

**Enquête sur le café produit de façon durable
auprès de l'industrie nord-américaine
du café de spécialité**

Mai 2001
Daniele Giovannucci

Préparé pour
The Summit Foundation
The Nature Conservancy
Commission de coopération environnementale
Specialty Coffee Association of America
Banque mondiale

Table des matières

Remerciements	iii
Résumé	iv
Méthode	vi
Introduction	1
A. Sensibilisation au café produit de façon durable	4
B. Disponibilité du café produit de façon durable	4
C. Prix supérieurs	5
D. Importants facteurs influant sur l'achat et la vente des cafés produits de façon durable	7
E. Quelles catégories de café produit de façon durable les entreprises vendent-elles?	8
F. Principaux marchés du café produit de façon durable aux États-Unis et au Canada	9
G. Pays d'origine du café produit de façon durable	10
H. Facteurs importants pour le commerce du café produit de façon durable	12
I. Certification	14
J. Volumes et ventes de café produit de façon durable	17
K. Différences au sein de l'industrie canadienne	21
L. Tendances futures	22
M. Contraintes et possibilités du marché du café produit de façon durable	25

Remerciements

La présente enquête, la plus importante de son genre, aurait été impossible sans la collaboration d'un groupe de personnes attachées à la pérennisation d'une des récoltes les plus populaires et les plus prolifiques du monde. L'auteur tient à exprimer toute sa gratitude aux associations et aux personnes suivantes :

Tel Lingle, de la *Specialty Coffee Association of America* (SCAA, Association du commerce des cafés de spécialité des États-Unis), pour son appui de tous les instants et ses judicieux conseils. Le *Consumers Choice Council* (Conseil des choix des consommateurs), notamment Christopher London, qui coordonne ce projet depuis sa création. David Griswold, de l'entreprise Sustainable Harvest, qui a effectué l'enquête pilote. Julie Barrett, Rob Stephens et Rebecca Mardula, de Dunkin Donuts, pour leur aide à la structuration de l'enquête. Paul Rice, Garth Smith, Paul Katzeff, Rob Rice et Russ Greenberg, de la *Rainforest Alliance* (Alliance pour la protection des forêts ombrophiles), l'Association du café du Canada (ACC), l'*Organic Coffee Association* (Association du secteur du café biologique), l'*Organic Trade Association* (Association du commerce des produits biologiques) et le regroupement Transfair, pour les renseignements et conseils qu'ils ont fournis à l'auteur.

L'auteur tient également à remercier Susan Gibbs, de la Summit Foundation, Patricia Leon et Andrew Soles, de la *Nature Conservancy* (Société pour la conservation de la nature), Scott Vaughan et Chantal Line Carpentier, de la Commission de coopération environnementale, pour leur témoignage de confiance et leur soutien financier, Ina-Marlene Ruthenberg et Paola Agostin, de la Banque mondiale, pour leur perspective dans le pilotage de nouvelles idées de projets sur le café avec l'aide du *Global Environment Facility* (Fonds pour l'environnement mondial). Research USA a réalisé l'enquête et participé à l'interprétation des résultats.

Outre l'enquête, les calculs, analyses, estimations et autres résultats de recherche présentés dans ce document proviennent de l'auteur et ne représentent pas nécessairement les vues des personnes ou des organisations qui ont participé au projet.

L'auteur, Daniele Giovannucci, agit à titre de conseiller pour les projets novateurs du *Global Environment Facility* dans les régions productrices de café. Il est également consultant principal pour le groupe thématique sur les marchés et l'agroalimentaire de la Banque mondiale. Ses travaux visent à intégrer les outils de développement du commerce international et de commercialisation en vue de favoriser les projets portant sur l'environnement et la pauvreté en milieu rural. Pour tout complément d'information sur cette enquête, prière de communiquer avec l'auteur à l'adresse <dpg@consultant.com>, ou au 1006 S. 9 St.; Philadelphia, PA 19147 USA.

Résumé

Alors que les prix des fèves vertes se situent parmi leurs plus bas niveaux des cent dernières années (en dollars constants), les ventes de cafés de haute qualité pour lesquels il existe des créneaux sont les seuls qui sont lucratives. Les cafés biologique, d'ombre et échangé équitablement — formant collectivement le groupe de cafés produits de façon durable — se taillent un créneau qui, souvent, commande des prix de prestige et peut procurer des avantages notables aux producteurs sur les plans écologique, économique et social.

