

Cours - « Un grand marché mondial, le café » [CA v1.0]

Note : correspond aux chap. du **Livre p.**

Sommaire

Introduction.....	1
1. Quels sont les pays producteurs et qui sont les consommateurs ?.....	1
1.1. Le café est une plante tropicale cultivée essentiellement dans les pays en développement.....	1
1.2. C'est une ressource importante pour les pays producteurs.....	2
1.3. Le café n'est pas consommé dans la zone géographique où il est cultivé.....	3
2. Comment est organisé le marché mondial du café ?.....	3
2.1. Cinq multinationales occidentales dominant le marché.....	3
2.2. Depuis sa déréglementation, le cours du café connaît de fortes fluctuations.....	4
2.3. Ces variations des cours se font au détriment des pays producteurs.....	5
3. Une régulation du marché du café est-elle possible ?.....	5
3.1. Le développement de la filière du commerce équitable.....	5
3.2. D'autres solutions privilégient la qualité et le regroupement des petits producteurs.....	5
Conclusion.....	6

Introduction

Le marché mondial du café illustre à la fois la mondialisation de l'économie et des réseaux qui structurent un commerce organisé depuis longtemps déjà. Le **café est la deuxième matière première la plus commercialisée dans le monde (après le pétrole)**. Il est donc un enjeu économique et social important pour les pays producteurs et pour tous les acteurs de la filière. Il est aussi un exemple des échanges inégaux entre pays en développement - pays producteurs de café - et pays riches, contrôlant sa commercialisation. À ce titre, il fait l'objet de tentatives de régulation des échanges au profit des acteurs les plus défavorisés.

1. Quels sont les pays producteurs et qui sont les consommateurs ?

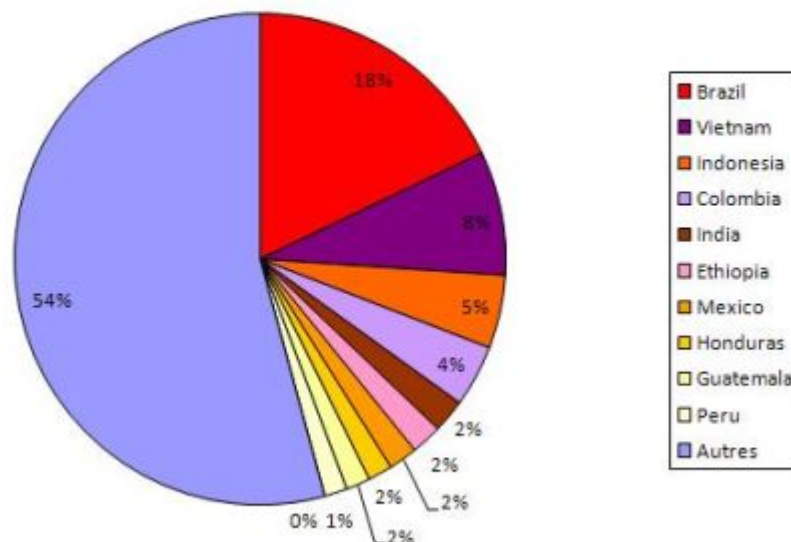
1.1. Le café est une plante tropicale cultivée essentiellement dans les pays en développement

Depuis la période de la colonisation, la culture du café est une activité importante pour de nombreux pays pauvres de la zone tropicale. Cette culture nécessite une alternance de saisons sèches et de saisons humides bien

marquées. Les **caféiers** se plaisent en altitude (jusqu'à 2 000 mètres pour l'arabica) et apprécient l'ombre. Les deux variétés les plus cultivées dans le monde sont l'**arabica** (65 % de la production) et le **robusta**. Le café est produit dans des espaces agricoles très différents selon les régions du monde. Ainsi, il peut être cultivé sur de **petites exploitations** d'une manière **traditionnelle** (comme au Kenya par exemple) ou dans de **grandes plantations commerciales** comme au Brésil.

