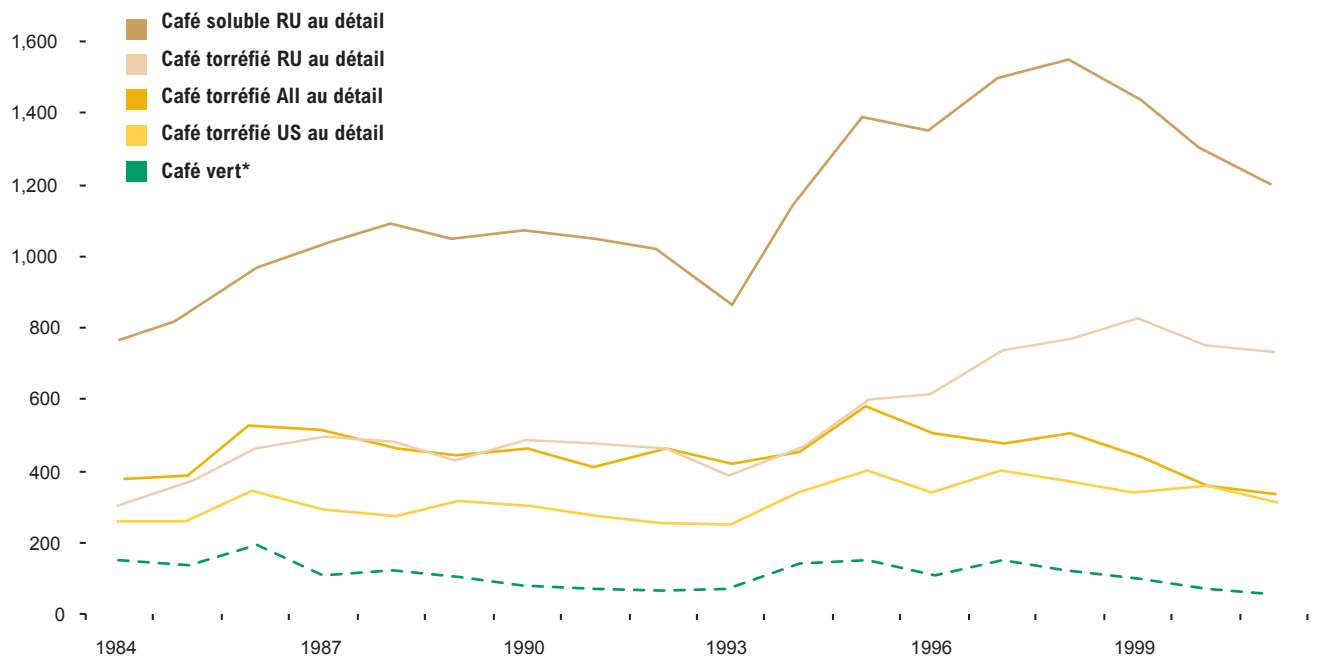
Tout au long de cette crise, le café s'est révélé une véritable mine d'or pour les torréfacteurs internationaux. Loin de recevoir une part équitable du profit généré par le café, les pays producteurs reçoivent collectivement une part de plus en plus maigre de la valeur marchande.

- Il y a dix ans, les pays producteurs gagnaient 10 milliards de Dollars US dans un marché qui valait environ 30 milliards de Dollars US.<sup>37</sup> Dix ans plus tard, ils reçoivent moins de 6 milliards de Dollars US en bénéfices à l'exportation dans un marché dont la taille a plus que doublé. Leur part des bénéfices a donc chuté de plus de 30 pour-cent à moins de 10 pour-cent.

- De nos jours, les producteurs de café ne reçoivent qu'un pour-cent ou moins sur le prix de la tasse de café vendue dans un bar. Ils ne reçoivent qu'environ six pour-cent de la valeur d'un paquet de café vendu dans les supermarchés et les épiceries.

Le graphique ci-dessous montre à quel point le grain de café est marginalisé dans le commerce global de cette boisson. En 1984, les coûts des grains verts constituaient 64 pour-cent du prix américain à la consommation. En 2001, le prix de la matière première était tombé à 18 pour-cent de la valeur de vente finale (voir figure 8).<sup>38</sup> Certains marchés ont beau offrir aux consommateurs un prix plus intéressant que d'autres, la part des grains de café par rapport au prix à la consommation finale a baissé dans tous ces marchés.

**Figure 8: Comparaison des prix du café, prix nominaux, 1984-2001 (US cents/livre)**



\* Indice pondéré du prix nominal de l'OIC. Grains verts: grains de café échangés sur les marchés mondiaux et ce afin de le rendre comparable au prix au détail.

**Source: ICO.** Le café soluble n'est pas comparable au café torréfié et moulu: un consommateur peut faire plus de tasses de café avec une livre de café soluble qu'avec une livre de café torréfié et moulu.

Il existe un déséquilibre considérable des pouvoirs dans la filière mondiale d'approvisionnement en café. Les exploitants sont confrontés à toute une série d'obstacles, en commençant par le très faible prix international du café. Par ailleurs, les exploitants interrogés par Oxfam se sont également plaints d'être obligés d'accepter le prix offert par le négociant et d'avoir un pouvoir de négociation très limité, voire nul. Si les exploitants assurent eux-mêmes la transformation de leur café (en retirant l'enveloppe extérieure de la cerise), ils peuvent montrer la qualité ou le 'grade' de leurs fèves et par conséquent négocier un meilleur prix. Cependant, si leur café est vendu sous forme de cerise, ils ne sont pas récompensés pour sa qualité encore à prouver.

Au Pérou, même quand le café est vendu sous la forme de 'parche' semi-transformée, les exploitants peuvent encore se faire rouler : *'Nous voyons bien que le café est sec, mais les acheteurs nous disent : Faites-nous un prix... Je ne connais pas la qualité du café mais je pense qu'ils profitent de nous parce qu'ils savent que nous devons leur vendre notre café,'* déclare Carmela Rodriguez, à Sauce, Pérou.<sup>39</sup> Les coopératives offrent aux exploitants une solution de rechange aux conditions sévères imposées par les négociants : les exploitants ont déclaré qu'ils vendaient leur café de meilleure qualité aux coopératives où ils étaient récompensés par des primes, mais qu'ils traitaient toujours avec les négociants prêts à leur acheter leur café de moins bonne qualité.

Même si les négociants soutirent des marges supplémentaires aux exploitants, les principales marges bénéficiaires sont réalisées après exportation par les torréfacteurs. Par contraste énorme avec les pertes actuelles ou au mieux les marges infimes réalisées par les exploitants et les exportateurs dans les pays en développement, les torréfacteurs aux États-Unis et en Europe font des bénéfices extraordinaires sur leurs ventes de café au détail.

Oxfam a interrogé de nombreux acteurs dans la filière d'approvisionnement en Ouganda pour suivre l'augmentation du prix des grains de café parallèlement à leur acheminement, des arbres de l'exploitation aux paquets vendus dans les supermarchés britanniques; dans ce cas précis, nous avons découvert que l'exploitant touchait seulement 2,5 pour-cent du prix de détail. Aux États-Unis, le chiffre serait de 4,5 pour-cent du prix à la consommation (voir double page: *Où vont tous les bénéfices?*) Au-delà du scénario ougandais, Oxfam a mandaté un consultant pour élaborer une chaîne de valeur ajoutée indicative et essayer d'évaluer le pourcentage de la valeur finale que les exploitants reçoivent en moyenne dans différents pays répartis dans le monde entier. Nous avons découvert que les exploitants de la variété de café la moins chère, qui ne préparent pas du tout leurs cerises, reçoivent seulement 6.5 pour-cent de la valeur finale au détail. Cette chaîne de valeur ajoutée se base sur les statistiques de prix officiels.<sup>40</sup> Même ce chiffre est probablement une surestimation, puisque les données officielles concernant les prix payés aux producteurs peuvent éventuellement surévaluer ce que les exploitants reçoivent réellement.

# Où vont tous les bénéfices? Sur la trace de la chaîne de la valeur ajoutée

*‘Si vous allez au Sheraton Hotel à Kampala, vous paierez 60 cents américains pour une tasse de café. En Europe, vous pouvez payer deux fois plus. Nous ne comprenons pas ce qui se passe. L’exploitant ne comprend pas non plus. Comme se fait-il que l’exploitant cultive un kilogramme de kiboko [café local non traité] pour huit cents américains alors qu’une cuillerée se vend à 60 cents américains? Les torréfacteurs sont-ils des tricheurs? Feraient-ils des bénéfices surhumains? Le seul moyen pour que la totalité des ougandais puisse rester en Ouganda et ne pas déranger les pays européens est de payer un meilleur prix pour nos récoltes.’<sup>a</sup>*

Ce sont les mots exprimés par un acheteur de café en Ouganda pour le compte de Volcafé. Il a beau être l’employé d’une maison commerciale transnationale gigantesque, il ne s’en exprime pas moins comme un homme du coin qui se pose une question fondamentale : Où vont tous les bénéfices? Oxfam a suivi l’acheminement des coûts qui sont intégrés au prix du café en interrogeant les personnes impliquées dans la chaîne de valeur en Ouganda, en montrant comment la valeur est ajoutée au café depuis son départ de chez l’exploitant, sa traversée des différentes étapes de transformation et de distribution et son arrivée finale sur un rayon de supermarché. Cet acheminement révèle comment les marges bénéficiaires infimes de cette chaîne de valeur s’élargissent comme par enchantement une fois que le café se retrouve entre les mains des torréfacteurs et des détaillants.

Le producteur de café reçoit 14 centimes de Dollar US par kilo pour son café vert, en supposant qu’il n’effectue aucun processus de transformation. Celui-ci transite alors par différents négociants avant d’arriver à l’usine du torréfacteur à un prix de 1.64 Dollars US par kilo. Si ces grains devaient finir en café soluble vendu sur les rayonnages des supermarchés de GB, leur prix moyen par kilo serait alors de 26.40 Dollars US. Par conséquent, après ajustements pour les pertes de poids, l’inflation du prix est donc de 7 000 pour-cent de la porte de la ferme au caddy de l’acheteur final. Le parcours équivalent pour un paquet de café torréfié et moulu vendu aux Etats-Unis nous donnerait une augmentation de prix de presque 4 000 pour-cent.<sup>b</sup>

La région Kituntu est située dans le district Mpigi de l’Ouganda, à environ 100 km au sud-ouest de Kampala, à quelques kilomètres au sud de l’Équateur, et à une altitude d’environ 1 200 mètres. C’est l’exemple typique d’une région cultivant le café au nord et à l’ouest du Lac Victoria, qui produit la plupart de la récolte du robusta ougandais.



## L’exploitant: ne rentre même pas dans ses frais

Peter et Salome Kafuluzi vivent dans leur ferme de Kituntu avec 13 enfants et petits-enfants. Ils plantent et vivent du café à Kituntu depuis 1945. Interrogé par Oxfam en février 2002, Peter affirmait que la dernière fois qu’il avait vendu du café, le prix qu’il avait reçu était le plus faible qu’il n’avait jamais vu. Un kilogramme de cerises de café séchées au soleil, connues localement sous le nom kiboko, allait chercher dans les 6 ou 7 cents américains. *‘Je me souviens de l’époque où le kiboko se vendait à 69 cents américains le kilo. Nous mangions bien et nous dormions tranquilles. Nous étions capables de subvenir aux besoins de nos familles. En ce qui me concerne, il faudrait que le prix soit fixé à au moins 34 cents américains le kilo. Même à 29 cents américains le kilo, nous ne pouvons pas nous occuper des terres.’*

Salome déclare: *‘Nous sommes complètement à sec. Nous ne sommes pas heureux. Nous n’arrivons à rien. Nous ne pouvons pas même acheter l’essentiel. Nous sommes incapables d’acheter de la viande, du riz, ne serait-ce que des patates douces, des haricots et du matoke.... Nous ne pouvons pas envoyer les enfants à l’école.’*

Le kiboko a besoin d’être décortiqué pour retirer l’enveloppe extérieure de la cerise, ce qui lui retire environ la moitié de son poids comme le grain de café vert qui est négocié à l’échelle mondiale. Financièrement parlant, les exploitants ont plus intérêt à décortiquer leur café eux-mêmes et un grand nombre d’entre eux le font. Peter a vendu une partie de son café à l’usine de décortiquage du café pour un meilleur prix. Malheureusement, certains exploitants n’ont pas suffisamment de café pour justifier le coût de la camionnette et sont trop éloignés pour emmener leur café à l’usine à bicyclette. Ces exploitants doivent accepter le faible prix offert par les intermédiaires locaux pour leurs cerises à l’état brut.



### L'usine de préparation se bat pour survivre

Mary Goreti gère l'usine de préparation de café de Jalamba à proximité de Kituntu depuis dix ans. L'usine emploie dix personnes, mais l'effondrement du prix du café a sérieusement ébranlé les affaires. *'Les marges bénéficiaires sont si petites maintenant et [le coût de] l'électricité utilisée est tellement élevé[e] que nous n'arrivons pas à joindre les deux bouts. Tellement peu de gens nous apportent du kiboko. Les prix sont tellement bas que certains exploitants le gardent à la maison. Si le prix du café reste faible, l'entreprise devra fermer ses portes. On ne peut pas ouvrir l'usine pour dix sacs,'* déclare-t-elle.

### L'exportateur rentre à peine dans ses frais

Depuis Jalamba, le café est transporté par camion à 100 km de là, à Kampala où il est vendu à un exportateur. L'un de ces exportateurs est Hannington Karuhanga, directeur général de Ugacof. Le bureau de Hannington a de grandes fenêtres qui donnent sur l'usine et les rangées de conteneurs empilés prêts à l'expédition. L'écran de l'ordinateur vacille et il débite à toute allure des pourcentages et des prix en un clic de souris. Pour lui aussi, les comptes ne riment à rien. Il affirme que les exportateurs s'estiment *'très heureux de faire une marge de 10 Dollars US la tonne net (soit 1 cent américain par kg)'*. Hannington trie, calibre, nettoie et emballe le café, puis il le transporte par camion jusqu'à Mombasa ou Dar es Salaam. Le prix qu'il reçoit pour son café correspond essentiellement au prix à l'exportation (prix franco à bord ou FAB). Il déclare que ce prix couvre à peine ses frais. Les prix sont tombés à un niveau tellement bas, ajoute-t-il. *'Certaines des catégories [différentes qualités du café] en notre possession ne valent pas la peine d'être transportées. Cela reviendrait moins cher de les détruire.'*

### Le détaillant vend à un prix famarimeux

En sautant à l'autre extrémité de la filière d'approvisionnement, les détaillants britanniques vendent un kilogramme de café soluble à 26,40 Dollars US en moyenne, ce qui représente un bond absolument incroyable dans les prix. Bien entendu, ce prix englobe les nombreux coûts de transformation, d'emballage, de distribution et de commercialisation du café, ainsi que les bénéfices empochés par les torréfacteurs et les détaillants. Le café ougandais étant moins souvent utilisé qu'auparavant dans les cafés britanniques, il est difficile de s'assurer que le prix de détail final comprend le café de cette origine particulière. Cependant, en Ouganda, la chaîne de valeur est considérée comme l'indicateur utile d'un marché compétitif et assez efficace dans ce type de café. Le meilleur prix que Peter et Salome Kafuluzi pouvait obtenir pour leur café représentait environ 2,5 pour cent du prix de détail final en 2001, après l'avoire décortiqué à l'usine, une fois que la perte de poids avait été ajustée durant la transformation.<sup>c</sup>

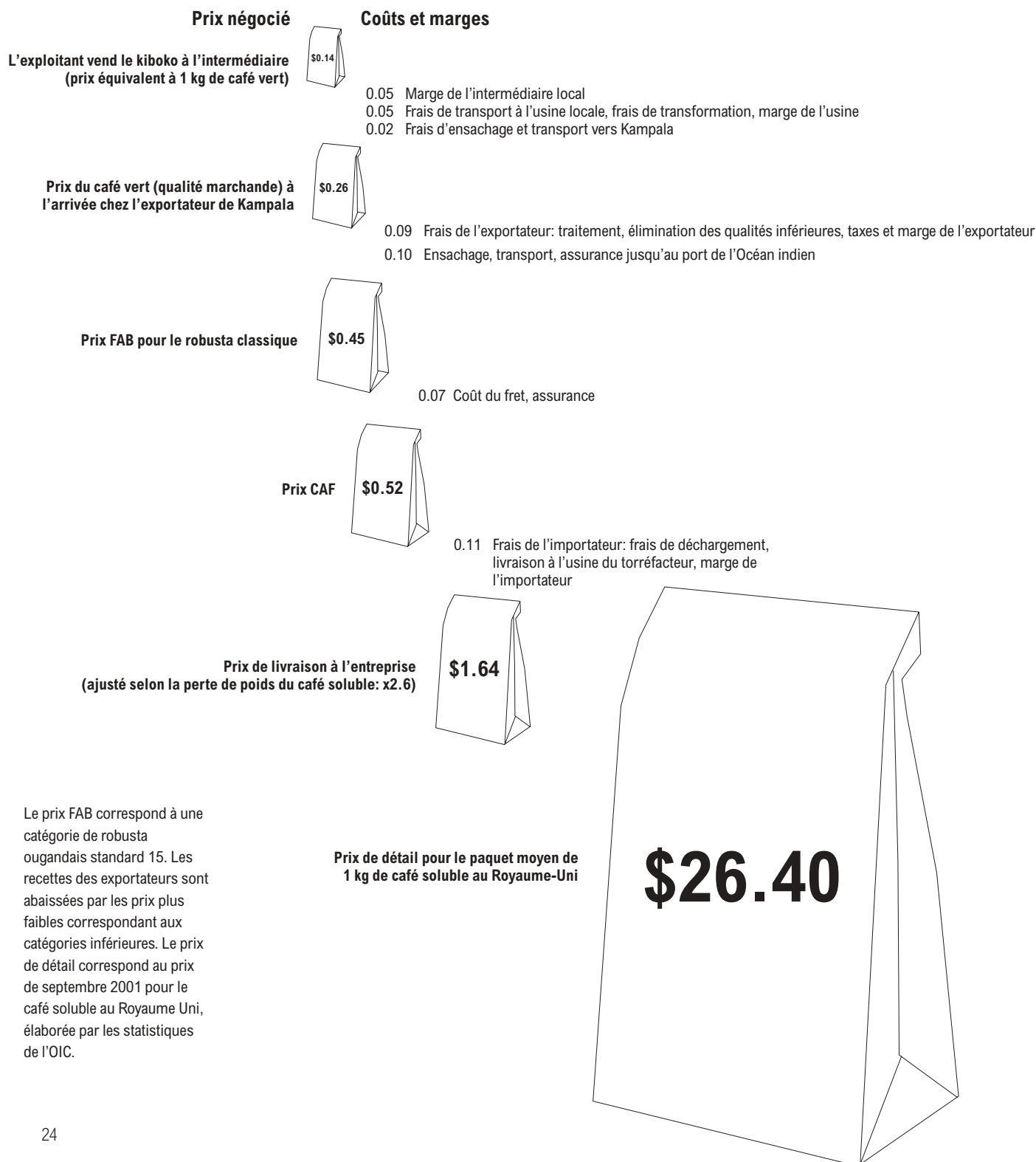
<sup>a</sup> Recherche d'Oxfam en Ouganda, Février 2002

<sup>b</sup> Le multiple pour l'ajustement de la perte de poids est de 2,6 fois pour le café soluble, et de 1,19 fois pour le café torréfié et moulu. La variable de base est constituée du prix le plus bas reçu par le fermier.