La présente enquête, qui est la plus importante de son genre, porte sur les estimations des caractéristiques et des tendances des cafés cultivés de façon durable dans l'ensemble du réseau — des importateurs aux détaillants — du marché des cafés de spécialité en Amérique du Nord. L'information sur ces cafés étant souvent peu détaillée, les recherches supplémentaires visant à les compléter ont fortement enrichi les données de l'enquête préliminaire menée au début de 2001. Les résultats de ces études ont été intégrés dans ce document.

Le marché connaît très bien ces cafés et la majorité des entreprises interrogées vendent au moins un type de café de spécialité. Ces cafés sont assortis de prix supérieurs et, selon la plupart des entreprises, les suppléments de coût seront maintenus dans un proche avenir.

En 2000, les ventes de café produit de façon durable sont demeurées stables ou se sont accrues par rapport à 1999. La moitié des entreprises environ pensent que les ventes vont progresser au cours des deux prochaines années. Pratiquement aucune entreprise, sinon aucune, ne s'attend à une baisse. Selon les prévisions, la croissance s'établira à environ 27 % pendant ces deux années. Le marché nord-américain du café produit de façon durable et certifié tel vaut environ 152 millions de dollars¹ au détail. La valeur totale du marché du café produit de façon durable, y compris les cafés non certifiés commercialisés sous la désignation « production durable », c'est-à-dire non nocif pour les oiseaux, oscille autour de 188 millions de dollars². Le marché mondial, lui, vaudrait environ 530 millions de dollars au détail.

La qualité du produit (et non pas le prix), la demande des consommateurs et la facilité d'approvisionnement sont les principaux critères qui dictent les décisions d'achat de l'industrie. La régularité de l'approvisionnement arrive au second rang – ce qui est compréhensible compte tenu des coûts et des risques associés à l'approvisionnement auprès de nouveaux fournisseurs.

Même si toutes ces catégories de café sont assorties de critères bien précis, déterminés par les organismes de certification concernés, les entreprises interrogées étaient le plus souvent incapables de les définir et de les différencier avec exactitude. On doute de la

¹ À moins d'indication contraire, tous les montants sont exprimés en dollars américains.

² Les estimations du marché et de la valeur au détail sont approximatives, étant donné l'inférence statistique et les calculs croisés des diverses sources et l'absence de données empiriques.

légitimité de certains cafés commercialisés sous la désignation « production durable », vu l'absence de certification par un tiers.

Plus des deux tiers des entreprises de l'industrie du café de spécialité estiment que la certification du café produit de façon durable sera importante pour leurs activités dans l'avenir. De même, elles sont favorables dans une proportion égale à l'idée de simplifier la désignation de production durable sur le marché – c'est-à-dire d'employer une étiquette commune intégrant les critères des cafés biologique, d'ombre et échangé équitablement.

Quelles sont les principales déductions pouvant être tirées de la présente étude?

- Le créneau du café produit de façon durable connaît une croissance très rapide.
- L'industrie profite d'ores et déjà, sur le plan des ventes accrues et des prix majorés, de la différenciation du produit, de la qualité améliorée et des prix supérieurs du café produit de façon durable.
- L'industrie du café de spécialité semble comprendre que son avenir est étroitement lié à la régularité et à la qualité de son approvisionnement.
- Les définitions ne sont pas claires aux yeux de l'industrie et des consommateurs. Si l'on veut élargir ce créneau, il faudra absolument sensibiliser et tenir à jour tant les membres de l'industrie que le public.
- Une terminologie uniformisée et une certification simplifiée à l'intention des consommateurs aideront à empêcher la confusion et l'érosion de l'appui envers ce segment du marché.
- L'industrie envisage avec optimisme l'avenir du café produit de façon durable.

Méthode

L'enquête a été réalisée au moyen d'une liste de plus de 9 000 entreprises de l'industrie du café, fournie par la SCAA et l'ACC. Plus de 27 000 appels téléphoniques ont été effectués, aboutissant à un échantillon aléatoire de 2 098 intervenants. Statistiquement parlant, l'étude présente un intervalle de confiance de 95 % et la marge d'erreur pour la plupart des questions est de ± 2 %. Dans certains cas, cependant, lorsque l'échantillon était nécessairement plus petit, celle-ci atteint ± 4 %.