1.2. C'est une ressource importante pour les pays producteurs

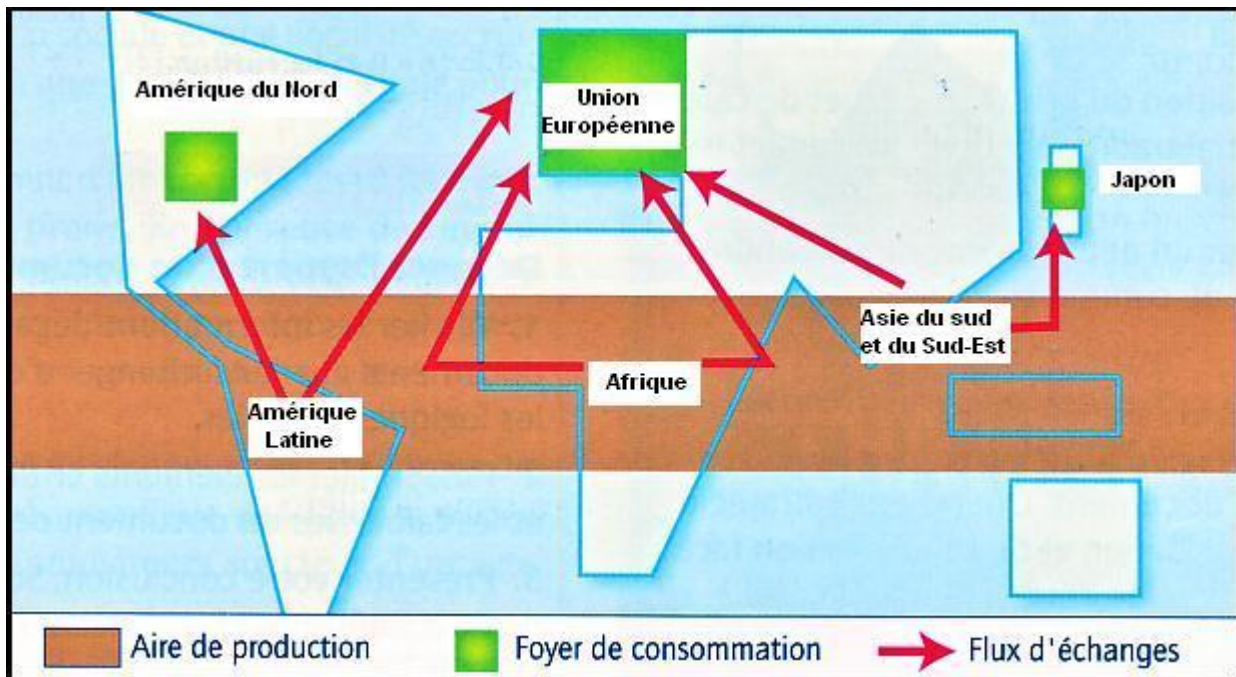
Les principaux producteurs de café (en milliers de sacs, 2009)



65 % de la production de café vient d'Amérique latine et de la zone Caraïbe, **25 % d'Asie et d'Océanie** (Vietnam, Inde, Papouasie-Nouvelle Guinée...) et le reste d'**Afrique** (Éthiopie, Kenya...). Le plus gros producteur de café est le **Brésil**, suivi par la Colombie et l'Indonésie. À partir de 1988, des pays peu consommateurs, comme le Vietnam, se sont aussi lancés dans cette culture à l'initiative de la Banque mondiale.

La production de café nécessite beaucoup de main d'œuvre peu qualifiée. Près de 125 millions de personnes travaillent dans la filière dont 25 millions de petits producteurs. Pour les États producteurs, cette culture n'est pas seulement créatrice d'emplois, elle est aussi une **source de revenus importante**. Ainsi, les revenus du café représentent une part importante des exportations de certains PMA d'Afrique comme le Burundi (70 % de la valeur des exportations du pays) ou l'Éthiopie (environ 1/5 des Éthiopiens vivent de la production de café).

1.3. Le café n'est pas consommé dans la zone géographique où il est cultivé



(Manuel Nathan)

Si les pays producteurs sont essentiellement des pays pauvres, les **pays du « nord »** riche sont les plus gros consommateurs de café. Seulement ~ 25 % de la production est réservée à la consommation intérieure des pays producteurs : le café est avant tout une **culture commerciale d'exportation**. L'Union européenne est actuellement le plus gros importateur de café (40 % des importations), en particulier les pays scandinaves et les pays du nord de l'Europe. Les États-Unis représentent à eux seuls 22 % des importations, suivis par l'Allemagne, le Japon, la France et l'Italie.