<sup>c</sup> Ajusté pour perte de poids.

## Quels sont les profiteurs de la chaîne commerciale du café?

Tous les prix sont exprimés en Dollars US le kilo  
Novembre 2001 – Février 2002

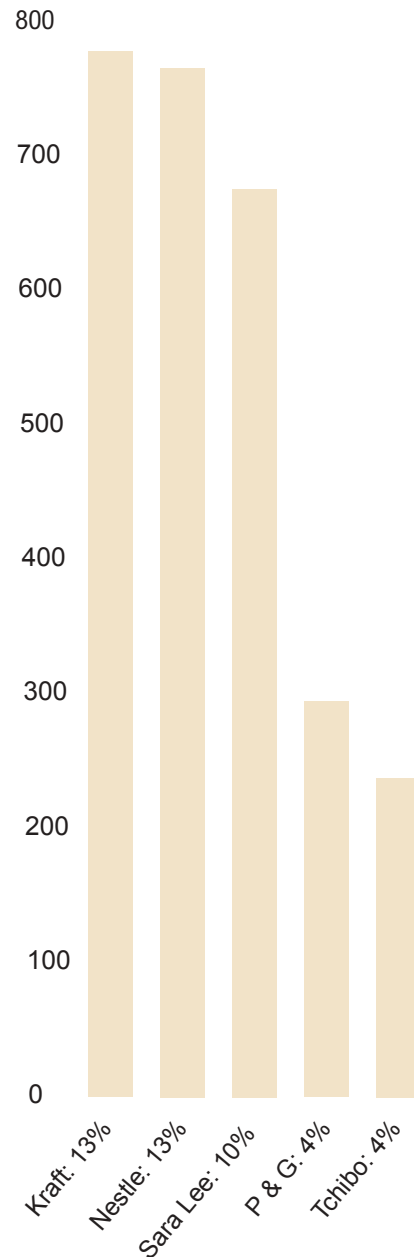


## La puissance des torréfacteurs: des bénéfiques divins pendant la crise

Un grand nombre de torréfacteurs répartis à travers le monde achètent les grains de café verts pour les transformer en café torréfié et moulu ou en café instantané. Cependant, les quatre principaux torréfacteurs, à savoir Kraft, Nestlé, Procter & Gamble et Sara Lee, sont les géants du café et façonnent le marché de détail. Maxwell House, Nescafé, Folgers et Douwe Egberts figurent parmi les marques les plus connues. Procter & Gamble vend principalement son café en Amérique du Nord (voir figure 9 ci-dessous), alors que Tchibo, au cinquième rang des torréfacteurs, vend principalement en Allemagne.

Récemment, la consommation de café s'est transformée dans les pays riches. Les cafés à la mode ont proliféré en incitant les consommateurs à goûter des saveurs de plus en plus exotiques (que diriez-vous d'un moka au chocolat blanc?) Le secteur du café de spécialité s'est rapidement développé et selon une estimation, représente désormais environ 40 pour-cent des ventes sur le marché américain du café.<sup>41</sup> Mais en termes de volumes, ce sont les principaux torréfacteurs travaillant avec des millions de sacs de café qui affectent le plus les pays en développement. À elles seules, les cinq sociétés mentionnées ci-dessus achètent presque la moitié des stocks de café vert dans le monde.

**Figure 9: Principaux torréfacteurs - volume de café vert annuel (en milliers de tonnes)**



Source: Volcafé

Les chiffres exacts des bénéfices réalisés par ces sociétés sont difficiles à déterminer parce que les opérations liées au café sont souvent enfouies au sein des grandes filiales de produits alimentaires et de boissons et les résultats ne sont pas divulgués. Néanmoins, les estimations des analystes expliquent pourquoi ces sociétés sont si attachées à l'euphorie du café.

Il y a deux ans, le rapport d'un analyste sur les opérations du café soluble de Nestlé présentait la conclusion suivante: *'Martin Luther se demandait ce que les gens faisaient vraiment au Paradis. Pour la plupart des participants dans cette industrie alimentaire intensément compétitive, la contemplation des activités du café soluble Nestlé doit ressembler à l'équivalent commercial de la méditation spirituelle de Luther.'*<sup>42</sup>

En se référant à la part de marché, au volume des ventes et aux marges bénéficiaires de Nestlé, ce même auteur indique: *'Il n'existe absolument rien d'autre dans l'industrie de l'alimentation et des boissons qui soit aussi bon'*. Le rapport estime qu'en moyenne, Nestlé réalise un profit de 26 pence sur chaque vente de café instantané d'une valeur de 1 livre sterling.<sup>43</sup> Un autre analyste estime que les marges<sup>44</sup> réalisées par les opérations de café soluble Nestlé dans le monde sont plus élevées et se rapprocheraient des 30 pour-cent. Pour Nestlé, les marchés riches constitués par la GB et le Japon sont particulièrement lucratifs.

Le café torréfié et moulu est moins rentable que le café soluble, mais les bénéfices n'en font pas moins des envieux. En 2002, Sara Lee, pourtant ébranlée par la concurrence présente sur le marché américain, a quand même réussi à dégager une marge bénéficiaire d'exploitation plus que convenable avec presque 17 pour-cent pour son secteur des boissons,<sup>45</sup> principalement constituée par le café.

Un rapide coup d'œil sur les bénéfices réalisés dans d'autres marchés de l'alimentation et des boissons révèle à quel point ces niveaux de rentabilité sont alléchants. Par exemple, le groupe de bière Heineken a réalisé une marge d'environ 12 pour-cent en 2001. Les marges de Sara Lee réalisées sur les activités de charcuterie étaient inférieures à 10 pour-cent en 2002,<sup>46</sup> ses bénéfices réalisés sur le pain et la boulangerie étaient encore plus faibles à 5,5 pour-cent. Les marques de yaourts et produits laitiers de Danone ont

réalisé environ 11 pour-cent en 2001. Par comparaison, le café, et plus encore le café soluble, est une véritable vache à lait.

Comment ces torréfacteurs réussissent-ils à être si rentables alors que les exploitants sont dans une crise aussi profonde? Ils gagnent sur les volumes achetés, la puissance de leurs marques et de leurs produits, le contrôle des coûts, leur aptitude à combiner les mélanges et l'utilisation des outils financiers leur apportant encore plus de flexibilité d'achat.

#### • La puissance des marques

Les marques dominantes aux noms reconnus se vendent à un prix largement supérieur au véritable coût des produits vendus. Les entreprises dépensent des millions chaque année pour développer leur image de marque: par exemple en GB, les dépenses publicitaires sur les marques de café instantané se montaient à 65 millions de Dollars US en 1999, principalement pour Nescafé, Kenco et Douwe Egberts, selon l'enquête de Key Note.<sup>47</sup> Grâce à la distinction des marques, les torréfacteurs peuvent caractériser leurs produits à travers l'image et le goût, en évitant ainsi de se faire concurrence uniquement sur les prix.

La puissance des marques donne également aux torréfacteurs un pouvoir de négociation considérable avec les détaillants qui stockent leurs produits. L'ampleur de cette influence correspond à des négociations longues, difficiles et secrètes entre torréfacteurs et détaillants. Les principaux détaillants, à savoir les grands supermarchés, sont eux-mêmes très puissants et n'ont pas laissé échapper les possibilités de profit offertes par le café en lançant leurs propres marques de distributeur.

Dans certains marchés, comme en Allemagne et en France, les chiffres de l'industrie indiquent que les détaillants exercent une pression sur les torréfacteurs pour maintenir les prix à un niveau très faible. Cependant, la pression exercée par les détaillants sur les quatre ou cinq torréfacteurs principaux présente des limites: ils savent que les acheteurs s'attendent à trouver les marques classiques en rayon.

### • Le contrôle des coûts

Un des facteurs déterminant la rentabilité des torréfacteurs est la manière dont ils gèrent leurs coûts. La technologie joue un rôle essentiel à cet égard. Par exemple, si un torréfacteur est capable d'extraire une plus grande quantité de café soluble à partir d'un grain de café, les bénéfices peuvent s'améliorer.

Évidemment, le coût de la matière première constitue également un frais supplémentaire pour les torréfacteurs. Mais l'importance de ce coût varie énormément en fonction de l'entreprise. Par exemple, pour Nestlé, qui fabrique et vend principalement du café instantané, le coût des grains verts est moins important que pour les entreprises qui vendent du café torréfié et moulu. Ceci est dû au fait que Nestlé doit investir dans des usines de transformation et des technologies de fabrication coûteuses pour créer ses produits.

C'est pourquoi Nestlé considère étrangement que les prix peu élevés du grain de café ne sont pas dans l'intérêt commercial de la société. Le faible niveau du prix signifie qu'une partie des coûts est réduite et les analystes Morgan Stanley estiment que '*...les avantages offerts par les faibles prix du café en 2001 ont dû être considérables.*'<sup>48</sup> Cependant, l'entreprise déclare que l'impact peut se révéler globalement négatif. Ceci s'explique par le fait que les concurrents du café torréfié et moulu peuvent réduire les prix au détail de manière agressive quand les prix du grain de café tombent sans se préoccuper, comme c'est le cas de Nestlé, de couvrir les coûts fixes considérables constitués par exemple par les usines de transformation. '*La position compétitive du café soluble comme Nescafé par rapport au café torréfié et moulu est moins favorable dans un marché de faibles prix,*'<sup>49</sup> affirme-t-on dans l'entreprise. C'est un facteur majeur dans la récente déclaration de Nestlé qui voudrait des prix plus élevés et plus stables pour le café (voir section 3).

Les entreprises de café torréfié et moulu ont peut-être plus à gagner d'une chute des prix du café, mais certains de ces avantages peuvent être compensés par la concurrence qu'elles se livrent pour accroître leurs parts de marché. De ce fait, elles risquent de se trouver dans l'obligation de répercuter les économies réalisées en baissant les prix à la consommation. Sara Lee déclarait dans ses résultats pour les neuf premiers mois de l'année 2002 que les prix du café vert avaient entraîné une baisse des prix au détail. Aggravé

par d'autres problèmes (comme les dépenses marketing plus élevées), cela signifiait un déclin des 'ventes et des bénéfices d'exploitation'. Si les temps sont difficiles pour Sara Lee quand le niveau de rentabilité réalisé sur leurs ventes de boissons atteint presque 17 pour-cent, imaginez un peu les périodes fastes.

### • Le choix des combinaisons: mélanges flexibles

Les torréfacteurs n'ont plus besoin de garder une réserve importante de café, parce que les contrats des négociants internationaux leur garantissent désormais la livraison rapide de différents types de café en gros volumes dans un délai relativement court. Ce qui leur permet de combiner leurs cafés et d'affiner les mélanges avec plus de flexibilité. Les pays producteurs subissent une pression encore plus importante car les torréfacteurs recherchent la combinaison de café la plus économique pour produire leur mélange standard. Dans son analyse des marchés du café en Afrique de l'Est, Stefano Ponte écrit : '*Le robusta ougandais est menacé par le changement de stratégie des principaux torréfacteurs.... En général, les négociants internationaux estiment que les torréfacteurs ont réussi à obtenir une plus grande flexibilité dans leurs processus de mélange et semblent de moins en moins intéressés par les origines particulières.*'<sup>50</sup>

### • Les marchés à terme: souplesse de financement

Les torréfacteurs utilisent des moyens extrêmement perfectionnés pour gérer et minimiser les risques liés aux coûts des matières premières. Au lieu de payer le prix du marché courant, ils élaborent des contrats avec les négociants qui leur permettent de répartir et de couvrir les risques d'une volatilité future des prix. Une modélisation mathématique complexe leur permet d'utiliser les marchés à terme avec un simple clic de souris informatique, permettant d'aboutir immédiatement à un accord sur le prix à payer quand ils achèteront le café dans six à dix-huit mois. De tels outils financiers leur permettent d'optimiser leurs stratégies d'achat, et l'on est très loin des options particulièrement limitées dont disposent les producteurs.

## Nouvelles technologies et techniques: la qualité en baisse

Les nouvelles technologies et techniques utilisées pour cultiver et transformer le café ont des effets inquiétants tant sur la qualité du café que sur l'impact environnemental de la culture du café. Il existe un double déclin de la qualité – premièrement un passage de l'arabica au robusta, moins noble, et deuxièmement la qualité du robusta s'est elle-même détériorée.

Ces tendances ne présagent rien de bon pour les producteurs, les buveurs de café ou pour la viabilité environnementale de la production de café. Elles sont également de mauvais augure pour les torréfacteurs, en particulier dans la mesure où elles affecteront leur base d'approvisionnement à long terme. Ils reconnaissent eux-mêmes le problème. *'Nos produits Millstone [marque de prestige de P&G] dépendent d'une bonne qualité des grains de café. Nous craignons que le café ne soit pas disponible à tous les niveaux,'* admet Procter & Gamble.<sup>51</sup> Et Nestlé confirme en affirmant : *'La situation actuelle des prix bas a un impact terriblement négatif sur la qualité du café produit, c'est pourquoi Nestlé a de plus en plus de difficulté à trouver la qualité recherchée pour son produit.'*<sup>52</sup>

### Les nouvelles technologies de torréfaction: presser le grain de café jusqu'à la dernière goutte.

Les torréfacteurs expriment leurs craintes actuelles concernant le déclin de la qualité du café. Toutefois, ils ont développé des technologies permettant de masquer l'amertume des cafés moins chers et moins nobles, ce qui leur permet d'en utiliser des quantités plus importantes qu'auparavant dans leurs mélanges. Ils ont été encouragés à agir de la sorte quand le prix de l'arabica est monté en flèche en 1997, ce qui les a incités à trouver les moyens d'exploiter davantage le grain de robusta.

*'Les torréfacteurs ont appris à augmenter l'absorption des cafés naturels<sup>53</sup> et robusta avec des traitements comme l'étuvage pour éliminer l'âpreté du goût,'* indique un rapport établi par l'USAID, la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement (BID).<sup>54</sup>

Les industriels reconnaissent l'importance de ce changement. *'L'utilisation accrue des cafés moins nobles/moins chers (par ex au Viêt-Nam) à cause du climat très compétitif sur*

*le continent européen et en Amérique du Nord est la seule faute évidente des pays consommateurs,'* explique Paul Moeller de la société commerciale de café Volcafé dans une analyse sur la crise du café. Un analyste spécialisé estime que le pourcentage moyen de robusta dans les mélanges de café est passé d'environ 35 pour-cent à 40 pour-cent au cours des cinq dernières années (bien qu'il faille noter un démenti de Sara Lee sur ce point).

Dans certains cas, le profil goût a changé dans des pays entiers. Bien que l'Allemagne importe principalement des arabicas préparés par voie humide, les importations de robustas et d'arabicas naturels ont brusquement augmenté au cours des dix dernières années.<sup>55</sup> Commentant la croissance des importations de robusta, l'importateur Bernhard Benecke déclare : *'L'intérêt était tout simplement trop fort pour ne pas ajouter un pourcentage plus élevé de robusta dans un mélange.'*<sup>56</sup>

Comme indiqué plus haut, on note non seulement un passage à des quantités plus importantes de robusta, mais aussi une détérioration de la qualité de ce type de café. Les négociants sont ainsi intéressés par l'achat de café dont la qualité est plus médiocre qu'avant. Par exemple en Ouganda, William Naggaga, secrétaire du conseil de l'Autorité ougandaise de développement du café, déclare : *'Prenons l'exemple d'un café comme les fèves noires [résultat de la cueillette des cerises non mûres]. Nous ne les exportons jamais avant la libéralisation. Par le passé, elles étaient simplement jetées. Ensuite, ce sont les mêmes acheteurs en Europe qui ont déclaré : "Hé bien, nous avons trouvé une utilisation pour les fèves noires." Nous avons du rendre visite au ministre pour qu'il nous autorise à les inclure dans nos exportations, parce qu'elles ne constituaient pas une qualité exportable en Ouganda. Il a fallu demander la permission et modifier la réglementation pour exporter les fèves noires.'*<sup>57</sup>

Taloca, l'antenne commerciale de Kraft, était le plus grand acheteur de café vietnamien en 2001, selon les estimations d'un importateur de café basé aux États-Unis. L'année dernière, Taloca a acheté presque 1,2 millions de sacs de café vietnamien, juste devant Neumann, une autre grande société commerciale.