L'échantillon (dépassant 2 098 compte tenu du nombre de questions) comportait :

- 1 558 détaillants,
- 570 torréfacteurs,
- 312 grossistes,
- 120 distributeurs,
- 94 importateurs.

Les pourcentages de répondants dans chacune de ces catégories étaient équilibrés. Les importateurs représentaient 4,7 % de l'ensemble des répondants (66 % de l'industrie), ce pourcentage se chiffrant à 15,5 % (66 % de l'industrie) chez les torréfacteurs grossistes et à 12,9 % (23 % de l'industrie) chez les torréfacteurs détaillants. C'est parmi les détaillants qu'on a obtenu la plus forte participation, celle-ci correspondant à 64,9 % des répondants (24 % de l'industrie).

La majorité des entreprises vendent des cafés de qualité supérieure ou des cafés se taillant des créneaux, couramment appelés cafés de spécialité. On n'a toutefois retenu que les répondants qui connaissaient au moins un type de café de spécialité obtenu par des méthodes durable (biologique, échangé équitablement, d'ombre). C'est donc dire qu'on a éliminé 4,9 % des entreprises de l'échantillon final parce qu'elles n'avaient jamais entendu parler de ces cafés. La taille de l'échantillon ayant servi à l'établissement de tous les diagrammes et tableaux varie de 1 400 à 2 089 entreprises.

Les petites entreprises dont le chiffre d'affaires brut était inférieur à 100 000 \$ en 2000 représentaient 23,2 % des répondants, tandis que celui de 14 % de ces derniers dépassaient un million de dollars. Les ventes brutes moyennes de toutes les entreprises interrogées se chiffraient à 326 400 \$. Juste un peu moins de la moitié des ces dernières (45,6 %) sont membres de la SCAA et 2,7 % d'entre elles sont membres de l'ACC. La plupart (70,5 %) aimeraient qu'on les tienne au courant des nouvelles sources d'approvisionnement en café produit de façon durable.

Des entreprises réparties dans chaque État et divers territoires des États-Unis ainsi que dans chaque province canadienne ont été retenues, le plus grand nombre se situant dans les États de Washington, de New York, de Californie et d'Oregon. Au cours de l'enquête, qui a eu lieu du 8 février au 6 avril 2001, on a aussi interrogé des particuliers des installations de Research USA, Inc., en Illinois.

Introduction

Aperçu du marché des cafés de spécialité

Le quart des importations totales de café (2,45 milliards de livres³) est destiné aux États-Unis, tandis que les importations canadiennes atteignent près de 400 millions de livres. Aux États-Unis, bien que l'industrie des cafés de spécialité importe seulement 17 % de café vert, ses ventes, qui s'élèvent à 7,8 milliards de dollars, représentent environ 40 % des ventes totales du marché du café américain (18,5 milliards de dollars)⁴.

En 2000, chez les détaillants américains, les ventes totales de consommation de café de spécialité ont atteint 5,3 milliards de dollars, tandis que celles de fèves de café de spécialité s'élevaient à 2,5 milliards de dollars. Il s'agit du seul segment de l'industrie du café ayant affiché une croissance constante et notable⁵ et du plus important marché de café de spécialité dans le monde. Selon l'Organisation internationale du café et la SCAA, la plupart des marchés potentiels de cafés de spécialité sont loin d'être saturés. D'après des estimations prudentes, l'augmentation des ventes de ceux-ci se poursuit à un rythme de 5 % à 10 % par année⁶.

L'industrie nord-américaine des cafés de spécialité représente donc l'un des marchés les plus vastes et les plus vigoureux du monde. Sa capacité de créer de nouvelles tendances durables et d'orienter les habitudes de consommation à l'échelle internationale est bien documentée. En outre, au fil des ans, ce secteur a joué un rôle prépondérant auprès de nombreux pays et ouvert la voie aux cafés cultivés de façon durable respectant des critères de certification. Pour ces motifs, il constitue la cible idéale de la première enquête sur les cafés produits de façon durable à l'échelle de l'industrie.

Définition des cafés produits de façon durable : cafés biologique, échangé équitablement et d'ombre

De plus en plus de signes démontrent qu'un large part de l'industrie mondiale du café ne se conforme pas toujours à deux critères fondamentaux de production durable, à savoir la protection de l'environnement et l'équité sociale. Néanmoins, un nombre croissant de producteurs, d'entreprises et de consommateurs prennent des moyens novateurs pour inciter l'industrie du café à adopter des approches plus respectueuses de l'environnement

³ Une livre équivaut à 0,453 kilogramme.