2. Comment est organisé le marché mondial du café ?

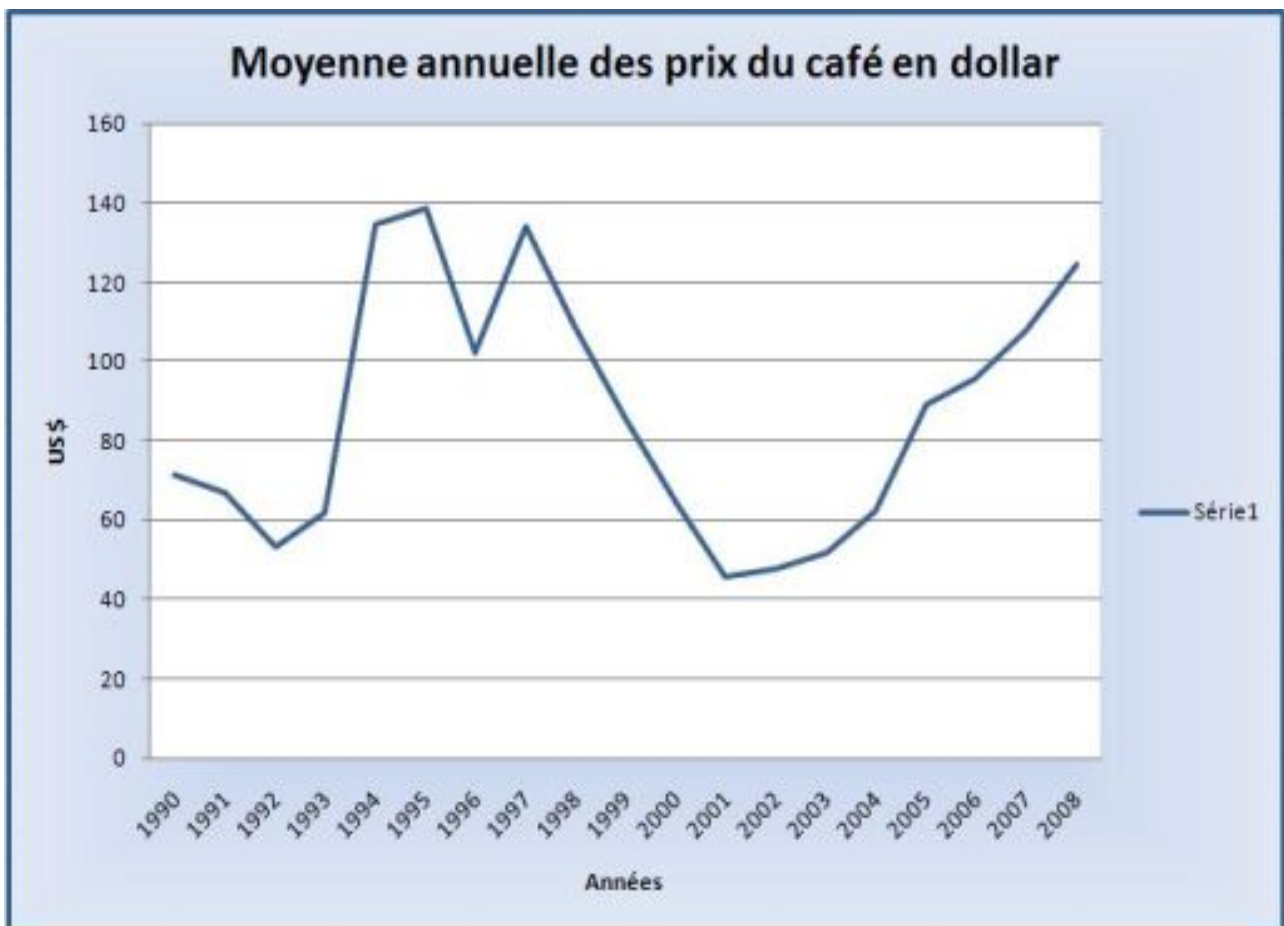
2.1. Cinq multinationales occidentales dominent le marché

Cinq sociétés achètent à elles seules **plus de 50 % de la production mondiale de café vert** : Nestlé - Suisse -, Kraft Jacobs Suchard - États-Unis -, Sara Lee - Pays Bas -, Procter & Gamble - États-Unis -, Lavazza - Italie.... En effet, le café n'est pas directement transformé dans les pays producteurs. Les **géants de l'agroalimentaire** l'achètent non torréfié et le font acheminer par voie maritime vers les pays consommateurs où il est transformé selon le goût des clients. L'Allemagne, qui ne produit pas un grain de café, représente ainsi 11 % des exportations mondiales de café soluble ! Les multinationales peuvent aussi stocker le café qui se conserve mieux lorsqu'il n'est pas transformé. Elles ont un poids important sur le marché et

peuvent **imposer leurs prix aux petits planteurs**. Dans ce contexte, les pays producteurs ne perçoivent plus que 3 à 7 % du prix des ventes contre 30 % dans les années 1980. En ce sens, le marché du café est tout à fait représentatif des marchés des matières premières produites dans les pays pauvres : ce sont des marchés dominés par les pays riches.