Kraft reconnaît l'importance de la qualité : *'Vu les actuels niveaux élevés de production du café et vu la stagnation de la consommation dans le monde, la qualité va devenir une*

question de plus en plus importante dans un marché commercial.<sup>58</sup> La société fait également preuve d'une franchise remarquable concernant les problèmes de qualité qu'elle a rencontrés au Viêt-Nam. Elle est particulièrement inquiète par le fait que *'les problèmes sérieux de qualité et d'impact sur l'environnement peuvent se poser à tous les stades du processus de production du café [au Viêt-Nam]'*.

Ces problèmes concernent également la cueillette par branches entières : *'Comme la cueillette par branches entières est monnaie courante pour le robusta, le pourcentage de cerises vertes immatures est élevé, ce qui entraîne un séchage correct plus difficile et long,'* fait-on remarquer dans l'entreprise. Le climat chaud et humide du Viêt-Nam aggrave la situation. Selon Kraft, ces conditions entraînent une *'détérioration de qualité de la tasse'*. Il existe également le problème posé par la *'maladie de la feuille jaune'*, qui a été signalée dans certaines régions du pays et résulte partiellement d'une fertilisation excessive. Kraft explique comment les techniques de séchage incomplètes dans les fermes vietnamiennes obligent à resécher le café avant l'exportation. *'Le reséchage est effectué au bois, au charbon ou même avec des pneus en caoutchouc, ce qui nuit probablement au café puisque l'odeur désagréable du caoutchouc est absorbée dans certains cas.'*

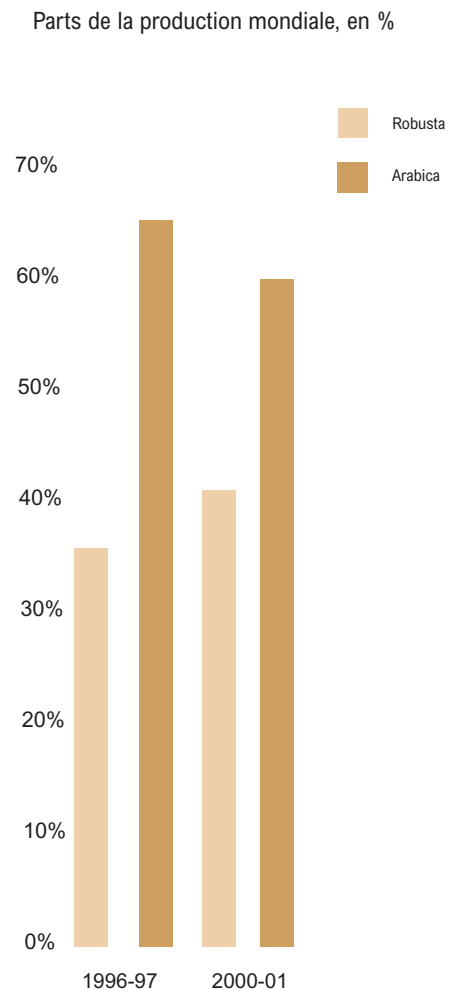
Bien que Kraft ait développé un plan d'amélioration de la qualité au Viêt-Nam, il n'est pas destiné aux régions productrices de robusta (par ex. Dak Lak) car cela *'exigerait un soutien financier énorme pour de faibles perspectives de réussite en raison de l'immensité des zones de production, de l'ampleur des problèmes et d'une infrastructure déjà fixée'*. À la place, Kraft et ses partenaires se concentrent sur l'amélioration de l'arabica.<sup>59</sup>

### Trop de robusta, pas assez d'arabica

L'entrée du Viêt-Nam dans le peloton de tête des producteurs de café a certainement contribué à dévier la production mondiale de café vers le robusta, puisque c'est le café que le pays cultive en masse. Mais il n'est pas seul. Le Brésil, qui produit toujours principalement de l'arabica, a plus que doublé sa production de robusta au cours des dix dernières années avec presque 11 millions de sacs.<sup>60</sup>

C'est une situation paradoxale. Alors que le marché du café est inondé de robusta, les livraisons d'arabica de qualité supérieure sont réduites : le café bon marché est trop abondant et fait baisser les prix dans le marché principal et le café de bonne qualité est insuffisant sur le marché de spécialité. Comme le montre le graphique ci-dessous, le pourcentage d'arabica livré est en baisse par rapport à l'approvisionnement global (voir figure 10).<sup>61</sup>

**Figure 10: Robusta en hausse, arabica en baisse**



Source: ICO/ACPC

Ce sont les petits exploitants de café qui sont le plus gravement touchés par cette augmentation de la production intensive de robusta. Le robusta existe en différentes variétés (par exemple, un robusta vietnamien n'a pas le même goût qu'un robusta indien) mais ces différences ne sont pas très prisées par les consommateurs ou les gros acheteurs de café. La situation est différente pour l'arabica, car les consommateurs n'hésitent pas à payer un peu plus pour boire un pur arabica d'Éthiopie, de Colombie ou du Costa Rica.

En conséquence, les producteurs de robusta constatent qu'ils se font une guerre des prix de plus en plus marquée, si bien qu'en Afrique sub-saharienne, par exemple, où les niveaux de productivité sont faibles par rapport au Viêt-Nam ou au Brésil, les exploitants ne couvrent même pas les frais les plus élémentaires. Ils ne peuvent pas non plus se lancer simplement dans la culture de l'arabica qui est généralement plus lucrative : il s'agit d'une culture délicate qui pousse en altitude et un grand nombre d'exploitants n'ont probablement pas les compétences et les facteurs de production nécessaires à la culture de ce café.

### **Les techniques de culture intensive réduisent la qualité et dégradent les terres**

La concurrence accrue existant entre les fournisseurs a encouragé l'utilisation de techniques de culture plus intensives, qui menacent de réduire la qualité et de dégrader l'environnement.

Traditionnellement, les exploitations de café effectuent une récolte sélective, avec des contrôles de qualité stricts qui permettent de cueillir uniquement les cerises mûres. Toutefois, ces critères de qualité ont été abandonnés parallèlement à la baisse des prix: la cueillette atrenée et la récolte tardive deviennent de plus en plus courantes. La cueillette par branches entières des cerises sur l'arbre, au lieu de les cueillir individuellement, oblige à mélanger les cerises mûres avec les cerises vertes. La récolte tardive, effectuée pour réduire le coût associé à de multiples cueillettes, oblige à mélanger les fèves noires ou pourries avec les cerises saines, entraînant la formation d'une moisissure.

Les techniques de culture intensive menacent la viabilité de la production de café à long terme. Dans un grand nombre de pays, le café est planté traditionnellement parmi les arbres d'ombrage, en intercalage avec d'autres cultures vivrières ou commerciales. Ce processus permet non seulement de préserver le sol et la forêt, mais il protège aussi le micro-climat. En Amérique Centrale, il crée également un habitat important pour les oiseaux migrants. L'intensification a débouché sur la suppression des arbres d'ombrage pour favoriser une augmentation des rendements, avec une culture du café en plein soleil sous la forme de monoculture et la plantation de variétés hybrides naines au développement rapide, qui permettent d'obtenir de meilleurs rendements grâce à une plus grande utilisation de produits chimiques agricoles. Par exemple au Brésil, les restrictions imposées par le gouvernement sur la densité des plantations et les techniques de plantation ont été levées.<sup>62</sup> Les plantations d'arbres sont devenues beaucoup plus denses en faisant passer le nombre traditionnel de 900 – 1200 caféiers par hectare à 5000 – 8000. Dans un certain nombre de pays, les producteurs utilisent largement ces techniques pour produire des volumes plus importants de café moins cher.<sup>63</sup>

CABI Commodities, un organisme scientifique, confirme l'évolution en cours : *'Tous les changements récents sont dus au développement rapide des variétés hybrides naines, dont les rendements répondent vigoureusement aux applications de fertilisants, les variétés résistantes à la rouille qui abaissent les coûts en entrée, la suppression de l'ombre qui favorise les augmentations de rendement et la mécanisation qui a permis de déplacer la production de café brésilienne des zones peuplées sensibles au gel vers les régions du nord moins peuplées qui ne gèlent pas. Les méthodes de production intensive ont été encouragées par les donateurs, surtout en Amérique Centrale, dans le cadre d'une tendance mondiale vers une agriculture plus intensive.'*<sup>64</sup>

Ces techniques intensives ont amené des rendements sans précédent, mais de nombreux observateurs doutent de leur viabilité et considèrent qu'elles ne devraient pas servir de référence pour la productivité des autres pays.

## **L'absence de solution de rechange: déclin des matières premières et les échecs du développement rural**

Les exploitants de café pauvres ont beaucoup de mal à s'en sortir. Les frais encourus pour sortir de la production de café sont considérables et les exploitants n'ont pas de solutions de rechange, en partie parce que les donateurs d'aide internationale et les gouvernements nationaux n'ont pas favorisé le développement rural et la diversification, mais aussi à cause des politiques protectionnistes menées par l'Union européenne et les États-Unis, qui ont effectivement empêché les exploitants des pays en développement de profiter de la production d'autres produits de base. De ce fait, beaucoup trop de personnes sont désormais dépendantes d'un nombre d'options beaucoup trop restreint. Par ailleurs, comme tous les exploitants, les producteurs de café sont confrontés de longue date aux problèmes de sous-développement rural: médiocres infrastructures des transports, manque de crédits, accès direct aux marchés très limité et par conséquent, informations limitées concernant les meilleurs prix possibles.

### **L'absence de solutions pour remplacer le café comme culture commerciale**

Malgré les appels à la diversification lancés depuis plusieurs dizaines d'années pour sortir de la dépendance à l'égard des matières premières, rien n'a réellement évolué: par exemple, l'Afrique sub-saharienne est actuellement plus dépendante des matières premières qu'il y a 20 ans.<sup>65</sup> C'est un échec politique stupéfiant à tous les niveaux.

Économiquement parlant, il semble tout à fait insensé que les exploitants continuent à vendre du café qui ne leur permet pas de couvrir leurs besoins élémentaires, mais en réalité, cette décision est entièrement rationnelle. Premièrement, les coûts associés au remplacement de leurs caféiers par une autre culture sont élevés. Même si leurs terres se prêtent bien à la culture du cacao, par exemple, il leur manquera éventuellement les compétences ou la formation nécessaire pour le cultiver et la plupart des familles n'ont pas d'économies leur permettant de survivre en attendant de récolter les fruits de leurs nouvelles cultures.

Deuxièmement, les alternatives pouvant s'avérer concluantes font sérieusement défaut. Les exploitants de café savent mieux que quiconque à quel point il est dangereux de compter entièrement sur cette culture volage pour gagner leur vie. C'est pourquoi la majeure partie des petits exploitants intercale le café avec des cultures de subsistance et d'autres cultures commerciales ou élèvent des poulets et du bétail. Les marchés intérieurs sont souvent trop petits et à trop bas prix pour remplacer les revenus autrefois générés par le café: les revenus dérivés de nombreuses cultures alternatives sont aussi médiocres, voire pires que le café. Abarya Abadura, exploitant de café à Jimma en Éthiopie déclare: *'Il y a trois ans, je recevais 105 Dollars US par an pour mon maïs. L'année dernière, j'ai reçu 35 Dollars US.'* D'après les estimations, le prix payé pour le maïs, aliment de base essentiel, aurait chuté d'au moins 60 pour-cent au cours des cinq dernières années. Abarya explique la connexion entre les deux: *'Quand le prix du café s'effondre, les gens n'ont pas assez d'argent pour acheter du maïs.'*<sup>66</sup>

### **La dépendance à l'égard de matières premières en déclin**

Le café n'est pas le seul produit en crise: un grand nombre de matières premières, comme le sucre, le riz et le coton sont confrontées à des baisses de prix durables alors que l'augmentation de la productivité et une concurrence accrue font augmenter l'offre au-delà de la demande (voir figure 11 ci-dessous). Comme le café, un grand nombre de matières premières sont caractérisées par une volatilité extrême des prix.

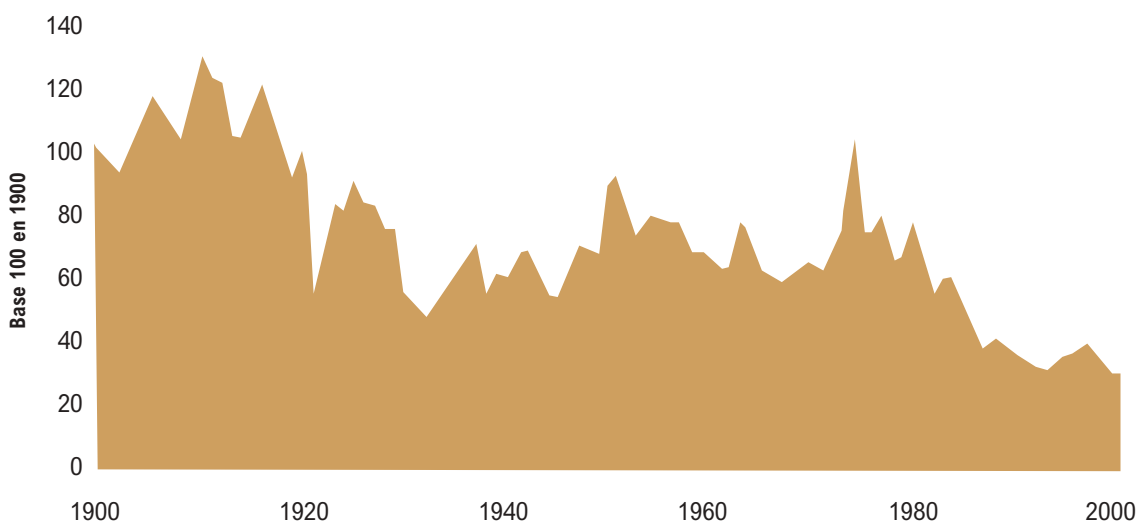
Non seulement ce déclin durable empêche les exploitants d'accéder à d'autres alternatives, mais il ravage également les économies nationales. Plus un pays dépend des produits de base, plus l'impact des baisses de prix est dévastateur sur les budgets gouvernementaux. La dépendance à l'égard des matières premières s'est aggravée en Afrique sub-saharienne, avec 17 pays comptant sur les exportations non pétrolières pour 75 pour-cent ou plus de leurs recettes d'exportation.<sup>67</sup> Un grand nombre de pays est toujours confronté au lourd fardeau de la dette et leur capacité de remboursement a été sévèrement amoindrie.

La Banque mondiale et le FMI ont exacerbé ce problème avec l'approche 'universelle' qu'ils ont imposé à tous les pays à faible revenu, en utilisant des plans d'ajustement structurel. Ces plans se sont focalisés sur la nécessité de générer une croissance orientée vers les exportations et de faciliter les investissements étrangers en libéralisant les tarifs douaniers, en dévaluant les taux de change et en privatisant les entreprises publiques. Ceci a débouché sur une situation de libre marché, où chaque pays est censé développer son propre 'avantage comparatif. Cependant, peu d'attention est portée sur l'impact direct de ces plans sur les gens pauvres.

Historiquement, les pays à faible revenu comptent sur la production des produits de base, et dans de nombreux cas,

l'accent mis sur la libéralisation a renforcé cette dépendance. En même temps, en raison de la suppression des tarifs douaniers ou du soutien à l'industrie nationale afin de favoriser un marché entièrement libre, les pays connaissent de plus en plus de difficulté à se diversifier 'en amont' ou à développer des entreprises industrielles créatrices de valeur. La Banque mondiale et le FMI se sont fortement opposés aux tentatives de protection des industries nouvelles. Par exemple, les programmes ougandais de promotion et de protection de certains domaines d'exportation stratégiques comme les industries de transformation du poisson ont 'été accueillis avec dérision par les fonctionnaires de la Banque mondiale et du FMI'.<sup>68</sup>

**Figure 11: Prix réels des matières premières (sauf pétrole)**



Source: Banque mondiale

## Pas suffisamment de valeur perçue

Un nombre bien trop insuffisant d'activités de transformation et d'emballage du café a lieu dans les pays producteurs, ce qui signifie qu'une infime partie de la valeur potentielle du grain de café est perçue. En 2000/01, un pourcentage stupéfiant (94 pour-cent) de tout le café exporté par les pays en développement a passé la frontière à l'état de grains verts: les six pour-cent de café restant, qui avait été transformé, provenait principalement du Brésil, d'Inde et de Colombie.<sup>69</sup>

La faible valeur ajoutée du café est un problème commun à de nombreuses matières premières. Une consultation récente sur les matières premières qui s'est tenue à la FAO a débouché entre autres conclusions sur le fait que :

*'La part du prix perçue par les producteurs est exceptionnellement faible et cette part est la plus basse pour les produits de base caractérisés par une grande concentration des industries de transformation. Il semble donc que la structure du marché constitue un sujet de recherche important. Les bénéfices d'une meilleure information à propos du marché sont également un moyen d'améliorer la capacité de négociations des producteurs.'*<sup>70</sup>

Le développement de la transformation du café dans le pays d'origine de la production est essentiel pour augmenter les revenus, mais pour la majeure partie des pays, les obstacles sont importants. La construction d'une usine de transformation pour le café soluble coûte plus de 20 millions de Dollars US, bien que la torréfaction et la mouture soient moins chères. Même si la transformation dans les pays en développement était abordable, l'absence de moyens de production locaux, comme l'emballage de qualité, dresse d'autres obstacles. Une autre possibilité consiste à encourager les multinationales à investir dans les pays producteurs, mais à part Nestlé (Sara Lee est également présente au Brésil, qui un important consommateur de café), la plupart s'y refusent : leurs usines ultra efficaces implantées aux États-Unis et en Europe représentent un coût irrécupérable et sont également plus proches du consommateur final, ce qui est une considération importante pour certains types de café.