⁴ Les marques de cafés de spécialité ou cafés fins se distinguent des marques de café habituellement vendues dans les supermarchés. *SCAA Coffee Market Size, 2000. SCAA 1999 Coffee Market Summary. Production Statistics 2000/2001*, Organisation internationale du café (OIC). Les estimations de l'OIC du marché américain ne tiennent pas compte du prix de détail et du volume des consommations de café du secteur de la restauration.

⁵ Selon les estimations de la *National Coffee Association*, la croissance annuelle moyenne aurait été de 30 % au cours des cinq dernières années.

⁶ Specialty Coffee Association. *Estimates (T.Lingle), Annual Coffee Report 1998*. Organisation internationale du café (OIC), 1999. Mises à jour de mai 2000 de l'OIC.

et à favoriser les producteurs sur le plan tant économique que social. Les méthodes de production de trois catégories de cafés visent à satisfaire à tous ces critères ou à certaines d'entre eux : ce sont les cafés biologique, d'ombre et échangé équitablement. Dans la présente enquête, ces derniers forment collectivement les « **cafés produits de façon durable** ».

Les définitions des trois types de café retenues pour l'enquête étaient brèves et des plus simples :

- les méthodes de culture du *café biologique* permettent de préserver le sol et excluent l'utilisation de tout produit chimique synthétique;
- le *café échangé équitablement* est acheté directement des coopératives de petites exploitations agricoles à qui on garantit le prix minimal prévu au marché;
- le *café d'ombre*, qui est cultivé sous couvert forestier, favorise la protection de la biodiversité et des oiseaux.

Bien que ces cafés possèdent leurs propres marchés et leurs propres critères, il existe en réalité de nombreux chevauchements, créant une grande confusion. Par exemple, le café échangé équitablement est souvent mais non pas nécessairement biologique, tandis que le café biologique est parfois mais non pas invariablement cultivé à l'ombre. Aux fins de l'enquête, on a établi des distinctions nettes entre les cafés de manière à différencier les marchés et recueillir des données exactes.

Manque d'information : entrave aux investissements

Même si le café cultivé de façon durable suscite de plus en plus l'intérêt des consommateurs, des entreprises et des producteurs, il existe peu de données fiables au sujet de ses marchés et de ses tendances.

Cette lacune limite la volonté de consacrer des fonds aux longs processus que suppose la production du café cultivé de façon durable. Les petits exploitants agricoles qui osent se lancer dans ce type de culture, avec ou sans l'appui d'organisations non gouvernementales (ONG) ou de projets subventionnés par l'État, ne sont pas en mesure d'évaluer l'importance, la nature et la composition des marchés correspondants. En revanche, en aval, les importateurs, les distributeurs, les torréfacteurs et les détaillants s'intéressant à ce type de café ou susceptibles de s'y intéresser ont plus de mal à s'approvisionner de façon régulière et sont sans doute moins prêts à engager des fonds pour l'expansion d'un marché qui semble mal défini. L'industrie tire déjà profit de la différenciation, de la qualité améliorée et des prix supérieurs des cafés cultivés de façon durable, mais pour que les marchés prospèrent véritablement, les exploitants agricoles doivent toucher des revenus équitables afin que se maintienne une synergie continue entre la production et les marchés.

Objectifs de l'enquête

Pour établir tant les disponibilités pour les consommateurs que les difficultés d'approvisionnement concernant le café produit de façon durable, on a interrogé des

joueurs clés du marché des cafés de spécialité en Amérique du Nord (importateurs, distributeurs, torréfacteurs et détaillants). Les objectifs de cette enquête étaient de déterminer :

- la demande, y compris les données sur le volume et l'établissement des prix;
- l'origine de la demande;
- les entraves à la demande et à son respect;
- les tendances du marché;
- les possibilités de développer le marché grâce à une meilleure compréhension de ses caractéristiques.

A. Sensibilisation au café produit de façon durable

On a établi de nettes distinctions entre les trois types de café produit de façon durable afin de recueillir des données avec plus d'exactitude. Par exemple, le café d'ombre — qui est le café le moins bien défini sur le marché — désignait non seulement le café cultivé sous couvert forestier, mais également le café qui est commercialisé principalement et précisément sous ce nom ou sous celui de café sans danger pour les oiseaux. Toutefois, en dépit de définitions claires, les répondants ont eu fortement tendance à mêler ces distinctions ou à en faire abstraction. Cette tendance et d'autres observations faites pendant l'enquête montrent qu'on confond les trois types de café et ce qu'ils représentent.

