



Communiqué de presse
Paris, 27 septembre 2018
Sous embargo jusqu'au
1^{er} octobre 00h01

BASIC

Journée Internationale du Café – 1^{er} octobre 2018 Étude inédite : La success-story qui cache la crise

A l'occasion de la Journée Internationale du Café (1^{er} octobre 2018), Commerce Équitable France, Max Havelaar France et le collectif Repenser les Filières publient une étude socioéconomique inédite du BASIC révélant l'extrême fragilité de la filière du café alors même que cette boisson connaît un renouveau chez les consommateurs et une explosion de sa valorisation au plan mondial.

Au moment où les prix internationaux s'effondrent (passant sous la barre symbolique de 1 dollar/livre), au point que certains producteurs latino-américains refusent de vendre leur production, les acteurs du commerce équitable alertent sur la (non) durabilité de la filière qui voit une croissance ininterrompue des revenus pour les industriels et les marques alors que ceux des producteurs stagnent, voire diminuent, et qu'ils subissent de plein fouet les coûts « cachés » d'une production non durable : changement climatique, pollution, pauvreté...

Une étude pour agir

Produit emblématique du commerce équitable et matière première agricole la plus échangée au monde, le café fait vivre **25 millions de familles d'agriculteurs**. Mais dans quelles conditions ? Prix bradés pour les producteurs, impacts négatifs du changement climatique sur les récoltes, manque de ressources pour investir... Les alertes des producteurs se sont multipliées ces dernières années.

Dans ce contexte **Commerce Équitable France, Max Havelaar France et le collectif Repenser les Filières ont commandité au Basic une étude sur la durabilité de la filière café**. Elle met en lumière ses (dys)fonctionnements, les effets des alternatives existantes dont le commerce équitable et l'agriculture biologique, ainsi que les autres leviers à actionner pour garantir sa durabilité.

Une création de valeur qui explose mais qui ne ruisselle pas jusqu'aux producteurs

Depuis 2003, la valeur des ventes de café en France a plus que doublé, suite notamment à l'émergence des cafés arabicas premium en dosettes et capsules. Cette évolution bénéficie à un secteur de plus en plus concentré : **les trois premiers acteurs du café en France (Nestlé, JDE et Lavazza) représentent 81% du marché**.

« Que ce soit à l'échelle mondiale ou en France, le marché du café a réussi à se renouveler et à augmenter de façon considérable la valeur économique liées aux ventes, notamment grâce au marketing et aux nouveaux formats initiés par Nespresso il y a 20 ans », explique Christophe Alliot, co-fondateur du BASIC

A 20 ans d'intervalle, torréfacteurs et distributeurs ont retiré 1,2 milliard d'euros supplémentaires de leurs ventes annuelles de café en France, tandis que les producteurs et les négociants n'ont perçu que 64 millions d'euros en plus. La situation est d'autant plus grave pour les producteurs que leurs coûts de production augmentent tandis que les prix mondiaux chutent. A titre d'exemple, les producteurs péruviens et éthiopiens ont touché en 2017 un revenu 20% plus faible que 12 ans auparavant et restent très en dessous du seuil de pauvreté.

« Avec ce niveau de création de valeur il ne devrait pas y avoir de crise de prix ! Il est clair qu'il existe les moyens pour une meilleure redistribution de la valeur. En plus, les entreprises n'ont jamais autant parlé de durabilité. Mais dans les conditions actuelles, en payant moins de 1 dollar par livre de café, on ne peut pas parler de développement durable », affirme Merling Preza, vice-présidente du réseau de producteurs latino-américains de commerce équitable (CLAC).

« Cette étude révèle une tendance que nous observons dans beaucoup de chaînes de valeur aujourd'hui : une concentration croissante et indécente de la richesse et du pouvoir dans les mains des acteurs des pays consommateurs, tandis que les producteurs et leurs travailleurs en amont tombent encore plus dans la pauvreté », déclare Anna Cooper, Coordinatrice du collectif Repenser les Filières.