Les obstacles sont aussi nombreux dans la distribution. Le café se vend largement sous la forme de mélange de nombreuses origines. Les liens commerciaux entre les pays producteurs ne sont généralement pas suffisamment

solides pour leur permettre de développer leur capacité à développer leurs propres mélanges régionaux. Les marques existantes provenant des pays en développement ne sont pas suffisamment connues pour faire leur place dans des relations déjà bien établies entre les principaux torréfacteurs et détaillants. Toutefois, ceci n'est pas impossible : Ismael Andrade, exportateur d'un café brésilien populaire, Sabor de Minas, a réussi à commercialiser son café dans certaines chaînes de détail parmi les plus importantes au monde, comme Wal-Mart et Carrefour.<sup>71</sup>

Contrairement à de nombreux produits agricoles, les tarifs douaniers à l'importation dans les marchés des pays riches ne constituent pas l'obstacle principal pour la plupart des producteurs de café. Par exemple, à l'arrivée du café transformé aux États-Unis, aucune taxe à l'importation n'est prélevée, qu'il soit torréfié ou soluble. Le café transformé peut entrer dans l'Union européenne, exempt de taxe en provenance de tous les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique, ainsi que de nombreux pays d'Amérique Latine (comme la Colombie, le Salvador, le Guatemala, le Honduras et le Nicaragua). Par contre, d'autres pays pauvres comme l'Inde, le Viêt-Nam et le Timor Est, paient 3,1 pour-cent sur le café soluble et 2,6 pour-cent sur le café torréfié et moulu, alors que le Brésil et la Thaïlande paient jusqu'à neuf pour-cent sur le café soluble.<sup>72</sup>

Les négociants internationaux s'activent de plus en plus dans les pays producteurs. Les torréfacteurs comptent sur ces négociants pour fournir des volumes très importants de café provenant de diverses origines dans de brefs délais. Ce phénomène a modifié la méthode de travail des négociants, selon Stefano Ponte : *'La nécessité de garantir un approvisionnement constant d'origines variées et de différents types de café a poussé les négociants internationaux à s'impliquer encore plus dans les pays producteurs que ce qu'ils auraient fait à la suite d'une simple libéralisation du secteur.'*<sup>73</sup>

Grâce aux restrictions moins nombreuses sur l'investissement étranger, les négociants internationaux ont établi des filiales locales ou traitent directement avec les producteurs, et dans quelques rares cas, ils sont eux-mêmes propriétaires des exploitations de café. Certains de ces négociants entretiennent des liens très étroits avec les principaux torréfacteurs. Ce changement est confirmé par

Lorenzo Castillo, travaillant à Junta Nacional de Café au Pérou, qui déclare: *‘Les sociétés transnationales veulent réduire leurs coûts. À cet effet, elles cherchent à limiter les intermédiaires entre elles-mêmes et le producteur. Les plus vulnérables à ce processus sont les exportateurs.... L'appât utilisé pour le producteur est l'obtention de crédits.’*<sup>74</sup>

Les usines de préparation locales, les intermédiaires et même les sociétés commerciales nationales plus importantes ont du mal à se maintenir à flot car ils n'ont pas les ressources financières des sociétés de commerce internationales pour résister au marasme. Par exemple en Ouganda, selon un négociant européen, le nombre d'exportateurs est passé de 150 à 20 au cours des dix dernières années, et parmi ceux qui ont perdu, un grand nombre étaient des entrepreneurs locaux.

Ceci a provoqué une ouverture dans laquelle sont intervenus les négociants internationaux plus puissants et mieux dotés en capitaux. À titre d'exemple, en Tanzanie, Stefano Ponte remarque que les transnationales *‘contrôlent désormais plus de la moitié du marché à l'exportation à travers les filiales directes et une autre partie considérable à travers les accords de financement avec les entreprises locales’*.<sup>75</sup> Le souci réside dans le fait que la crise nuit à une base importante d'entrepreneurs locaux alors que les bénéfices générés pour le compte des sociétés commerciales internationales retournent dans les pays industrialisés.

### **Les promesses non tenues à l'égard du développement rural**

La déréglementation du marché international du café est allée de pair avec la libéralisation des marchés nationaux dans de nombreux pays producteurs, souvent encouragée par les politiques du FMI et de la Banque mondiale. Les organisations du café semi-publiques, qui dans de nombreux cas agissaient comme acheteur monopolistique de la production, ont été progressivement démantelées ou privatisées. Les taxes et les prélèvements divers sur le café ont été allégés et le contrôle de l'État sur la production du café a été réduit. Un grand nombre de restrictions sur l'investissement étranger et la propriété ont été levées, en particulier dans les secteurs du commerce et de l'exportation.

Pour les exploitants, la déréglementation a apporté quelques avantages : dans de nombreux pays, ils perçoivent une part plus importante du prix à l'exportation de leur café. Le professeur Christopher Gilbert explique : *‘La libéralisation permet d'augmenter la part des exploitants dans le prix FAB [à l'exportation] en réduisant les coûts dans la chaîne de commercialisation et également parce qu'elle a souvent été associée à une réduction des taxes et d'autres prélèvements, limitant ainsi les opportunités d'extraire une rente.’*<sup>76</sup> Malheureusement, cet avantage perd toute importance dans le contexte de l'effondrement global des prix du café.

En même temps, les exploitants sont confrontés à de nombreuses conséquences néfastes. Quand les services gouvernementaux se sont retirés, les marchés dans leur ensemble ne sont pas intervenus : pas de surprise pour une matière première en crise. À une époque où les exploitants n'ont jamais été aussi exposés aux caprices du marché, leur vulnérabilité est renforcée par la compression des dépenses dans les services techniques de soutien à l'agriculture et une pénurie d'aides de rechange, entraînant ainsi une baisse de la qualité du café qu'ils peuvent cultiver et un pouvoir encore plus affaibli sur le marché.

### **Une réglementation inadaptée**

Certains experts affirment que l'assouplissement des contrôles sur la production de café a contribué à la baisse de qualité, spécialement des arabicas, qui exigent plus de soins et de moyens de production.

Selon le professeur Christopher Gilbert: *‘Les questions d'organisation du marché sont très importantes dans la production d'arabica, beaucoup plus que pour le robusta. Il semble que la libéralisation totale ait nui à la qualité [pour l'arabica]. Le meilleur arabica est produit dans les pays où un certain niveau de réglementation est permis [Colombie, Costa Rica, Kenya]. ... Je pense personnellement que les exploitants d'arabica peuvent mieux profiter d'un système mixte avec des coopératives puissantes [Kenya] ou des organismes publics [Colombie]. La réglementation indépendante est cruciale.’*<sup>77</sup>

## **Les organisations de producteurs et d'ouvriers menacées.**

La plupart des possibles bénéfices issus d'une dérégulation sont basés sur le soutien d'institutions ou organisations qui malheureusement n'existent pas. Non seulement les services de soutien aux producteurs ont sérieusement diminué, mais les organisations de la société civile susceptible d'appeler à un renforcement de la capacité des petits producteurs à mieux s'insérer sur le marché, ont également été affaiblies.

De récents travaux de recherche en Ethiopie montrent que des coopératives indépendantes de producteurs bien gérées peuvent jouer un rôle essentiel dans l'obtention d'un prix plancher pour le café. Des coopératives peuvent aussi permettre de limiter le nombre d'intermédiaires et d'accéder à des marchés d'exportation à haute valeur ajoutée. Les exploitants individuels peuvent ainsi percevoir un meilleur prix et bénéficier des services offerts par la coopérative. Toute politique publique visant à soutenir ce type de structure doit s'assurer qu'il n'existe pas de restriction à la participation des femmes ce qui risquerait de limiter leurs possibilités de profiter de la valeur ajoutée ainsi offerte.

## **Les informations se font rares**

Beaucoup d'exploitants sont victimes d'un manque d'information sur les prix actuels ou les nouvelles techniques de récolte, ce qui a pour effet de réduire la qualité et le prix de leur produit. L'Autorité ougandaise de développement du café (UCDA) avait l'habitude de diffuser les prix du café sur huit stations radio mais le programme a été supprimé en partie à cause des faibles prix du café. Le programme devrait reprendre, mais en attendant, les exploitants ont perdu de précieuses informations. L'Institut hondurien du café rapporte que les exploitants passent systématiquement à côté de toute hausse des prix du café.<sup>78</sup> On retrouve le même problème en Éthiopie: en avril 2002, les exportateurs savaient que le prix avait monté,<sup>79</sup> mais les exploitants n'étaient pas au courant et ils n'ont pas reçu leur part des augmentations.

## **Des formations et soutiens insuffisants**

Le savoir-faire technique est indispensable pour augmenter les rendements et accroître la valeur de la

production. Les recherches suggèrent que les rendements du café des petits exploitants sont très faibles dans certains pays producteurs d'Afrique, moins de 500 kg par hectare. Par comparaison, le rendement moyen est de 1 500-2000 kg/ha au Viêt-Nam. Cette différence ne s'explique pas uniquement par les plus faibles moyens de production en Afrique, mais également par le manque de connaissances techniques sur les cycles de taille, le sarclage et le paillage. Dans certains pays, la compression des dépenses dans les services techniques de soutien à l'agriculture a entraîné un traitement antiparasitaire moins adéquat et une croissance des problèmes liés aux maladies. Le manque de connaissances techniques réduit également la qualité si les exploitants ne savent pas comment produire une cerise de meilleure qualité ou augmenter la valeur au moyen d'un traitement élémentaire.

## **De mauvais prêts et une absence de nouveaux crédits**

À cause de l'effondrement des prix, de nombreux exploitants sont incapables de rembourser leurs emprunts. Une enquête effectuée parmi les exploitants de café vietnamiens montre que plus de 60 pour-cent possèdent des prêts importants non remboursés.<sup>80</sup> La nécessité de rembourser les dettes oblige souvent les exploitants à accepter immédiatement le prix effectif proposé par les négociants sans attendre une relance des cours. Carmela Rodriguez, exploitante de 56 ans à Sauce, au Pérou, déclare : *'De bouche à oreille, nous entendons dire que les prix sont quelquefois meilleurs à Tarapoto ou à Moyobamba ou à Jaen. Pour nous, il est difficile d'emmener [notre café] là-bas. Et nous ne pouvons pas l'entreposer sur place à cause de toutes nos dettes. Nous n'en avons pas les moyens.'*<sup>81</sup>

L'augmentation des créances irrécouvrables signifie la réduction de nouveaux crédits – en effet, les crédits ruraux se sont taris dans de nombreux pays. Quand les coopératives ne peuvent plus obtenir de crédit, les exploitants doivent se tourner vers les négociants locaux. Selon Mohammed Indris, exploitant de café en Éthiopie : *'Les achats des coopératives maintiennent les prix à un niveau élevé. L'année dernière, la coopérative ne pouvait pas acheter de cerises rouges car elle avait des difficultés financières. Quand les négociants privés s'en sont aperçus, ils ont baissé leurs prix de 0,11 Dollars US/kg à 0,06 Dollars US/kg.'*<sup>82</sup>

À cause du manque de crédit, les exploitants sont particulièrement vulnérables dans les mois difficiles qui précèdent la récolte. Certains peuvent obtenir de la nourriture à crédit en échange de leur récolte future, d'autres utilisent leurs terres en guise de garantie bien que les exploitants n'aient pas tous des titres de propriété pour leurs exploitations. D'autres en sont réduits à vendre leurs biens. Les femmes sont particulièrement désavantagées car les structures de propriété foncière les empêchent souvent de posséder les titres fonciers. Ceci rend leur tâche encore plus difficile pour obtenir un crédit.

### La fragilité des infrastructures rurales

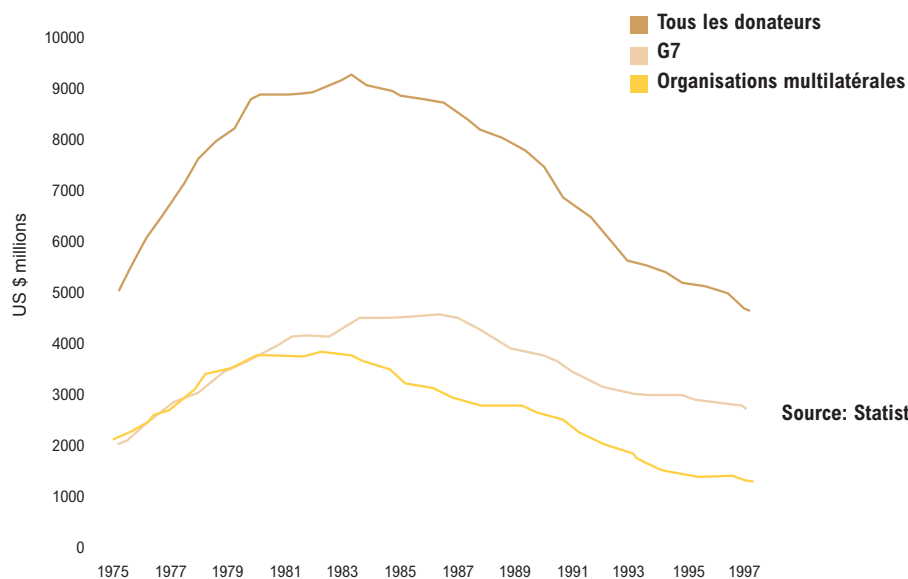
Le manque d'investissement à long terme dans les transports ruraux a entraîné des coûts très élevés, spécialement pour les petits exploitants agricoles qui n'ont pas suffisamment de sacs de café pour justifier le coût d'une camionnette pour transporter leurs cerises à l'état brut à l'usine locale. Même quand les camionnettes sont utilisées, les frais au kilomètre sont largement plus élevés que sur les grandes routes: l'enquête menée par Oxfam en Ouganda a révélé que le coût d'un sac de café transporté à l'usine juste à 15 km n'était pas bien moins élevé en proportion que si ce même sac était transporté à 100 km de l'usine de café à Kampala.

L'absence de routes correctes pose de nombreux problèmes aux exploitants. Voici le témoignage de l'un d'entre eux : 'Je m'appelle Avelios Asuego. Je suis un petit exploitant de café organique du Guatemala. J'aimerais vous raconter une petite partie de mon histoire personnelle. Nous devons marcher pendant quatre heures pour atteindre la route goudronnée depuis ma petite communauté, c'est pour vous dire à quel point nous sommes isolés du monde moderne. De là, il faut encore compter trois heures de voiture dans des conditions très difficiles à cause du très mauvais état de nos routes. Après trois heures de trajet, nous nous garons et nous déchargeons le café qui doit être commercialisé.'<sup>83</sup>

L'accès inadéquat aux installations élémentaires, de type tables de séchage et moulins de préparation, nuit à la qualité du produit de l'exploitant. La plupart des petits exploitants sèchent leur café au soleil. Toutefois, sans l'accès à des tables de séchage solaire élémentaires ou aux connaissances techniques nécessaires pour les construire, ils finissent par étaler les grains directement au sol. Les cerises du café arabica devraient être préparées dès que possible après la cueillette. Cependant, quand les petites usines de préparation n'existent pas localement, les petits exploitants doivent récolter un volume suffisant avant de transporter le café et ce retard peut provoquer la moisissure des cerises.

**Figure 12: Déclin de l'aide à l'agriculture : 1973-2000**

Moyenne mobile sur cinq ans, prix 1999 constants



Source: Statistiques du CRS et du CAD

## **Le déclin de l'aide et les politiques du deux poids deux mesures: exploitants trahis par les donateurs**

Les pays donateurs ont contribué directement à cette crise, premièrement en négligeant considérablement l'investissement dans le développement rural, deuxièmement en exacerbant la situation avec une politique du deux poids deux mesures qui a encouragé les pays en développement à libéraliser, tout en continuant à faire preuve d'un énorme protectionnisme pour les empêcher de pénétrer sur les marchés des pays riches. Ainsi, leurs options ont été limitées à un ensemble très restreint de produits de base. Le résultat est une réduction flagrante des opportunités agricoles existant dans les pays en développement.

Le soutien au développement rural, qui est absolument vital pour des millions d'exploitants dans les pays les plus pauvres du monde, est en déclin, comme le montre la figure 12 ci-dessous. L'OCDE met en exergue l'échec de l'engagement de ses propres pays membres : *'L'aide à l'agriculture, qui stagnait déjà au début des années 80, baisse depuis 1985 à un taux moyen annuel de sept pour-cent. En conséquence, la part d'aide à l'agriculture est passée de 17 pour-cent au début des années 80 à huit pour-cent à la fin des années 90. Ce déclin s'explique en partie par la compression générale des dépenses d'Aide publique au développement (APD), mais les politiques sectorielles des donateurs ont également changé [de l'agriculture et d'autres secteurs de production vers les secteurs sociaux]. Il est vraisemblable que l'exclusion de l'agriculture de l'ordre du jour de la réduction de la pauvreté pendant les années 90 explique partiellement ce déclin.'*<sup>84</sup>

Étant donné que les moyens de subsistance dépendent entièrement de l'agriculture pour un nombre très important de personnes pauvres, ce déclin est épouvantable. *'D'après les estimations de l'OCDE, l'aide publique au développement à l'étranger consacrée à l'agriculture représente actuellement huit pour-cent de l'APD totale : huit pour-cent pour soutenir les trois-quarts des pauvres,'* déclare Lennart Bage, Président du Fonds international de développement agricole des Nations Unies.<sup>85</sup>

Les pays riches ont fait preuve d'une véritable habileté récemment pour appliquer leur politique du deux poids deux mesures au niveau commercial. Le plus fameux exemple est le nouveau projet de loi agricole américain. En 2000, les pays riches subventionnaient leurs exploitants agricoles à hauteur de 245 milliards de Dollars US.<sup>86</sup> Les modèles de subvention actuels, qui visent essentiellement à développer la production, ont un effet dévastateur sur les exploitants pauvres des pays en développement. Cette situation existe parce que ces subventions faussent le marché et permettent aux exploitants agricoles des pays riches de vendre leurs produits à des prix très bas sur les marchés mondiaux. Les exploitants pauvres ne font pas le poids dans des conditions aussi inéquitables.