Parmi les entreprises interrogées, 95,1 % *connaissaient l'existence* d'un type ou plus de café produit de façon durable :

- 98,7 % connaissaient l'existence du café biologique;
- 82,5 % connaissaient l'existence du café échangé équitablement;
- 76,4 % connaissaient l'existence du café d'ombre.

B. Disponibilité du café produit de façon durable

Quand on leur a demandé quels types de café leur offraient leurs fournisseurs, les personnes interrogées ont répondu que bon nombre de ces derniers leur vendaient au moins une sorte de café biologique. En ce qui concerne le café échangé équitablement et le café d'ombre, beaucoup ont répondu qu'ils pouvaient en obtenir sans toutefois fournir trop de précisions. En général, les torréfacteurs et les grossistes (par rapport aux détaillants, aux importateurs et aux distributeurs) affirment pouvoir se procurer plus facilement les trois types de café. Les importateurs ont un accès assez bon mais non pas universel à ces cafés, créant d'excellentes occasions pour les producteurs étant donné qu'environ 100 importateurs seulement achètent de grandes quantités de cafés de spécialité. Sur ce nombre, 78,7 % s'approvisionnent auprès de fournisseurs de café biologique, 61,7 % auprès de fournisseurs de café échangé équitablement et 67 % auprès de fournisseurs de café d'ombre. La plupart des fournisseurs vendant un type de café ont aussi tendance à offrir du café d'au moins une autre catégorie (86,2 %). Le tableau B.1 présente l'offre moyenne de chacun des cafés pour l'ensemble de l'industrie.

Catégorie de café produit de façon durable	% de fournisseurs offrant ce café	% de fournisseurs n'offrant pas ce café
Café biologique	78,6	17,8
Café échangé équitablement	54,0	34,7
Café d'ombre	51,8	35,0

Tableau B.1

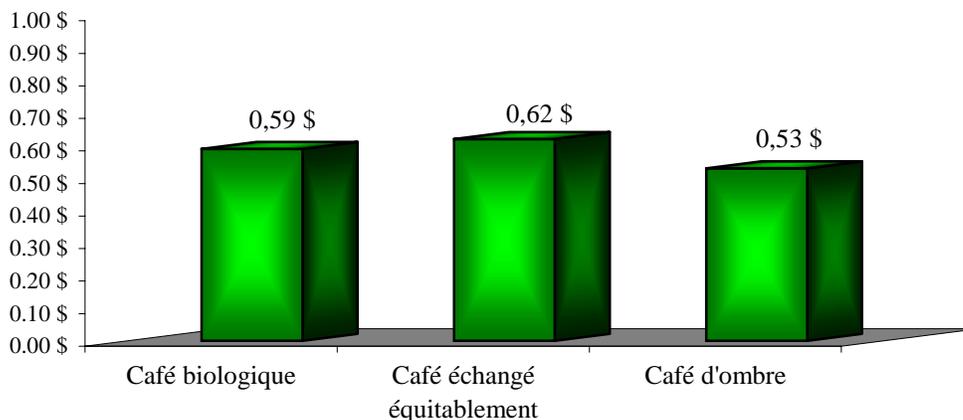
C. Prix supérieurs

Quand on leur a demandé « Combien de plus (en cents US la livre) exigent vos fournisseurs pour les cafés biologique, échangé équitablement et d'ombre? », on a obtenu une fourchette de valeurs remarquable à partir de réponses statistiquement significatives commençant à aussi peu que 0,10 \$ la livre pour atteindre plus de 1,50 \$ la livre. Pour l'ensemble de l'industrie, la moyenne était située entre 0,53 \$ et 0,62 \$.

Les trois quarts environ des entreprises estiment que les suppléments sont raisonnables et près de neuf sur dix prévoient continuer de les verser.

Les suppléments rattachés au café échangé équitablement étaient légèrement plus élevés que pour les cafés biologique et d'ombre, ce qui était probablement attribuable à l'écart considérable entre le prix seuil de ce café (1,26 \$) et le cours du marché des produits de base à la bourse de New York durant la dernière année. Ce phénomène était particulièrement notable chez les importateurs qui achetaient ce café à des prix nettement plus élevés. Les suppléments semblent diminuer quelque peu au stade de la vente au détail. Les suppléments rattachés au café d'ombre ne sont que légèrement inférieurs (10 %, en moyenne) à ceux du café biologique. En général, ce sont les détaillants qui versent les plus fortes sommes.