2.2. Depuis sa déréglementation, le cours du café connaît de fortes fluctuations

En 1962, les pays producteurs et consommateurs de café signent l'AIC (Accord international du café) qui fixe un prix moyen et des quotas afin d'éviter la chute des cours du café. Mais depuis la fin de l'AIC en 1989, due aux désaccords entre producteurs et consommateurs, les **quotas** sur la production de café ont été **supprimés**. Cette déréglementation a été poussée par les États-Unis qui ont aussi orienté les pays producteurs d'Afrique vers le **libéralisme économique**.



Les **cours du café** sont donc devenus **très instables**. Ils ont baissé de 60 % entre 1998 et 2004, alors que pour le consommateur le prix du paquet n'a baissé que de 30 % sur la même période. Depuis 2004, les cours sont repartis à la hausse grâce à une politique d'amélioration de la qualité des cafés produits ainsi qu'à l'apparition de nouveaux consommateurs, comme les Chinois. Cette instabilité est due à de nombreux facteurs (climat, politiques économiques des pays producteurs, spéculation boursière...).

2.3. Ces variations des cours se font au détriment des pays producteurs

La chute du revenu des producteurs, et en particulier des petits producteurs, a eu un impact important dans les pays pauvres. La réduction des ressources s'est traduite sur le terrain par une **baisse des dépenses essentielles** et en particulier des dépenses de santé et d'éducation. De nombreux paysans pauvres se sont endettés ou ont dû quitter leurs terres (exode rural). Dans des pays comme la Colombie, les surfaces caféières ont été en partie remplacées par des **cultures illicites plus rentables**.

3. Une régulation du marché du café est-elle possible ?

3.1. Le développement de la filière du commerce équitable

Le commerce équitable reprend un principe de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (1948) : « quiconque travaille a droit à une rémunération équitable lui assurant, ainsi qu'à sa famille, une existence conforme à la dignité humaine ». Les labels du commerce équitable achètent donc le café directement aux **petits producteurs** en payant un **prix juste**, qui peut être au-dessus de celui du marché. Ils **suppriment les intermédiaires**, ce qui leur permet de vendre leurs produits à un tarif juste un peu plus élevé que la moyenne. Ils s'engagent également à acheter les productions sur du long terme afin de garantir des revenus stables aux producteurs. Ces labels communiquent beaucoup autour de la **solidarité** nécessaire entre consommateurs riches et producteurs pauvres. Mais le commerce équitable ne concerne qu'une minorité de producteurs et fait l'objet de certaines critiques : il est devenu « **à la mode** » dans les pays riches. Ses labels ont été adoptés par des groupes de grande distribution qui n'hésitent pas à l'utiliser dans leur propre publicité pour se donner une meilleure image... Surtout, le commerce équitable ne concerne qu'une minorité des petits producteurs : 600 000 producteurs, ce qui représente seulement **2 % du commerce mondial de café**.

3.2. D'autres solutions privilégient la qualité et le regroupement des petits producteurs

L'Organisation internationale du commerce (OIC), mais aussi certaines ONG, proposent d'**augmenter la qualité du café** et de **maintenir la diversité des productions**. De cette manière, les producteurs seraient amenés à **baisser la quantité de café produite** ce qui aurait un effet bénéfique sur les cours. Des **labels de qualité** permettraient de vendre les productions plus cher, même s'ils ne concernent qu'une partie des cafés produits. Ces propositions sont en phase avec les préoccupations actuelles qui portent sur le **développement durable**.

Les petits producteurs s'unissent également pour être plus forts face aux grandes multinationales du café. Ils sont aussi incités à diversifier leurs

cultures pour ne plus être totalement dépendants d'une seule production. Dans ce contexte, les États ont un rôle important à jouer pour réguler le commerce mondial. Ainsi, le gouvernement du Costa Rica, pays prospère d'Amérique centrale très impliqué dans l'exploitation raisonnée des ressources naturelles, a déjà détruit des sacs de café de moindre qualité.

Conclusion

Le commerce du café est donc représentatif des problématiques qui pèsent sur la mondialisation, de même que des inégalités de développement, interdépendances et déséquilibres qui en découlent à l'échelle planétaire.