Les pays riches imposent également des barrières douanières sur les marchandises dont dépend un grand nombre de pays en développement pour leurs recettes à l'exportation : les produits agricoles et les produits manufacturés à forte densité de main-d'œuvre. Les tarifs à l'importation coûtent environ 43 milliards de Dollars US par an aux pays en développement.<sup>87</sup>

Les subventions et les tarifs à l'importation déloyaux des pays riches nuisent aux exploitants de café : ils limitent le nombre d'options vers lesquelles ils peuvent se tourner et par conséquent ils jouent un rôle dans le problème global des matières de premières. Un article du Wall Street Journal consacré au Nicaragua explique le point suivant : *'D'autres exploitants [de café] parlent de remplacer la culture de café par une autre. Toutefois, ils sont découragés par l'expérience des exploitants qui cultivent l'arachide et le sésame. Ces producteurs sont désormais au bord de la faillite après avoir tenté de se mesurer aux exploitants américains qui reçoivent des subventions généreuses de Washington.'*<sup>88</sup>

Les pays d'Afrique sub-saharienne sont les plus gravement touchés. Leurs gouvernements ont proposé un plan d'action avec le « New Partnership for Africa's Development » (NEPAD). La réponse des gouvernements de pays riches s'est avérée décevante.

**Les niches peuvent-elles représenter une échappatoire? Pas pour tout le monde...**

3



Maria, Janet, Eduarda et Felicia prennent une pause café à l'usine Chiclayo de transformation du café à Piura, au Pérou. Cette usine est un fournisseur de Cafédirect, qui vend sur le marché du Commerce équitable.

### 3. Les niches peuvent-elles représenter une échappatoire? Pas pour tout le monde...

Contrastant avec l'effondrement des cours sur le marché principal, les cafés dit « spécialisés » ou « gourmets », nouveaux types de café vendus à des prix plus élevés, remporte un succès monstre. Les vendeurs mettent en valeur leur pays d'origine, font ressortir leurs propriétés particulières ou attestent du respect de pratiques organiques, de la culture sous ombrage ou des règles du Commerce équitable. Les exploitants qui peuvent vendre sur ces marchés obtiennent souvent un bien meilleur prix pour leur récolte.

Les pionniers de cette formule à succès ne sont pas les entreprises de transformation traditionnelles mais les bars café qui ont familiarisé de nombreux clients occidentaux avec le café au lait, le cappuccino et l'expresso. L'une des plus grandes chaînes, Starbucks, a déclaré son intention de s'approvisionner entièrement chez les exploitants de café qui respectent leurs nouvelles directives sociales et environnementales. Cette année, elle a également l'intention d'acheter 74 pour-cent de son café vert à prix fixes durables en garantissant ainsi une stabilité et une prévisibilité aux exploitants de café. Il est intéressant de constater que ces mesures, présentées comme nécessaires pour assurer la qualité du café, semblent avoir été bien accueillies par les investisseurs. L'intérêt principal des consommateurs sera de vérifier si ce mécanisme bénéficie réellement aux petits producteurs.

Ici et là, les coopératives opérant dans les pays producteurs s'associent avec les négociants de café spécialisé et les points de vente existant dans les pays consommateurs pour changer la manière dont le café se vend et s'achète. Par exemple, au Nicaragua, deux petites fermes ont récemment vendu leur arabica spécial par le biais d'Internet pour une valeur de 11,75 Dollars US la livre, soit 23 fois plus que le cours New-Yorkais.<sup>89</sup> Un élément essentiel au développement de ces cafés de spécialité et à la dissémination de l'information consiste à organiser des concours qui récompensent la meilleure qualité.

Grâce aux meilleurs prix et à la prime sur la qualité, les niches sont particulièrement intéressantes pour les exploitants et les pays qui cherchent à sortir du piège

caractérisé par des prix très bas et une qualité médiocre. Les histoires de réussite sont souvent perçues comme un signal d'espoir pour les autres personnes qui cherchent à sortir de l'impasse. Toutefois, il faut absolument que les gouvernements et l'industrie se rendent compte des risques encourus si tout le monde se précipite vers la même issue. Une niche perdra son statut spécial et son aptitude à payer des prix élevés si le segment est submergé et la croissance de la consommation inadaptée.

#### Commerce équitable: une lueur d'espoir

*'Dans le secteur du café, le Commerce équitable a clairement montré que les producteurs peuvent recevoir le double des prix actuels qui sont au plus bas, sans affecter la volonté du consommateur à acheter un produit de bonne qualité.'* – Pablo Dubois, Chef des opérations, Organisation internationale du café.

Dans le climat actuel, le Commerce équitable est devenu vital pour un grand nombre de producteurs. Le Commerce équitable a fait naître de nombreuses entreprises commerciales qui dégagent un profit tout en poursuivant également des objectifs de développement consistant explicitement à améliorer la vie des exploitants qui leur vendent du café. Un principe fondamental est au cœur du Commerce équitable : s'engager à payer un prix juste aux producteurs, c'est-à-dire un prix stable qui couvre leurs frais. Par exemple, les producteurs d'arabica reçoivent actuellement un prix minimum de 1,26 Dollars US la livre,<sup>90</sup> ce qui représente plus de deux fois le prix du marché.

Le premier café négocié à un prix équitable a été importé aux Pays-Bas en 1973 en provenance de coopératives de petits producteurs guatémaltèques. Trente ans plus tard, presque 200 coopératives de café représentant 675 000 exploitants, plus de 70 négociants et environ 350 entreprises de café travaillent conformément aux principes de FLO International, assurant ainsi que la commercialisation des produits rapporte un revenu correct aux exploitants.

Attachant une très grande importance à la gestion des coopératives et aux structures d'organisation, le Commerce

équitable requiert des acteurs de la filière d'approvisionnement du café des termes de l'échange transparents, une garantie de conditions décentes de production et des efforts pour faciliter l'accès des exploitants pauvres au marché. Ces mesures comportent notamment un préfinancement partiel des commandes permettant d'éviter l'endettement des petites organisations productrices, le paiement d'une prime dont l'utilisation sera décidée par consentement mutuel des producteurs, des clauses contractuelles permettant aux producteurs de prendre leurs dispositions pour la planification de la production à long terme et la garantie des conditions sociales et environnementales qui reflètent les conventions de l'Organisation Internationale du Travail sur les conditions de travail.

La norme FLO pour le café est un programme financé par les redevances prélevées sur les propriétaires de marques. La garantie de conditions décentes pour les exploitants est contrôlée par FLO en coopération avec des organismes nationaux, comme Max Havelaar (Pays-Bas, Belgique, France, Suisse, Danemark), TransFair USA (Amérique du Nord) et la Fairtrade Foundation (GB) qui régissent et promeuvent les différents labels de qualité dans leurs marchés de consommation respectifs.

L'impact le plus important du Commerce équitable se ressent sur la vie des exploitants qui ont réussi à vendre leur café à des prix qui leur permettent de satisfaire aux besoins les plus élémentaires. Par exemple, à la Oromiya Coffee Farmers Co-operative Union en Éthiopie, les exploitants reçoivent 70 pour-cent du prix à l'exportation, alors que les exploitants situés dans la zone de Jimma dans la province de Kafa, qui vendent sur le marché libre, reçoivent seulement 30 pour-cent.

Felipe Huaman, qui fait partie de la Bagua Grande Co-operative au Pérou qui vend sur le marché Commerce équitable, explique : *'Depuis notre alliance avec Twin et Cafédirect, nos prix ont commencé à s'améliorer, ce qui a également permis d'améliorer les conditions de vie des familles d'exploitants de café. C'est notre plus grande récompense et c'est ce que nous apprécions le plus.'* L'amélioration des prix est effectivement considérable, mais une enquête indique que les avantages indirects liés à la meilleure organisation collective des producteurs sont probablement encore plus importants.<sup>91</sup>

En second lieu, le Commerce équitable a un impact favorable sur l'environnement. Grâce à l'attention portée aux petits producteurs et l'accent mis sur les techniques de production durables, la majorité du café Commerce équitable est cultivée sous ombrage, avec tous les avantages de biodiversité que cela entraîne par rapport au café cultivé au soleil. La pulpe de café produite lors de la première étape de traitement est utilisée comme compost sur les cultures, ce qui permet d'éviter la diminution des niveaux d'oxygène et la pollution des rivières.

Troisièmement, le Commerce équitable montre le bon exemple aux grandes entreprises du secteur. En faisant ressortir indirectement le fait que les exploitants fournissant le marché principal vendent à des prix qui ne leur permettent même pas de couvrir les frais de production, l'essence même du mouvement Commerce équitable pose un risque sérieux à la réputation des entreprises dont les produits sont très vulnérables à la sensibilité des consommateurs.

Selon les propres mots de Kraft, *'depuis le début des années 90, un nombre croissant d'organisations commerciales se sont activées pour offrir les marques de café sous différents labels 'Commerce équitable' ou 'respectueux de l'environnement', en faisant concurrence de cette manière aux entreprises de café traditionnelles grâce à une argumentation éthique. Comme la demande en produits de 'Commerce équitable' ... n'est que modérée jusqu'à présent ... ces ventes ont créé des petits problèmes commerciaux mais aussi d'énormes problèmes d'image de marque pour l'industrie traditionnelle du café dans son ensemble.'*<sup>92</sup>

Au départ, les principales entreprises de café étaient fortement opposées au terme 'Commerce équitable', qui impliquait que les autres marchandises n'étaient pas négociées d'une manière équitable : la société Nestlé est même allée jusqu'à publier un tract s'opposant aux déclarations de Commerce équitable. Ensuite, un changement d'attitude s'est manifesté du type « si on ne peut pas les battre, autant se joindre à eux » et certaines entreprises se sont mises à acheter un petit pourcentage de café chez les producteurs Commerce équitable ou au moins à payer une prime supérieure au cours du marché.

Les entreprises affirment désormais que leurs gammes Commerce équitable restent limitées en raison d'une faible demande – mais il est toujours possible de développer et

d'élargir la demande comme ces propriétaires de grandes marques le savent si bien. Quand les consommateurs ont le choix, ils choisissent de plus en plus l'option éthique : à l'échelle mondiale, les ventes de café Commerce équitable ont augmenté de 12 pour-cent en 2001<sup>93</sup> alors que la consommation globale de café n'a progressé que de 1,5 pour-cent.

Le café torréfié et moulu Commerce équitable représente actuellement plus de sept pour-cent du marché britannique dans ces variétés et environ deux pour-cent du marché total. Cafédirect, marque vedette de Commerce équitable, dans laquelle Oxfam a une participation, est désormais en sixième place sur le marché britannique du café – loin devant la marque italienne Lavazza.<sup>94</sup> Au cours des trois dernières années, plus de 140 entreprises ont commencé à vendre des produits garantis Commerce équitable aux États-Unis dans environ 10 000 magasins de détail répartis dans l'ensemble du pays: rien qu'en 2001, le marché s'est accru de 36 pour-cent.

La principale critique vis-à-vis du Commerce équitable émane des économistes qui estiment que les prix élevés offerts encouragent les exploitants à rester dans la production de café en exacerbant les risques de surproduction à long terme au lieu de rechercher des solutions de rechange plus rentables. Oxfam pense au contraire que ce modèle de soutien aux exploitants qu'il soit applicable au marché principal ou non, constitue un effort tout à fait justifiable et approprié pour faire face au coût humain provoqué par les rigueurs du marché libre, en raison du manque d'activités alternatives et de l'absence de mesures publiques de protection sociale en faveur des exploitants pauvres.

Malgré sa réussite, le Commerce équitable ne suffira pas à résoudre la crise à lui seul, à cause du déséquilibre qui persiste entre l'offre et la demande. Cela ne signifie pas que les entreprises principales ne peuvent pas contribuer plus largement à l'achat du café Commerce équitable : elles en ont les moyens et devraient s'y employer. Malgré tout, cela signifie qu'il faut également élargir les initiatives pour résorber les déséquilibres actuellement présents dans le marché principal.

## Les marques de spécialité prennent une valeur supérieure

Certains pays producteurs ont profité du marché spécialisé en valorisant la marque du café de qualité provenant de leur pays ou régions et en établissant avec succès une image de marque et une niche. La Jamaïque cultive sa marque de café Blue Mountain et l'Inde exploite sa marque Monsooned Malabar, lesquelles sont très prisées. À cet égard, la Colombie est considérée comme un autre exemple de réussite : parallèlement à l'apport de services logistiques aux exploitants, son investissement important dans le marketing a permis de produire un café de qualité qui se vend plus cher sous les marques Juan Valdez et Café de Colombia. Toutefois, même cette réussite connaît des temps difficiles. Lorsque les recettes du café ont baissé, les autorités du café en Colombie ont été obligées de réduire les frais de commercialisation de Juan Valdez.

## Une course vers la même issue de secours?

Les initiatives permettant aux producteurs de cibler la clientèle exigeante du marché sont tout à fait logiques, puisque c'est la part de marché qui croît dans les pays riches. Néanmoins, il est essentiel que les entreprises et les gouvernements, à la fois dans les pays consommateurs et producteurs, reconnaissent que ces initiatives constituent seulement une partie de la solution globale.

Les exploitants pauvres ne peuvent pas tous entrer dans le marché prestigieux des arabicas gourmets. Si un trop grand nombre de producteurs tente de pénétrer ce segment du marché, ce créneau ne sera plus capable d'imposer des prix élevés. Se contenter de soutenir les producteurs dans le marché de spécialité ne peut pas être une solution aux problèmes systémiques qui touchent des millions d'exploitants. Le problème posé par la ruée de tous les producteurs vers la même issue, phénomène connu sous le nom de « sophisme de la composition » en économie, caractérise la production des matières premières depuis des dizaines d'années. Ce problème n'est pas suffisamment abordé par les institutions internationales.

La Banque mondiale et le FMI ont également contribué à la crise du café à ce niveau-là, car ils n'ont pas informé correctement les pays producteurs de café des effets que l'augmentation de la production aurait sur les cours mondiaux. La Banque mondiale dispose d'une unité spécialement consacrée au suivi et à la prévision des cours mondiaux des produits de base<sup>95</sup> mais ses

prévisions sont constamment trop optimistes, en envoyant des signaux trompeurs aux pays producteurs concernant les futures améliorations du marché. La Banque Mondiale et le FMI ont récemment publié un rapport qui estime que les pertes de revenus à l'exportation dues au déclin du prix des matières premières sont de 1,5 à 2 pourcent du PIB des 24 Pays les Plus Endettés entre 2000 et 2001.<sup>96</sup> Ces institutions ont également appelé à des financements additionnels pour permettre de payer des primes aux pays subissant des chocs tels que la chute des prix des matières premières. Les gouvernements des pays riches doivent maintenant passer aux actes.

Par ailleurs, le rôle des institutions financières internationales consiste essentiellement à informer les gouvernements emprunteurs des risques et des inconvénients associés à l'augmentation de la production et à leur suggérer des stratégies alternatives. Malheureusement, elles n'ont jamais réussi à le faire. Par exemple, au Burundi, où le café représente 80 pour-cent des revenus à l'exportation, la Banque mondiale a récemment publié un rapport qui oubliait de mentionner le risque encouru par le pays en raison de son énorme dépendance sur le café, malgré un chapitre entièrement consacré à d'autres risques potentiels,<sup>97</sup> un autre rapport identifie même le café comme 'une source de croissance'.<sup>98</sup>

De même, en Éthiopie, l'évaluation commune du document provisionnel de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP), préparée par le FMI et la Banque mondiale, ne soulève pas le problème de dépendance excessive par rapport au café, alors même que ce problème n'est pas pris en compte dans les plans du gouvernement visant à 'l'industrialisation orientée vers le développement de l'agriculture'.<sup>99</sup>

## L'heure n'est pas à l'inertie

Les principaux torréfacteurs n'ont pas su apporter de réponses aux problèmes posés par les bas prix et la médiocre qualité dans lesquels le marché est aujourd'hui embourbé et qui les expose sans aucun doute à un risque commercial fondamental. Certaines entreprises ont pris des mesures *ad hoc* d'ampleur limitée, concernant les questions de qualité ou d'environnement. Malheureusement celles-ci sont loin d'être à la hauteur des initiatives nécessaires à la résolution de cette crise. Quel contraste avec l'énergie politique dépensée par les entreprises et les gouvernements des pays riches qui

cherchent à lancer de nouvelles négociations sur les règles liées à l'investissement et à la concurrence lors du nouveau cycle de négociations de l'Organisation mondiale du commerce !

Seul Nestlé s'est exprimé quant au besoin d'une réponse internationale coordonnée pour contrôler l'offre de café. *'Nestlé est opposé aux bas prix qui sont non seulement néfastes aux producteurs mais aussi mauvais pour nos affaires....Par conséquent, Nestlé soutient les initiatives visant à contrôler l'offre, réduire la volatilité, et maintenir les prix du café à l'intérieur d'échelles de prix permettant aux producteurs de vivre correctement et à la consommation de croître. Cela inclut des systèmes similaires à l'Accord international sur le café.'*<sup>100</sup>

Cela dit, toutes les grandes entreprises ont mis beaucoup de temps à reconnaître qu'elles doivent partager les responsabilités pour permettre de résoudre la situation critique des exploitants et certaines continuent toujours à nier que c'est le cas. L'Association nationale du café des Etats-Unis s'est mouillée quelque peu lors du sommet mondial intitulé *In Search of Global Solutions*, qui s'est déroulé aux États-Unis en février 2002. Elle a identifié huit options que l'industrie pourrait envisager en s'attaquant au problème. Ces options proposaient entre autres la formation des exploitants à la diversification des cultures, l'utilisation de contrats à long terme conclus indépendamment par les torréfacteurs, une meilleure accessibilité, une plus grande facilité de consommation courante et un plus grand choix en matière de qualité pour les consommateurs de café. L'événement était marqué par un manque d'empressement manifeste : la réunion du conseil a eu lieu trois mois plus tard pour discuter des trois options choisies en priorité sur les huit possibilités.

Il est vrai que les solutions simples n'existent pas, mais la complexité n'est pas une excuse suffisante pour justifier l'inaction. La Banque mondiale donne l'avertissement suivant : *'Si les tendances actuelles continuent, comme de nombreuses personnes l'ont prévu, une crise du café pourrait se transformer en une crise sociale et environnementale généralisée.'*<sup>101</sup> Pour éviter cette éventualité, un effort de concertation internationale est nécessaire pour rassembler tous les principaux acteurs impliqués dans le commerce du café, ainsi que les organisations pouvant inclure la dimension du développement au cœur des débats. Différents acteurs seront en mesure d'assumer différents rôles complémentaires. Mais il est primordial que les principaux négociants mondiaux et les grandes entreprises de transformation du café mettent la main à la pâte.