Supplément moyen demandé par livre de café produit de façon durable



Suppléments versés pour les cafés produits de façon durable			
	Café biologique	Café échangé équitablement	Café d'ombre
Détaillants	0,64 \$	0,65 \$	0,60 \$
Torréfacteurs	0,46	0,51	0,41
Grossistes	0,50	0,58	0,49
Distributeurs	0,47	0,48	0,44
Importateurs	0,36	0,74	0,35
Moyenne pour l'industrie	0,59	0,62	0,53

Tableau C.1

Il est intéressant de noter que pour les trois catégories de café, entre 34,4 % et 37,4 % des entreprises ne connaissaient pas le supplément qu'ils versaient ou n'ont simplement pas répondu à la question.

Environ les trois quarts des entreprises ont répondu dans l'affirmative quand on leur a demandé si elles croyaient que les suppléments versés étaient raisonnables.

% des entreprises estimant que les suppléments versés étaient raisonnables		
	Réponse affirmative	Réponse négative
Café biologique	76,9	16,8
Café échangé équitablement	73,6	18,0
Café d'ombre	73,7	18,0

Tableau C.2

De 86 % à 90 % des entreprises ont aussi répondu dans l'affirmative lorsqu'on leur a demandé si elles envisageaient devoir continuer de verser les suppléments pour les trois catégories de café pendant au moins quelques années encore.

% des entreprises envisageant continuer de verser les suppléments		
	Réponse affirmative	Réponse négative
Café biologique	90,0	5,0
Café échangé équitablement	87,9	6,6
Café d'ombre	86,1	6,3

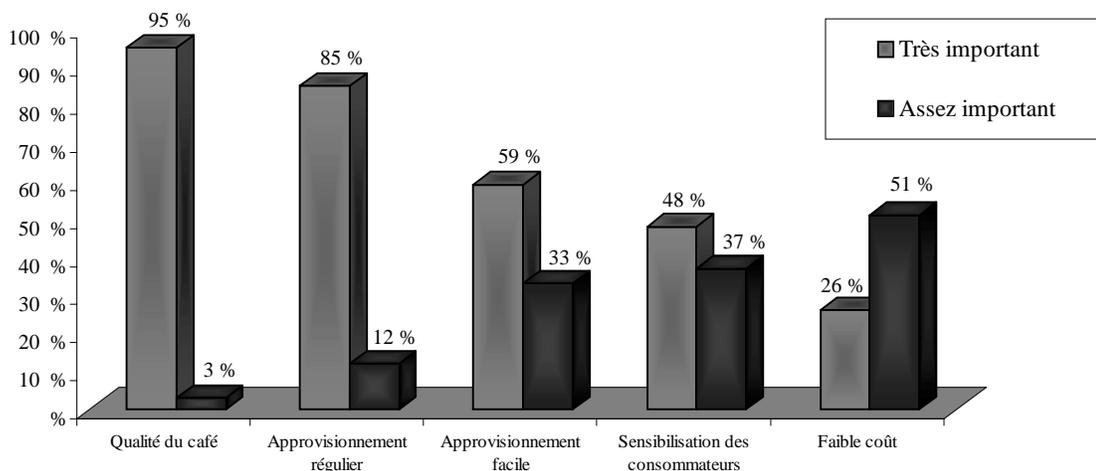
Tableau C.3

D. Importants facteurs influant sur l'achat et la vente des cafés produits de façon durable

Les entreprises devaient évaluer l'importance (très important, assez important, peu important, non important) des effets de cinq facteurs distincts sur leurs achats ou leurs ventes de cafés produits de façon durable. Les réponses compilées pour au moins l'un des facteurs correspondent aux résultats d'enquêtes récentes auprès des consommateurs selon lesquels la qualité du café est l'un des principaux critères d'achat⁷. La régularité de l'offre arrive au deuxième rang, ce qui montre la préférence habituelle de l'industrie pour une qualité constante et prévisible vu les coûts et les risques de s'approvisionner auprès de nouveaux fournisseurs.