Les impacts économiques et sociaux engendrés par cette explosion des inégalités empêchent de faire face aux besoins d'adaptation liés aux défis du changement climatique qui pèsent sur les pays de production : à titre d'exemple, **au Pérou et en Ethiopie, derrière chaque dollar généré par les exports de café, en 2017 il y avait entre 85 et 90 centimes de coûts cachés à la charge de ces pays et de leur population** (les « coûts sociétaux »).

Le commerce équitable : un outil qui fonctionne mais qui ne peut répondre seul aux enjeux

Le commerce équitable apparaît comme le modèle alternatif le plus performant pour améliorer la durabilité de la filière, et en premier lieu le revenu des producteurs grâce à un **prix payé plus élevé** (+21% par exemple au Pérou). L'étude démontre qu'il **réduit les coûts sociétaux de 15 à 35%** par rapport au café conventionnel, en fonction des pays.

S'y ajoute le renforcement des coopératives qui leur permet de capter plus de valeur et augmente leurs capacités de gestion et d'organisation.

La complémentarité de la labélisation commerce équitable et de l'agriculture biologique génère les meilleurs résultats dans l'étude : pour chaque dollar lié à l'export de café bio-équitable, les coûts sociétaux sont réduits de 45% en Ethiopie, 58% en Colombie et 66% au Pérou.

« Le commerce équitable montre qu'il est indispensable quand aucune régulation sérieuse ne protège les petits producteurs, que ce soit face à l'effondrement des prix ou face aux intermédiaires peu scrupuleux. L'impuissance à changer le système doit être dépassée par nos choix citoyens » déclare Blaise Desbordes, directeur général de Max Havelaar France.

Des leviers d'action pour plus d'équité

Face à cette situation alarmante causée par un déséquilibre spectaculaire, avec d'un côté des industriels et distributeurs qui s'enrichissent de plus en plus et de l'autre côté des producteurs qui se paupérisent, il est urgent d'agir. Commerce Equitable France, Max Havelaar France et le collectif Repenser les Filières tirent la sonnette d'alarme et proposent 4 mesures pour initier un partage plus équitable de la richesse au sein de la filière café.

- Les trois grands groupes qui concentrent 81% de la torréfaction en France doivent d'urgence revoir **leurs politiques d'approvisionnement et garantir des revenus décents aux producteurs. Il est temps d'appliquer devoir de vigilance !**

- Les acteurs des pays producteurs doivent mettre en place **des programmes et des réformes spécifiques pour lutter contre les inégalités de revenu entre les hommes et les femmes au sein de la filière café.**

- L'Organisation internationale du café (ICO) doit initier la mise en place d'un **observatoire des coûts et des marges**, la transparence étant la condition sine qua none à une **meilleure répartition de la richesse.**

- Les acteurs publics comme privés doivent accompagner les stratégies d'adaptation au réchauffement climatique des producteurs en finançant des **programmes de recherche d'envergure sur l'agroforesterie qui permet** des modes de production plus **résilients d'un point de vue économique et écologique.**

« Pour faire face aux défis de la pauvreté et de la protection de la biosphère, il est temps de rentrer dans une culture économique du partage de la valeur. Les entreprises de commerce équitable démontrent qu'une meilleure manière de commercer est possible. Cette étude montre que pour les producteurs de café, cette nécessité n'a jamais été autant d'actualité », déclare Julie Stoll, déléguée générale de Commerce Equitable France

Méthodologie : Grâce au travail de consolidation et d'analyse de plus d'une centaine de sources (rapports et études d'impact, données statistiques publiques, entretien avec des experts et des acteurs de la filière), l'étude du BASIC compare la répartition de la valeur et les coûts sociétaux des filières conventionnelle, équitable et bio-équitable. Pays concernés : Ethiopie, Colombie, Pérou.

À propos de Commerce Equitable France

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

À propos de l'association Max Havelaar France

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

Plus d'informations sur www.maxhavelaarfrance.org

A propos du Basic

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

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

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

Plus d'informations sur www.lebasic.com

À propos du collectif « Repenser les Filières »

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

Contact presse :

Agence ETYCOM - Aelya Noiret - a.noiret@etycom.fr - 06 52 03 13 47