# 4

## **Sortir de la crise: une stratégie d'action**



## 4. Sortir de la crise: une stratégie d'action

Pour parvenir à un marché du café qui soit favorable aux pauvres, Oxfam recommande aux différents acteurs concernés de prendre des mesures sur cinq fronts:

- rétablir l'équilibre entre l'offre et de la demande
- rétablir la qualité et augmenter la productivité
- augmenter les prix et garantir des moyens de subsistance décents
- maintenir et bâtir une capacité à produire de la valeur ajoutée
- établir de réelles possibilités de développement rural.

S'il est nécessaire d'agir immédiatement pour sortir du marasme, il faut également mettre en place de nouvelles politiques et pratiques à long terme pour soutenir les exploitants durant la période de transition jusqu'à ce que le marché ne retrouve son équilibre.

Les gouvernements et les agences multilatérales doivent s'exprimer dès maintenant sur la crise du café et créer une base de soutien politique pour sa résolution. Bien que la déréglementation généralisée du secteur du café ne soit pas à l'ordre du jour de l'OMC, l'effondrement des cours du café et d'autres produits de base doit être vu comme une question commerciale essentielle. Les gouvernements et les agences multilatérales doivent également obtenir que les pays riches abordent cette question aussi vigoureusement que les dossiers de l'investissement ou des services. Ces mêmes délégués et responsables doivent exercer de fortes pressions sur les géants du café afin que ceux-ci reconnaissent leurs responsabilités en tant qu'entreprises et leur propre intérêt à jouer leur rôle pour la résolution de cette crise.

### Rétablir l'équilibre de l'offre et de la demande

Comme mesure prioritaire, les gouvernements et les entreprises doivent s'engager à financer la destruction des 5 millions de sacs de café de moindre qualité qui s'amoncellent actuellement dans les pays importateurs. Cette opération coûterait environ 100 millions de Dollars US. Cette opération enverrait immédiatement un signal au

marché et, d'après l'analyse économique effectuée par l'Organisation internationale du café, devrait déboucher sur une augmentation des prix de 20 pour cent par rapport aux prix moyens de 2000/01; elle permettrait également de fournir des revenus supplémentaires à l'exportation se montant entre 700 millions et 800 millions de Dollars US aux pays producteurs de café.<sup>102</sup>

Les torréfacteurs ont un réel potentiel pour faire davantage concernant ce qu'elles considèrent elles-mêmes comme étant leur rôle : élargir et développer le marché du café. À cet égard, leurs performances sont décevantes. On peut notamment observer des pertes considérables de la part du café sur le marché des boissons dans les pays riches comme les États-Unis. Elles pourraient ainsi porter une attention bien plus marquée au développement d'une nouvelle demande des consommateurs dans les marchés émergents, plutôt que de se disputer leurs traditionnelles parts de marché américaine et européenne.

À plus long terme, différents acteurs devront collaborer davantage pour trouver les mécanismes de marché qui permettront de prévenir de tels déséquilibres entre l'offre et la demande. Cette collaboration ne pourra s'effectuer que s'il existe une réelle volonté internationale de rassembler toutes les parties concernées. Il faudra également que l'accord qui en sera issu prévoie une intervention sur le marché pour réguler l'offre.

### Rétablir la qualité et augmenter la productivité

Le rétablissement de la qualité est essentiel à la revalorisation du grain de café. La proposition la plus pertinente pour s'attaquer à la crise au niveau international est le Plan d'amélioration de la qualité de l'OIC, qui devrait être mis en œuvre fin 2002. Ce plan vise à faire cesser les exportations de café qui ne répondent pas à certains critères de qualité.

Si ce projet était mis en œuvre dans son intégralité, il pourrait éliminer entre trois et cinq pour cent de la production totale de café du marché international et mettre fin à la tendance actuelle favorisant les productions de moindre qualité. Ce projet nécessite un soutien financier, notamment pour évaluer son impact sur les exploitants et

les pays pauvres. Il devra ainsi prévoir des formes de soutien aux pauvres qui produisent du café de moindre qualité, en particulier pour les exploitants disposant d'une technologie restreinte et les pays dont les marchés internes sont limités.

Les petits exploitants ont souvent le potentiel pour produire un café de très bonne qualité parce qu'ils peuvent se permettre de cueillir les cerises rouges plus soigneusement que dans les plus grandes plantations mécanisées. Cependant, les petits exploitants ont besoin d'aide pour parvenir aux nombreux autres éléments déterminant la qualité, ainsi que pour mettre en place les structures permettant de recevoir une prime pour la qualité qu'ils produisent. Par exemple, ils ont besoin d'aide pour acquérir de bonnes pratiques de transformation, des compétences techniques et de marketing et un meilleur pouvoir de négociation par l'intermédiaire des organisations de producteurs.

Les pays dont les marchés internes de consommation du café sont très limités auront besoin d'aide parce qu'ils ne pourront ni exporter leur production de qualité inférieure dans le cadre du Plan OIC ni écouler facilement cet excédent sur le marché intérieur.

Le plan de qualité OIC est une initiative extrêmement importante de la part des pays producteurs, mais elle n'a pas reçu le soutien dont elle a besoin de la part des torréfacteurs et des gouvernements des pays consommateurs. Que ce soit sous forme d'achats ou de suivi des importations, leur soutien sera essentiel à la réussite de ce programme et à son application dans l'essentiel des échanges commerciaux.

Il faudra éventuellement augmenter la productivité des exploitants en bas de l'échelle, par exemple les producteurs de robusta dans un certain nombre de pays sub-sahariens. Toutefois, tout soutien gouvernemental dans ce sens doit veiller à ne pas aggraver le problème de surproduction. L'augmentation de la productivité par hectare permettra de libérer directement des terres et de l'argent pour d'autres utilisations, en donnant plus de choix aux exploitants, sans augmenter la surproduction.

Parmi les exemples d'action concrète, l'Autorité de développement du café en Ouganda a entrepris un programme permettant de fournir gratuitement les semis d'un hybride de café plus productif. Cette initiative a contribué à faire des ougandais les exploitants les plus productifs d'Afrique. L'AODC exploite environ 1000 pépinières et devrait distribuer 30 millions de plants aux exploitants cette année.

*'Le soutien du gouvernement nous a vraiment aidés car nous avons atteint un goulot d'étranglement. Les prix du café sont si bas que les exploitants n'ont pas les moyens d'acheter de nouveaux plants. Par contre, ils acceptent volontiers ceux qui sont gratuits,'* déclare William Naggaga de l'AODC.<sup>103</sup>

L'Organisation internationale du café et le Fonds commun pour les produits de base ont également participé à des projets pour aider les exploitants à lutter contre les insectes qui posent un problème énorme en réduisant des revenus qui se trouvent déjà être au plus bas.

De même, certaines entreprises ont fourni des fonds pour contribuer à l'amélioration de la qualité. La subvention de 1,5 millions de Dollars US que Procter & Gamble a offerte à TechnoServe et la subvention de 500 000 Dollars US que Starbucks et la Fondation Ford ont offerte à Oxfam Amérique sont toutes deux destinées à aider les exploitants pour qu'ils améliorent la qualité du café produit. Les avantages sont considérables pour les exploitants qui profitent de ces programmes, mais les quelques rares initiatives philanthropiques des entreprises ne suffiront pas à résoudre la crise vu son ampleur.

## **Augmenter les prix et garantir des moyens de subsistance corrects**

Les torréfacteurs devraient s'engager à payer des prix qui assurent un revenu correct aux exploitants et à gérer leurs filières d'approvisionnement de manière à ce que les exploitants captent une part plus importante des bénéfices et gagnent un revenu convenable. Un revenu correct ne devrait pas seulement couvrir les coûts de production, mais aussi permettre aux familles de couvrir les besoins en nourriture, l'éducation élémentaire, ainsi que les dépenses de santé et de logement. Les calculs de ces frais, qui existent déjà, diffèrent d'un pays à l'autre. Ils ont été élaborés par les autorités du café dans les pays producteurs et par les entreprises elles-mêmes.

L'évaluation de ces frais présente des difficultés pour les petits exploitants car de nombreux facteurs de production ne sont pas monétisés et la structure des coûts des petits exploitants est très différente de celle des grandes exploitations. Cependant, ces difficultés ne sont pas une excuse pour ne rien faire. Dans la plupart des industries, la nécessité de couvrir les coûts des fournisseurs ne serait même pas sujette à discussion car bien peu d'entreprises peuvent se payer le luxe d'exploiter des fournisseurs qui continuent à produire à perte année après année.

Même si les prix augmentent, les exploitants seront toujours exposés au risque des fluctuations de prix. Face à

ces difficultés, un groupe du secteur privé s'est formé sous l'égide de la Banque mondiale pour aider les petits exploitants agricoles à gérer le problème posé par la volatilité des prix. Le groupe de travail regroupe les compagnies d'assurance et les institutions financières à la fois dans les pays développés et les pays en voie de développement et mène actuellement différents projets pilotes dans plusieurs pays. Il s'agit de fournir aux exploitants les instruments de marché permettant d'assurer un prix minimum pour leur café.

Dans le cadre de ces travaux, une enquête a été menée au Nicaragua pour évaluer la demande des producteurs pour ce service. Les résultats montraient que même quand les prix sont très faibles, les exploitants voient l'intérêt de payer une prime permettant de garantir un prix de marché équitable pour leur café dans un avenir proche. Un exploitant paierait donc une 'prime d'assurance' qui lui donnerait le droit, mais pas l'obligation, de vendre son café à prix fixe.

## **Maintenir et bâtir une capacité à produire de la valeur ajoutée**

L'un des seuls moyens dont les exploitants disposent pour ajouter de la valeur à leur produit consiste à en assurer la transformation pour en démontrer la qualité. Le café qui a été décortiqué ou dépulvé se vend à un meilleur prix, à valeur égale, que les cerises à l'état brut. Les petits investissements effectués dans les technologies appropriées peuvent amener des résultats considérables pour les exploitants.

Par exemple, en Colombie, la Fédération colombienne de café a développé une machine mécanique électrique portable qui retire la pulpe de la cerise d'arabica. Si les exploitants pouvaient utiliser cette machine dans toutes les zones rurales, ils pourraient ajouter une valeur considérable à leurs produits. Évidemment, pour que les exploitants puissent récolter les fruits de ces investissements, il faut qu'ils puissent vendre sur un marché qui récompense une meilleure qualité. Les gouvernements nationaux et les acheteurs (locaux et internationaux) ont une responsabilité importante à cet égard.

Au niveau national, le défi consiste à produire de la valeur ajoutée dans les pays producteurs. Il faut relever ce défi au plus tôt pour augmenter les capacités de transformation des produits dans ces pays. Cependant, l'ajout de la valeur

ne tient pas uniquement à la préparation du café. Le choix d'une marque, le marketing, l'élaboration de nouveaux modes d'accès au marché et aux consommateurs sont autant de facteurs qui font partie du processus de valeur ajoutée et que les pays producteurs doivent s'approprier.

## **Établir de réelles possibilités de développement rural**

Le soutien des donateurs est nécessaire pour tout pays qui a développé un plan réaliste visant à réduire la production de café et à soutenir les exploitants les plus pauvres. Par exemple, le Viêt-Nam a récemment exprimé le besoin de réduire la production de certaines variétés de robusta déficitaires et de qualité inférieure. De tels projets auraient besoin d'un soutien pour couvrir les frais de transition et de diversification, en portant une attention particulière aux femmes les plus démunies.

Plus généralement, les efforts de diversification doivent être évalués en tenant compte des tendances négatives dans d'autres produits de base. Il est grand temps pour la communauté internationale d'adopter une approche intégrée vis-à-vis des produits de base.

## **Conclusion**

Le fonctionnement actuel du marché du café provoque la misère dans l'ensemble du monde en développement. Nous ne pouvons plus ignorer les problèmes que ce marché pose aux exploitants et pays pauvres. Cela doit cesser. Il faut que le marché du café soit aussi avantageux pour les pauvres que pour les riches.

Il faut comprendre pourquoi les efforts d'intervention sur le marché ont échoué par le passé et il faut en tirer les leçons. Il ne faudrait pas non plus oublier de faire un bilan critique de la situation actuelle. Il n'est pas surprenant que les riches deviennent plus riches et les pauvres deviennent plus pauvres quand on demande aux plus pauvres et plus vulnérables de négocier dans un marché libre avec les plus riches et les plus puissants. Une participation active de tous les acteurs impliqués dans le commerce du café est nécessaire pour inverser cette situation.

L'année qui vient s'annonce cruciale. Les gouvernements producteurs de café ont accepté un plan visant seulement à réduire l'offre en améliorant la qualité du café échangé sur les marchés internationaux. Ce projet réussira uniquement s'il est soutenu par les entreprises et les pays riches et s'il est complété par des mesures qui permettront de s'attaquer au sous-développement rural de long terme.

# Recommandations – Un plan d’urgence pour le café

Un plan d’urgence pour le café est nécessaire pour rééquilibrer l’offre et la demande et soutenir le développement rural, de telle sorte que les exploitants agricoles puissent gagner correctement leur vie en cultivant le café. Pour surmonter la crise actuelle et créer un marché plus stable, le plan a besoin du rassemblement et du soutien des principaux acteurs de l’industrie du café.

Dans un délai d’un an, le plan d’urgence devrait aboutir aux résultats suivants sous l’égide de l’Organisation internationale du café:

1. Les torréfacteurs paieront un prix décent aux exploitants agricoles (supérieur à leurs coûts de production) afin que ceux-ci puissent envoyer leurs enfants à l’école, payer leurs médicaments et acheter une quantité de nourriture suffisante.
2. Augmentation des prix payés aux exploitants grâce à la réduction de l’offre et des stocks de café sur le marché par le biais des mesures suivantes :
  - Les torréfacteurs achèteront seulement le café conforme aux normes de qualité de base, proposées par l’Organisation internationale du café (OIC).
  - La destruction d’au moins cinq millions de sacs de café, financée par les gouvernements des pays riches et les torréfacteurs.
3. La création d’un fonds visant à aider les exploitants pauvres à se tourner vers d’autres moyens de subsistance et à sortir de leur dépendance à l’égard du café.
4. Les entreprises de transformation du café s’engageront à augmenter la part du café Commerce équitable dans leurs achats à deux pour-cent du volume total.

Le plan de sauvetage devrait servir de projet pilote pour une initiative de gestion des matières premières à plus long terme visant à améliorer les prix et à fournir d’autres moyens de subsistance aux exploitants agricoles. Il devrait aboutir aux éléments suivants:

1. Les gouvernements des pays producteurs et consommateurs mettront en place des mécanismes permettant de rectifier le déséquilibre entre l’offre et la demande afin d’assurer des prix raisonnables aux producteurs. Les exploitants agricoles devront être pleinement consultés pour tout projet de ce type.
2. Coopération entre les gouvernements producteurs pour empêcher que la quantité de matières premières qui entre sur le marché soit supérieure à la capacité de vente.
3. Soutien apporté aux pays producteurs pour qu’ils perçoivent une plus grande part de la valeur ajoutée à ces matières premières.
4. Mesures d’incitation financées pour réduire la grande dépendance des exploitants à l’égard des matières premières agricoles.
5. La fin des politiques du deux poids deux mesures de l’UE et des États-Unis sur le commerce agricole que limitent les opportunités de pays en développement.
6. Les sociétés paieront un prix convenable pour toutes les matières premières, y compris le café.

**Le plan d’urgence pour le café réussira seulement avec l’implication concrète de tous les participants au marché du café. Les recommandations suivantes comportent les éléments que chaque groupe devra exécuter pour le faire réussir.**

## **Les torréfacteurs**

**Les grands torréfacteurs – Kraft, Nestlé, Procter & Gamble et Sara Lee – doivent:**

1. S'engager à payer un prix correct aux exploitants agricoles.
2. Allouer d'importantes ressources à la résolution de la crise du café (y compris une contribution financière aux trains de mesures d'aide pour sortir de la crise).
3. Inclure sur les étiquettes de leurs produits des informations sur la qualité du café.
4. S'engager à acheter directement auprès des producteurs des volumes plus importants de café Commerce équitable. Dans un délai d'un an, ceci devrait s'appliquer à deux pour cent de leur volume total. Après cette date, la part devrait continuer à augmenter chaque année de manière graduelle mais significative suivant des objectifs déterminés par le mouvement Commerce équitable.
5. Faire pression sur le gouvernement américain pour qu'il rejoigne l'OIC.
6. Adopter des obligations claires, qui seront vérifiées par un organisme indépendant, pour respecter les droits des travailleurs immigrés et saisonniers, ainsi que les conventions de l'OIT.

## **Marchands de café au détail (supermarchés et cafés)**

1. Exiger des fournisseurs que le café vendu rapporte un prix convenable aux producteurs.
2. Promouvoir les marques de café et les produits Commerce équitable.
3. Insister pour que les produits à base de café soient étiquetés en fonction de leur qualité.
4. Publication par Starbucks des résultats de ses directives d'approvisionnement en terme de viabilité commerciale.

## **Gouvernements et institutions**

### **Organisation internationale du café**

1. Organiser en coopération avec les Nations-Unies, et avec une participation de la Banque mondiale, une

conférence au sommet sur la crise du café en février/mars 2003, dirigée par Kofi Annan, en spécifiant que le droit à la participation dépend de la volonté et de la capacité à s'engager concrètement.

2. Travailler avec les pays producteurs, les organisations de Commerce équitable et les entreprises de torréfaction du café pour définir un revenu correct pour les producteurs.
3. Mettre en oeuvre le plan de qualité, précédé par une évaluation de l'impact sur les petits exploitants agricoles.