L'avant-dernier facteur jugé le plus important est la sensibilisation des consommateurs, signe intéressant qui révèle qu'à l'heure actuelle, la demande des consommateurs n'est peut-être pas le principal catalyseur du marché des cafés cultivés de façon durable. Selon certaines indications, l'industrie aurait elle-même joué un rôle clé dans la création des marchés en offrant les cafés aux consommateurs. Lorsqu'on examine les tendances établies de ces produits, il est clair que le public a réagi favorablement à cette initiative. La demande de café biologique a augmenté d'environ 20 % au cours des dernières années. La popularité du café échangé équitablement a connu une hausse remarquable, bien que sa production ait été très restreinte au départ. Enfin, le café d'ombre, à peine connu sur le marché en 1997, est actuellement commercialisé par de nombreuses entreprises et sa demande croît fortement.

Importance des facteurs, exprimée en pourcentage
Influence sur l'achat et la vente des cafés produits de façon durable



⁷ Commission de coopération environnementale. 1999. *L'évaluation de l'intérêt des consommateurs pour le café d'ombre du Mexique : une analyse des marchés canadien, mexicain et américain*. Montréal; Rice, P., et McLean, J. 1999. *Sustainable Coffee at the Crossroads*. Consumer's Choice Council.

E. Quelles catégories de café produit de façon durable les entreprises vendent-elles?

Les ventes de café biologique sont plus élevées que celles des deux autres catégories de café cultivé de façon durable. Environ 70 % des entreprises interrogées vendent au moins un de ces types de café. Dans l'ensemble de l'industrie, des détaillants aux importateurs, 56,1 % des entreprises interrogées affirment vendre du café biologique, ce pourcentage étant de 36,8 % pour le café échangé équitablement et de 34,4 % pour le café d'ombre. En analysant par recoupement ces valeurs pour ne retenir que les entreprises vendant exclusivement des cafés entièrement certifiés, les valeurs chutent fortement : 27 % vendent du café biologique, 14 % du café échangé équitablement et 12 % du café d'ombre certifiés à 100 %.

La certification par un tiers ou la vérification indépendante offre une assez bonne garantie que les cafés sont bel et bien produits de façon durable et respectent réellement les normes internationalement reconnues relatives aux cafés biologique, échangé équitablement ou d'ombre. Le fait qu'un café ne soit pas certifié ne veut pas nécessairement dire qu'il ne se conforme pas à ces normes ou qu'il n'est pas cultivé de façon durable, mais cela peut semer le doute. D'après plus du tiers des entreprises interrogées, la certification avait des répercussions très importantes ou assez importantes sur les affaires.

Bon nombre de répondants présumaient que les trois catégories de café étaient similaires et parfois interchangeables. Par exemple, certains pensaient que le café d'ombre et le café biologique étaient identiques. De fait, de nombreuses entreprises affirment ou croient vendre du café cultivé de façon durable, bien que leurs produits ne soient pas certifiés par un tiers ou vérifiés de manière indépendante.

Une grande confusion règne concernant la définition exacte des trois termes « biologique, échangé équitablement et d'ombre ». Si l'on n'encourage pas l'utilisation et l'apprentissage d'une terminologie uniformisée, les désignations comme « café d'ombre » risquent d'être employées à tort au point d'être aussi dénuées de sens que le terme « naturel » l'est devenu pour le consommateur.

Même si quantité d'entreprises réputées préfèrent avoir recours à la certification pour confirmer et montrer clairement qu'elles adhèrent aux principes pertinents de cette forme d'authentification, les données recueillies révèlent que beaucoup d'autres sont mal informées ou abusent de la clientèle en se servant des appellations des cafés cultivés de façon durable comme « café d'ombre » ou « café sans danger pour les oiseaux ». Certains s'autorisent l'emploi de ces désignations même lorsque les exploitations de café ne comportent que des arbres en très petits nombres ou d'une seule essence, ne tenant aucun compte de l'entente scientifique claire à l'égard du critère de boisement propres au café d'ombre ou sans danger pour les oiseaux⁸ et de l'existence de deux organismes de

⁸ Les directives du *Smithsonian Migratory Bird Center* (SMBC, Centre smithsonien pour les oiseaux migrants) représentent les normes de certification. Elles servent au SMBC et au programme Eco-OK ainsi

certification internationaux reconnus. La conséquence évidente de cette situation sera que les consommateurs ne sauront plus quelles sont les désignations dans lesquelles ils peuvent avoir confiance et si ces dernières sont le fruit d'une fausse écologisation ou un moyen de publicité mensonger. Les réponses fournies à d'autres questions montrent également qu'il y a confusion ou resquillage au sein de l'industrie. Par exemple, un certain nombre de répondants ont affirmé que la certification des cafés d'ombre ou échangé équitablement était réalisée par des entités n'ayant aucun lien avec ces produits, et environ 50 % d'entre eux ne pouvaient pas nommer l'organisme responsable de la certification de leurs cafés.