## **Banque mondiale**

1. Allouer des fonds pour soutenir les pays producteurs dans leur gestion de l'impact à court terme de l'effondrement des prix, y compris en matière de stratégie de développement rural dans le document de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP). La Banque mondiale et le FMI doivent développer une stratégie intégrée durable pour aborder le problème des matières premières.
2. Continuer à réviser le processus PPTE en tenant compte du manque à gagner à l'exportation suite à la chute des cours des matières premières et assurer également que tout pays subissant un déclin important du prix des matières premières entre le point de décision et le point d'achèvement dans le cadre de l'initiative PPTE, reçoive automatiquement un allègement de la dette supplémentaire au point d'achèvement en vue d'atteindre le ratio dettes/exportations prévu à 150 pour cent.
3. Contribuer à une grande conférence internationale sur le café organisée par les Nations-Unies (CNUCED) et l'OIC en février/mars 2003.

## **Conférence des Nations-Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED)**

1. Développer une stratégie intégrée durable visant à aborder le problème des matières premières.
2. Organiser une grande conférence internationale sur le café avec l'OIC en février/mars 2003.

## **Gouvernements des pays producteurs**

1. Coopérer les uns avec les autres afin d'empêcher que la quantité de matières premières qui entre sur le marché soit supérieure à la capacité de vente.
2. Placer la question de la diversification au cœur des stratégies de réduction de la pauvreté.
3. Apporter un soutien aux exploitants qui doivent quitter le marché du café, sans oublier de prêter attention aux femmes qui restent dans les fermes familiales.
4. Répondre aux besoins immédiats de service-conseil des exploitants ruraux en fournissant :
  - des informations techniques et commerciales
  - des systèmes de crédit et de gestion des dettesCes services d'éducation agricole doivent prêter une attention particulière aux besoins des exploitantes agricoles.
5. Instituer un régime de sanctions contre les pratiques commerciales anti-compétitives qui nuisent aux petits exploitants.
6. Évaluer l'impact du plan de qualité de l'OIC sur les petits exploitants agricoles et surtout sur les femmes.
7. Protéger les droits des saisonniers et des travailleurs de plantation pour veiller à la promulgation et à l'exécution de la réglementation du travail en accord avec les principales conventions de l'OIT. Il faudra prêter une attention particulière aux droits des travailleuses.
8. Promouvoir les associations et entreprises de petits producteurs afin de renforcer la position des agriculteurs pauvres sur le marché national.

## **Gouvernements des pays consommateurs**

1. Fournir un soutien politique et financier en vue de résoudre le problème de l'offre excédentaire, avec les mesures suivantes :
  - Soutien et aide financière en faveur du plan de qualité de l'OIC, y compris la suivi de la qualité du café entrant sur leurs marchés en provenance de

chaque pays producteur et la publication immédiate des résultats

- Suppression des tarifs douaniers encore maintenus
  - Destruction des stocks de café de moindre qualité
2. Renforcer la position de l'OIC en tant que forum où les producteurs et les consommateurs peuvent aborder la crise du café.
  3. Augmenter le financement destiné au développement rural et aux moyens de subsistance dans l'assistance publique au développement.
  4. Inciter les torréfacteurs à entreprendre des transferts de technologie et effectuer une plus grande part de la transformation à forte valeur ajoutée dans les pays en développement.

## **Consommateurs**

1. Acheter une plus grande quantité de café Commerce équitable.
2. Demander aux commerces de détail de stocker plus de produits Commerce équitable.
3. Exiger que les sociétés adoptent des politiques de prix qui garantissent un revenu correct aux exploitants agricoles.
4. Demander aux torréfacteurs/détaillants un meilleur étiquetage sur l'origine du café.
5. Demander que les gestionnaires de fonds de pension soulèvent les questions ci-dessous.

## **Investisseurs**

1. Encourager les torréfacteurs à gérer leur filière d'approvisionnement et politiques d'achat de manière à payer un prix supérieur aux coûts de production et à protéger les droits des travailleurs du café, ce dans l'intérêt de la viabilité du marché à long terme.
2. Faire savoir aux entreprises de café dans lesquelles ils investissent que l'amélioration de la vie des exploitants pauvres sera le critère appliqué lors de l'évaluation de la gestion des risques de réputation sur les questions relatives aux prix et à la gestion de la filière d'approvisionnement.

# Notes

- <sup>1</sup> Soluble Coffee: A Pot of Gold, Deutsche Bank, Mai 2000
- <sup>2</sup> Recherche effectuée par Oxfam en Ouganda, Février 2002
- <sup>3</sup> Oxfam report, Bitter Coffee, Mai 2001
- <sup>4</sup> Source: FAO, OIC et Banque Mondiale 1997-98
- <sup>5</sup> Oxford Analytica, Latin America Daily Brief, 19 Juin, 2002
- <sup>6</sup> Recherche effectuée par Oxfam au Brésil, Février 2002
- <sup>7</sup> Business India, Mai 2002
- <sup>8</sup> ICARD. Recherche sur l'impact des prix du café sur les producteurs de la province de Daklak. Avril 2002.
- <sup>9</sup> Interviews recueillies par Oxfam Amérique, Mai 2002
- <sup>10</sup> Dow Jones newswires, Mai 29, 2001
- <sup>11</sup> Recherche faite pour Oxfam en Ethiopie. Avril 2002
- <sup>12</sup> Dow Jones: Lower Coffee Prices, Drought Leave 30,000 Hondurans Hungry 25/03/2002
- <sup>13</sup> Oxford Analytica. Daily Brief. 19 Juin, 2002. "Central America – the coffee crisis".
- <sup>14</sup> Recherche faite par Oxfam en Ouganda, Février 2002
- <sup>15</sup> Déclaration de l' Integrated Regional Information Network. UN. Nairobi, 23 Janvier, 2002.
- <sup>16</sup> Manuel d'Oxfam sur le marché du café par Celine Charveriat, 2001.
- <sup>17</sup> "Coffee Crisis in perspective" Panos Varangis and Bryan Lewin. Banque Mondiale. Mars 9 2002
- <sup>18</sup> Oxford Analytica, Latin America Daily Brief. Juin 19 2002
- <sup>19</sup> Business India, Mai 2002
- <sup>20</sup> Nom changé pour protéger l'anonymat de la personne concernée
- <sup>21</sup> "Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America". Un Document de discussion par l' USAID, la Banque Mondiale et la BID. 3-5Avril 2002
- <sup>22</sup> De 1999/00 à 2000/01 selon l'OIC
- <sup>23</sup> Ugandan Coffee Development Authority, cité par l'agence AFP le 10 Juin, 2002, depuis Kampala, Ouganda.
- <sup>24</sup> De 1999/00 à 2000/01, source: OIC
- <sup>25</sup> Statistiques de la Banque Mondiale
- <sup>26</sup> Comments drawn from interviews and statements during the Avril 3-5 Central America coffee conference, held by IADB, Banque Mondiale and USAID
- <sup>27</sup> Précis sur l'aide du gouvernement. Mis à jour 15/01/02
- <sup>28</sup> ibid
- <sup>29</sup> ibid
- <sup>30</sup> Statistiques par année de récolte. Dernière année: 2000/01
- <sup>31</sup> Estimation de la production mondiale de café de la FAO.
- <sup>32</sup> Association of Coffee Producing Countries and Oxford Analytica.
- <sup>33</sup> Financial Times Juin 7, 2002. "Bumper Brazilian crop prompts fear of glut".
- <sup>34</sup> Ceci comprendra les statistiques de production du Brésil pour la récolte 2002/03.
- <sup>35</sup> Interview avec Oxfam au printemps 2002.
- <sup>36</sup> Economic Research Service USDA. Agricultural Outlook. Mars 1999.
- <sup>37</sup> Statistiques de l'Organisation internationale du café, termes nominaux.
- <sup>38</sup> Le prix du café vert est ajusté pour tenir compte des pertes de poids et ce afin de le rendre comparable au prix au détail.
- <sup>39</sup> Recherche au Pérou effectuée pour Oxfam par John Crabtree. Février 2002.
- <sup>40</sup> Ces recherches ont été effectuées par l'Economiste et consultant matières premières Karen St Jean Kufuro
- <sup>41</sup> "Sustainable Coffee Survey of the North American Speciality Industry" Daniele Giovannucci Juin 2001
- <sup>42</sup> Deutsche Bank analyst report: "Soluble coffee A pot of Gold?". 2 Mai 2000.
- <sup>43</sup> Ce profit est dégagé après déductions des frais d'opération, comme le marketing, les salaires et la transformation produit.
- <sup>44</sup> Ces marges se rapportent aux marges de profit opérationnel (avant intérêts et taxes).
- <sup>45</sup> Résultats financiers pour neuf mois jusqu'à mars 2002 pour l'année fiscale 2002.
- <sup>46</sup> Résultats financiers pour neuf mois jusqu'à mars 2002 pour l'année fiscale 2002.
- <sup>47</sup> Mentionné dans "Who gains when Commodities are de-commodified?" R Fitter & R. Kaplinsky IDS 2001
- <sup>48</sup> Morgan Stanley equity research on Food Producers. "Raising Nestlé price target to SFr410". Février 12, 2002.
- <sup>49</sup> Notes données à Oxfam par Nestlé. 18/7/02.
- <sup>50</sup> "Coffee Markets in East Africa: Local responses to Global Challenges or Global responses to Local Challenges". Stefano Ponte. Centre for Development Research Working Paper 01.5 Copenhagen. Septembre 2001.
- <sup>51</sup> Entrevue avec Oxfam à Cincinatti, 11 Juin 2002.
- <sup>52</sup> Notes données à Oxfam par Nestlé. 18/7/02.
- <sup>53</sup> Naturel: café arabica dont les grains ont été séparés de la cerise par séchage au soleil, suivi par un décorticage. Ceci peut donner un goût plus fort que dans le cas du café lavé où la cerise est épluchée et le grain fermenté avant le décorticage.
- <sup>54</sup> Document de discussion: Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America. IADB, Banque Mondiale, USAID. Préparé pour l'atelier de travail régional sur la crise du café et son impact en Amérique Centrale, Antigua, Guatemala Avril 3-5 2002.
- <sup>55</sup> "The Coffee Crisis in Perspective". Panos Varangis and Bryan Lewin. Rural Development Department. Banque Mondiale. Presentation au NCA. 9 Mars 2002
- <sup>56</sup> Bernhard Benecke, "Germany, Market Strength", Coffee and Coca International, Juin 2000.
- <sup>57</sup> Recherche pour Oxfam en Ouganda par Geoff Sayer, Février 2002.
- <sup>58</sup> Kraft Foods Third World Engagement – Presentation des activités dans trois pays– document donné à Oxfam à une réunion le 8 Avril 2002.
- <sup>59</sup> ibid
- <sup>60</sup> FO Licht International Coffee Report, 18 Avril 2002. Vue d'ensemble du marché par Peter Buzzanell.
- <sup>61</sup> Graphique de l'ACPC.
- <sup>62</sup> Document de discussion de la BID, USAID et de la Banque mondiale: "Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America". Préparé pour l'atelier de travail d'Antigua, Guatemala Avril 3-5, 2002.
- <sup>63</sup> FO Licht International Coffee Report, 18 Avril 2002. Vue d'ensemble du marché par Peter Buzzanell.
- <sup>64</sup> "Natural Enemies, Natural Allies" par PS Baker, J Jackson, S Murphy.
- <sup>65</sup> Présentation de la Banque Mondiale pour l'Association du café. 2002.
- <sup>66</sup> Recherche faite pour Oxfam en Ethiopie par Ruth Mayne. Avril 2002.
- <sup>67</sup> "Dealing with commodity price volatility in developing countries". International task force on commodity risk management in developing countries. Banque Mondiale. 1999.
- <sup>68</sup> Greenhill, Romily, 'New Banque Mondiale Reports Confirm that the HIPC initiative is failing' Jubilee Avril 2002.
- <sup>69</sup> ICO data.
- <sup>70</sup> FAO Consultation, 'Back to Office Report by Banque Mondiale Officials', Mars 2002
- <sup>71</sup> Tea and Coffee Trade Journal. Décembre 2001.
- <sup>72</sup> Chiffres fournis par la Fédération Européenne du Café. L'Union Européenne a récemment autorisé un quota d'importation de café instantané avec un tarif de 0%. Le Brésil bénéficie largement de ce quota.
- <sup>73</sup> "Coffee markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global responses to Local Challenges?", Stefano Ponte. CDR Working Paper 01.5, Copenhagen. Septembre 2001.
- <sup>74</sup> Recherche au Pérou effectuée pour Oxfam par John Crabtree. Février 2002.

# Liste des documents de recherche

- <sup>75</sup> "Coffee markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global responses to Local Challenges?", Stefano Ponte. CDR Working Paper 01.5, Copenhagen. Septembre 2001.
- <sup>76</sup> Essai pour un séminaire "Quality, Marketing Structure and Farmer Remuneration in Cocoa and Coffee". Christopher Gilbert, ESI & FEWEB, Vrije Universiteit Amsterdam. Avril 2002.
- <sup>77</sup> Essai pour un séminaire de Christopher Gilbert. Avril 2002.
- <sup>78</sup> Recherche faite pour Oxfam au Honduras par Constantino Casasbuenas. Mars 2002.
- <sup>79</sup> Recherche faite pour Oxfam en Ethiopie par Ruth Mayne. Avril 2002.
- <sup>80</sup> Interviews effectuées par Oxfam dans les provinces de Dak Lak, Buonson et CuMgar. Mai 2002.
- <sup>81</sup> Recherche au Pérou effectuée pour Oxfam par John Crabtree. Février 2002.
- <sup>82</sup> Recherche faite pour Oxfam en Ethiopie par Ruth Mayne. Avril 2002.
- <sup>83</sup> Interviews recueillies par Oxfam Amérique à la conférence SCAA. Mai 2002.
- <sup>84</sup> Aid To Agriculture, OCDE Décembre 2001, <http://www.oecd.org/pdf/M00029000/M00029854.pdf>
- <sup>85</sup> Déclaration de l'Ifad à la Conférence Internationale sur le Financement du Développement. Mexico, Mars 2002. Site internet de l'Ifad.
- <sup>86</sup> Rapport d'Oxfam "Rigged Rules and Double Standards". Avril 2002.
- <sup>87</sup> ibid.
- <sup>88</sup> "An oversupply of Coffee Beans Deepens Latin America's woes", par Peter Fritsch. Wall Street Journal. 8 Juillet 2002.
- <sup>89</sup> Financial Times. "Connoisseurs lift coffees to vintage status". Adrienne Roberts et Andrew Bounds. Juillet 5, 2002
- <sup>90</sup> Agreed price established by FLO.
- <sup>91</sup> Etude de NRI/DFID sur le Commerce équitable
- <sup>92</sup> Kraft Foods et Third World Engagement
- <sup>93</sup> Chiffres fournis par FLO basés sur les volumes achetés sous label.
- <sup>94</sup> DataMonitor figures, Mars 2002
- <sup>95</sup> Ceci fait partie du travail sur les perspectives du développement par la Banque Mondiale. Voir <http://www.worldbank.org/prospects/indexold.htm>
- <sup>96</sup> 'The Enhanced HIPC Initiative and the Achievement of Long-term External Debt Sustainability', rapport de la Banque Mondiale pour les reunions de printemps, 2002
- <sup>97</sup> Banque Mondiale, Burundi Transitional Support Strateg. Février 2002
- <sup>98</sup> Banque Mondiale, Burundi: An interim strategy 1999-2001, Juillet 1999
- <sup>99</sup> FMI et IDA, Interim Poverty Reduction Strategy Paper, Evaluation conjointe du staff, Janvier 2001.
- <sup>100</sup> 'Low Coffee Prices: Causes and Potential Solutions', présentation de Nestlé à CSR Europe, 12 Juillet 2002
- <sup>101</sup> "The Coffee Crisis in Perspective". Panos Varangis and Bryan Lewin. Rural Development Department. Banque Mondiale. 9 Mars, 2002
- <sup>102</sup> Basé sur un model élaboré par Prof. Christopher Gilbert, qui suppose une augmentation de l'index composite de l'OIC de 2 cents par livre pour chaque million de sacs retiré du marché mondial selon une analyse effectuée en 2001. Les chiffres d'Oxfam sont fondés sur un cout du retrait de grains de tres mauvaise qualite de 15 cents par livre. Augmentation des revenus à l'exportation, utilisant les statistiques de l'OIC, basée sur les exportations de grains verts de 84.189 million de sacs en 2000/01 et sur le prix composite moyen de l'OIC de 47.84 cents par livre, ce qui nous donne des revenus d'exportation de grains verts de 5,314 million de Dollars US en 2000/01. Oxfam suppose une constance des volumes d'exportations en 2001/02, mais enlève les 5 millions de sacs qui doivent être retirés. On obtiendrait un volume total de grains verts à exporter de 79.189 million de sacs à un nouveau et meilleur prix de 57.84 cents par livre, ce qui genererait des exportations de grains verts d'une valeur de 6,043 million de Dollars US. Le bénéfice serait quelque plus élevé si l'on incluait des exportations totales de 5 million de sacs de café torréfié dans les pays producteurs.
- <sup>103</sup> Recherche d'Oxfam en Ouganda, Février 2002

Casasbuenas, C. (2002) 'Coffee in Honduras: Crisis or Opportunity?'

Crabtree, J. (2002) 'Interviews with Coffee Farmers in Peru' (in Spanish) and 'Interviews with Coffee Industry Figures in Peru' (in English)

ICARD (2002) 'Impacts of Trade Liberalisation on Coffee Farmers in Dak Lak Province' (disponible ultérieurement cette année auprès du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural au Viêt-Nam)

INESA (2001) 'Le Café en Haiti: Situation Actuelle et Plaidoyer pour une Amélioration de la Situation Socio-économique des Producteur (disponible in Anglais et Français)

Jean-Kufuor, K.S. (2002) 'Coffee Value Chain'

Knight, P. (2002) 'Interviews with Coffee Industry Figures in Brazil'

Mayne, R. (2002) 'The Coffee Crisis in Kafa Province of Ethiopia',

Oxfam (2001) 'The Coffee Market: A Background Study'

Oxfam (2001) 'Bitter Coffee: How the Poor are Paying for the Slump in Coffee Prices' (disponible in Anglais et Espagnol)

Pérez-Grovas, V., E. Cervantes and J. Burstein (2001) 'Case Study of the Coffee Sector in Mexico'

Sayer, G. (2002) 'Coffee Futures: The Impact of Falling World Prices on Farmers, Millers, and Exporters in Uganda'

## Projets d'Oxfam dans le secteur du café

Oxfam finance divers projets de développement pour un montant de 1,6 millions de Dollars US par an dans les régions productrices de café suivantes: Amérique centrale, Mexique, Caraïbes, Amérique du Sud, Corne de l'Afrique, Afrique de l'Est et Asie du Sud-Est. L'objectif de ces projets est de renforcer la position sur le marché de caféiculteurs démunis grâce à l'amélioration de leurs compétences techniques et entrepreneuriales mais aussi grâce au soutien apporté à la recherche, au lobbying et aux activités de mobilisation du public. Ces projets incluent également un soutien aux petits producteurs dans leurs efforts d'amélioration de la qualité de leur café ou de diversification hors de la filière café.

Oxfam travaille en partenariat avec le mouvement du Commerce équitable, qui a apporté de nombreux bénéfices aux caféiculteurs pauvres à travers le monde. Oxfam apporte son soutien aux réseaux du Commerce équitable qui se sont développés dans plusieurs régions pour renforcer la position des producteurs et s'attaquer au problème plus général du commerce.



**Oxfam International** est une confédération de douze organisations de développement qui travaillent dans 120 pays dans le monde: Oxfam Amérique, Oxfam-en-Belgique, Oxfam Canada, Oxfam Community Aid Abroad (Australie), Oxfam Grande Bretagne, Oxfam Hong Kong, Intermon Oxfam (Espagne), Oxfam Irlande, Novib Oxfam Pays-Bas, Oxfam Nouvelle Zélande, Oxfam Québec, et Oxfam Allemagne. Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à l'une des adresses suivantes.

#### **Oxfam America**

26 West St.  
Boston, MA 02111-1206, USA  
Tel: 1.617.482.1211  
E-mail: [info@oxfamamerica.org](mailto:info@oxfamamerica.org)  
[www.oxfamamerica.org](http://www.oxfamamerica.org)

#### **Oxfam Canada**

Suite 300, 294 Albert St.  
Ottawa, Ontario, Canada K1P 6E6  
Tel: 1.613.237.5236  
E-mail: [enquire@oxfam.ca](mailto:enquire@oxfam.ca)  
[www.oxfam.ca](http://www.oxfam.ca)

#### **Oxfam Québec**

2330 rue Notre-Dame Ouest  
Bureau 200, Montréal, Québec  
Canada H3J 2Y2  
Tel: 1.514.937.1614  
E-mail: [info@oxfam.qc.ca](mailto:info@oxfam.qc.ca)  
[www.oxfam.qc.ca](http://www.oxfam.qc.ca)

#### **Oxfam Ireland**

Dublin Office:  
9 Burgh Quay, Dublin 2, Republic of Ireland  
Tel: 353.1.672.7662  
E-mail: [oxireland@oxfam.ie](mailto:oxireland@oxfam.ie)  
Belfast Office:  
52-54 Dublin Road, Belfast, BT2 7HN, UK  
Tel: 44.28.9023.0220  
E-mail: [oxfam@oxfamni.org.uk](mailto:oxfam@oxfamni.org.uk)  
[www.oxfamireland.org](http://www.oxfamireland.org)

#### **Oxfam GB**

274 Banbury Road, Oxford, OX2 7DZ, UK  
Tel: 44.1865.311311  
E-mail: [oxfam@oxfam.org.uk](mailto:oxfam@oxfam.org.uk)  
[www.oxfam.org.uk](http://www.oxfam.org.uk)

#### **Oxfam-in-Belgium**

Rue des Quatre Vents 60  
1080 Brussels, Belgium  
Tel: 32.2.501.6700  
E-mail: [oxfam@oxfam.be](mailto:oxfam@oxfam.be)  
[www.oxfam.be](http://www.oxfam.be)

#### **Novib Oxfam Netherlands**

Mauritskade 9  
2514 HD The Hague, The Netherlands  
Postal address: P.O Box 30919, 2500 GX  
The Hague, The Netherlands  
Tel: 31.70.342.1621  
E-mail: [admin@novib.nl](mailto:admin@novib.nl)  
[www.novib.nl](http://www.novib.nl)

#### **Intermón Oxfam**

Roger de Llúria 15  
08010 Barcelona, Spain  
Tel: 34.93.482.0700  
E-mail: [intermon@intermon.org](mailto:intermon@intermon.org)  
[www.intermon.org](http://www.intermon.org)

#### **Oxfam Germany**

Greifswalder Str. 33a  
10405 Berlin, Germany  
Tel: 49.30.428.50621  
E-mail: [info@oxfam.de](mailto:info@oxfam.de)  
[www.oxfam.de](http://www.oxfam.de)

#### **Oxfam Hong Kong**

17/F, China United Centre  
28 Marble Road, North Point  
Hong Kong  
Tel: 852.2520.2525  
E-Mail: [info@oxfam.org.hk](mailto:info@oxfam.org.hk)  
[www.oxfam.org.hk](http://www.oxfam.org.hk)

#### **Oxfam Community Aid Abroad**

156 George St. (Corner Webb Street)  
Fitzroy, Victoria, 3065 Australia  
Tel: 61.3.9289.9444  
E-mail: [enquire@caa.org.au](mailto:enquire@caa.org.au)  
[www.caa.org.au](http://www.caa.org.au)

#### **Oxfam New Zealand**

Level 1, 62 Aitken Terrace  
Kingsland, Auckland  
New Zealand  
Postal address: P.O. Box 68 357,  
Auckland 1032, New Zealand  
Tel: 64.9.355.6500  
E-mail: [oxfam@oxfam.org.nz](mailto:oxfam@oxfam.org.nz)  
[www.oxfam.org.nz](http://www.oxfam.org.nz)

#### **Oxfam International Advocacy Offices**

1112 16th Street, Suite 600,  
Washington, DC 20036, USA  
Tel: 1.202.496.1170  
E-mail:  
[advocacy@oxfaminternational.org](mailto:advocacy@oxfaminternational.org)  
[www.oxfaminternational.org](http://www.oxfaminternational.org)

Rue des Quatre Vents 60,  
1080 Brussels, Belgium  
Tel: 32.2.501.6761  
E-mail: [sonia.vila-hopkins@oxfaminternational.org](mailto:sonia.vila-hopkins@oxfaminternational.org)

15 rue des Savoises  
1205 Geneva  
Tel: 41.22.321.2371  
E-mail: [celine.charveriat@oxfaminternational.org](mailto:celine.charveriat@oxfaminternational.org)

355 Lexington Avenue, 3rd Floor,  
New York, NY10017, USA  
Tel: 1.212.687.2091  
E-mail: [nicola.reindorp@oxfaminternational.org](mailto:nicola.reindorp@oxfaminternational.org)

“Les producteurs de café d’Amérique Latine sont en train de subir leur pire crise sur les cent dernières années. J’appelle chacun qui se sent choqué par cette misère grandissante à lire ce rapport. J’espère qu’il vous aidera à lutter pour des mesures susceptibles de mettre fin au scandale que représente l’appauvrissement de producteurs travaillant dur pour produire du café, à cause du prix de misère payé par les entreprises multinationales.”

Raúl del Aguila, Junta Nacional del Café de Perú  
(organisation de producteurs de café péruviens)

“On ne peut sous-estimer l’urgence que représente la crise du café. Le sort de 25 millions de producteurs de café dépend de la capacité des gouvernements, entreprises, coopératives de café et syndicats à se rassembler pour endiguer la chute vertigineuse des prix.

L’Organisation internationale du café se félicite de la campagne d’Oxfam qui représente une contribution de poids à la recherche de solutions à la crise.”

Néstor Osorio, Directeur Général de l’Organisation internationale du café

“Si les entreprises étaient moins âpres au gain, les gens au bas de l’échelle ne seraient pas aussi pauvres. On peut tous faire quelque chose pour changer cette situation: faire pression sur nos hommes politiques ou acheter plus de café Commerce équitable. J’espère que tout le monde soutiendra la campagne d’Oxfam Pour un commerce équitable.”



Chris Martin de Coldplay, un groupe de rock anglais.

## DIFFICILE À AVALER, CE CAFÉ?

Misère pour les producteurs de café, méga profits pour les grandes entreprises.

Si tu aimes le café mais trouves cela dur à avaler, rejoins nous pour exiger un prix décent pour les agriculteurs démunis.

[www.pouruncommerceéquitable.com](http://www.pouruncommerceéquitable.com)

	
<b>Déclarations à propos de la responsabilité sociale de l'entreprise</b>	Kraft Foods partage les préoccupations des consommateurs et de la filière café dans son ensemble à propos de la survie à long terme d'une production de café de qualité. Cela signifie que...nous sommes en faveur de conditions de vie décentes et meilleures pour les producteurs de café et leurs familles. <sup>a</sup>
<b>Opinions à propos de la crise</b>	Les marchés vont trouver leur propre solution en poussant à la faillite certains pays et certains producteurs. Notre rôle concerne la demande, notre rôle chez Kraft est d'augmenter la consommation <sup>c</sup>  En tant que producteurs des matières premières essentielles rentrant dans la composition de nos produits de qualité, les caféiculteurs doivent engranger un bénéfice financier acceptable afin de rester des acteurs viables dans la filière du café à long terme. <sup>d</sup>

<b>Opinions sur le contrôle de la demande, y compris sur le plan d'amélioration de la qualité de l'OIC</b>	Notre rôle dans l'industrie du café est de mettre à disposition des consommateurs des produits qui correspondent à leurs demandes en matière de qualité et d'éthique.  L'initiative de l'OIC pour la qualité a été présentée comme une manière de répondre à l'environnement actuel en matière de prix. Nous sommes donc en train de procéder à une évaluation soignée de ses implications sur nos affaires globales--- qui sont complexes--- et de sa contribution potentielle à répondre à la situation actuelle des marchés. <sup>f</sup>  Cela ne marchera pas. Cela n'a jamais marché car c'est un mécanisme facultatif et ses objectifs ne sont pas clairs. Nous sommes fondamentalement opposés à tout mécanisme d'intervention sur les prix. <sup>g</sup>
--	---

<b>Mesures prises pour répondre à la crise</b>	Kraft a dépensé \$500,000 pour financer un projet d'amélioration de la qualité au Pérou. Kraft affirme que ces efforts pour de meilleurs standards de qualité, faits en collaboration avec une coopérative locale, Cocla, ont permis d'améliorer le prix général reçu par le Pérou pour son café.  En collaboration avec Douwe Egberts, GTZ et l'entreprise Tan Lam, Kraft soutient également l'amélioration de la qualité au Viêt-Nam en se concentrant sur la région de Tan Lam qui produit de l'arabica. <sup>f</sup>
--	--

<b>Prix et primes payées pour le café'</b>	Kraft paie un différentiel lié à la qualité pour une grande partie de ses achats de café vert. Une grande partie de notre café est acheté aux exportateurs présents dans les pays producteurs. Nous ne pouvons donc pas directement évaluer la part des bénéfices que reçoivent les caféiculteurs. Cependant, nous pensons qu'en général les caféiculteurs dont le café reçoit de notre part un différentiel lié à la qualité perçoivent des prix plus élevés que ceux qu'ils recevraient sans ces paiements différentiels. <sup>f</sup>
--	--


<sup>a</sup> Kraft Foods 'Sustainability - an important issue in the brand orientated food industry' présenté à Oxfam 23 avril 2002  
<sup>b</sup> Peter Brabeck-Letmathe, CEO Nestlé, 30 Novembre 1999 "The Search for Trust".  
<sup>c</sup> Entrevue avec Oxfam 23 Avril 2002  
<sup>d</sup> Lettre au Sénateur Sam Farr 7 March 2002  
<sup>e</sup> Low coffee prices Causes and Potential Solutions – Présentation a CSR Europe, 12 juillet 2002  
<sup>f</sup> Kraft lettre à Oxfam, 26 juin 2002  
<sup>g</sup> Entrevue avec Oxfam, 23 avril 2002

## In their own words...

	
<b>Ventes \$33,875 millions' Bénéfices \$4,884 millions" Secteur des boissons, desserts et céréales \$1,192 millions'''</b>  Exercice financier finissant le 31 décembre 2001	<b>Ventes \$39,244 millions ''' Bénéfices \$4,736 millions '''' Secteur des boissons et de l'alimentaire \$547 millions ''</b>  Exercice financier finissant le 30 juin 2001
<b>Principales marques</b> Philadelphia, Tang, Jello, Oscar Mayer, Oreo, Milka, Lifesavers	<b>Principales marques</b> Pringles, Iams, Pampers, Always, & Ariel. II marques dans 'le club des milliards' de l'entreprise
<b>Marques de café</b> Maxwell House, Jacobs, Café Hag, Carte Noire, Gervalia Kaffe, Nabob	<b>Marques de café</b> Folgers, Millstone.
	
<b>Des produits achetés par 99.6% des ménages américains.</b>	<b>Procter &amp; Gamble met sur le marché plus de 250 marques, et atteint presque 5 milliards de consommateurs dans 140 pays.</b>

	
<b>Ventes \$50,415 millions '' Bénéfices \$5,487millions ' Secteur des boissons \$2,535 millions ''</b>  Exercice financier finissant le 31 décembre 2001	<b>Ventes \$17,747millions ' Bénéfices \$2,037millions '' Secteur des boissons \$485 millions'''</b>  Exercice financier finissant le 30 juin 2001
<b>Principales marques</b> Nestlé, Nescafé, Nestea, Maggo, Buitoni and Friskies	<b>Principales marques</b> Playtex, Wonderbra, Hanes, Sara Lee (gâteaux)
<b>Marques de café</b> Nescafé, Gold Blend	<b>Marques de café</b> Douwe Egberts, Uniao, Pilao, Superior Coffee, Maison de Cafe
	
<b>3 900 tasses de Nescafé sont bues chaque seconde dans 120 pays à travers le monde.</b>	<b>20 milliards de dollars US de chiffre d'affaire annuel dans plus de 180 pays.</b>

<sup>a</sup> Revenu d'exploitation  
<sup>b</sup> Résultat d'exploitation ( bénéfices consolidés)  
<sup>c</sup> Résultat d'exploitation consolidé pour l'Amérique du Nord.  
<sup>d</sup> Ventes aux consommateurs  
<sup>e</sup> Bénéfice d'exploitation  
<sup>f</sup> Résultats  
<sup>g</sup> Ventes nettes  
<sup>h</sup> Résultat d'exploitation  
<sup>i</sup> Avant impôts  
<sup>j</sup> Ventes nettes  
<sup>k</sup> Résultat d'exploitation

	
<b>Déclarations à propos de la responsabilité sociale de l'entreprise</b>	P&G a toujours conduit ses affaires avec intégrité et suivant son sens éthique de « faire ce qui est bien ». Nous sommes depuis longtemps des leaders en matière de gestion des ressources humaines, salaires et bénéfices (sécurité sur le lieu de travail) pour nos employés, gestion environnementale de nos opérations, pratiques professionnelles éthiques et participation dans les communautés dans lesquelles nous opérons. <sup>1</sup>
<b>Opinions à propos de la crise</b>	Personne ne peut nier l'existence d'une crise. <sup>2</sup>  Nous reconnaissons l'existence de problèmes sociaux dans de nombreuses familles de caféiculteurs à cause de la surproduction globale et des bas prix. P&G s'engage à aider à répondre aux problèmes sociaux et économiques sous-jacents qui sont à l'origine de cette situation et nous voulons travailler avec des organisations de bonne réputation qui peuvent nous aider à apporter des solutions de long terme. <sup>41</sup>

<b>Opinions sur le contrôle de la demande, y compris sur le plan d'amélioration de la qualité de l'OIC</b>	Nous soutenons les efforts de l'Association Nationale du Café (des Etats-Unis) pour identifier les moyens d'assurer une offre de café adéquate et viable, dans la gamme de qualités demandées par le consommateur. Nous soutenons également les efforts comme le concours de la Coupe d'Excellence (Cup of Excellence) qui promeut les meilleures qualités de café disponibles dans un pays producteur. <sup>1</sup>  P&G soutient la position prise par l'Association Nationale du Café (des Etats-Unis) à propos de la crise du café. P&G ne peut pas soutenir le plan de l'OIC car ce n'est pas la position de l'Association Nationale du Café.
--	--

<b>Mesures prises pour répondre à la crise</b>	En tant qu'entreprise, nous avons apporté notre soutien aux pays producteurs à trois niveaux :  Localement : contributions de plusieurs bureaux de P&G dans le monde, au Brésil, Mexique et au Venezuela à la construction d'écoles.  Unité de business : financement de \$1.5 millions à une ONG, Technoserve, pour aider les petits producteurs de café.  Corporate : P&G contribue financièrement à des organisations à buts non-lucratifs comme The Nature Conservancy et aux efforts de réponses aux catastrophes. <sup>2</sup>
--	--

<b>Prix et primes payées pour le café'</b>	P&G achète une partie significative de ses besoins totaux directement aux exportateurs des pays producteurs. Les employées dans notre Département de Café Vert passe beaucoup de temps dans les pays producteurs, travaillant avec les exportateurs qui nous aident à transmettre nos besoins en matière de qualité à travers la filière locale.  P&G achète une partie significative de ses besoins totaux directement aux exportateurs des pays producteurs. Les employés dans notre Département de Café Vert passe beaucoup de temps dans les pays producteurs, travaillant avec les exportateurs qui nous aident à transmettre nos besoins en matière de qualité à travers la filière locale.
--	---

<sup>1</sup> P&G à propos de la responsabilité citoyenne des entreprises, Juillet 2002, www.pg.com/about\_pg/corporate/sustainability/faq  
<sup>2</sup> Sustainable Coffee- document présenté à Oxfam le 11 Juin 2002  
<sup>3</sup> Entrevue avec Oxfam, 11 juin 2002  
<sup>4</sup> Folgers Website, Proctor and Gamble  
<sup>5</sup> Sara Lee lettre à Oxfam du 19 Juin 2002