Le fait de ne pas définir clairement et de ne pas appuyer la certification risque d'aboutir à un emploi si abusif des désignations comme « café d'ombre » qu'elles deviendront vides de tout sens pour le consommateur. Toutefois, si le public est bien informé et si l'industrie appuie l'uniformisation de la terminologie et des programmes de certification, les producteurs utilisant des méthodes de culture véritablement durables pourront profiter des efforts qu'ils déploient en obtenant des prix équitables sur le marché. Des signaux aussi clairs du marché devraient aussi inciter les exploitants agricoles à continuer d'assurer un approvisionnement fiable en café de haute qualité.

Environ les deux cinquièmes des répondants réalisent leurs plus importantes ventes de café produit de façon durable sur la côte ouest des États-Unis (41,9 %) ainsi que dans les régions du Midwest, des montagnes et du sud-ouest (40,9 %). Les entreprises ont aussi un gros chiffre d'affaire dans le nord-est (28,2 %), le sud (22,6 %) et le centre du littoral de l'Atlantique (19,4 %).

F. Principaux marchés du café produit de façon durable aux États-Unis et au Canada

Au Canada, les entreprises vendent principalement du café produit de façon durable sur la côte ouest (9,6 %); l'Ontario (7,2 %) et le Québec (5,7 %) sont les seules autres régions mentionnées par plus de 5 % des répondants.

Parmi les entreprises canadiennes jouissant de débouchés sur le marché américain, un plus grand nombre vendent du café dans le nord-est et le centre du littoral de l'Atlantique que dans toute autre région. Sur le marché intérieur canadien, l'Ontario et la côte ouest possèdent les marchés les plus lucratifs.

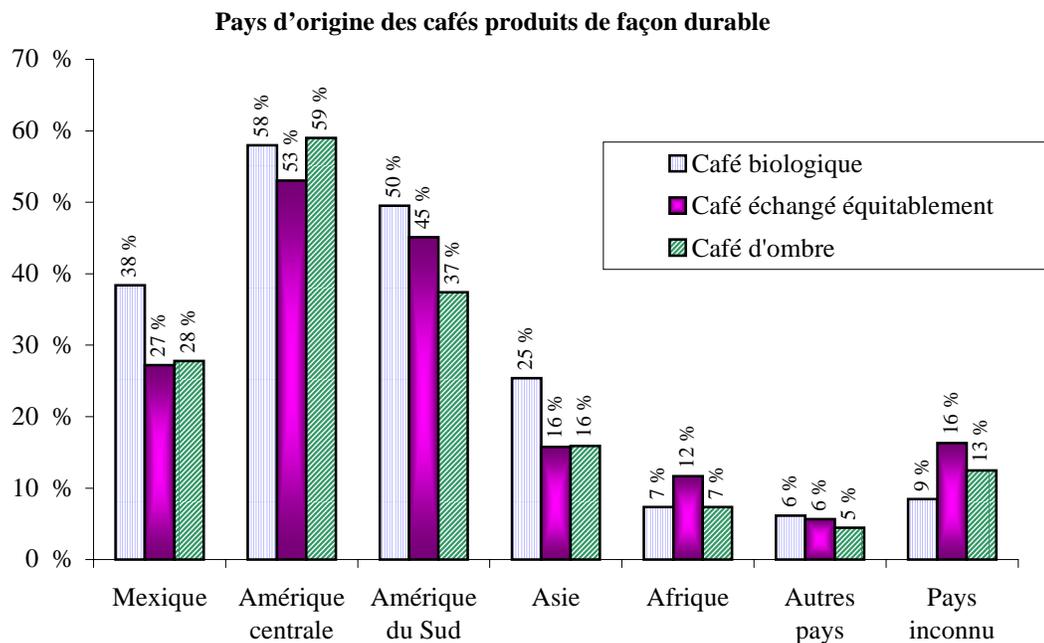
qu'aux *Conservation Principles for Coffee Production* (Principes de conservation de la production du café) du *Consumer's Choice Council* et seront employées par la Certimex et l'OCIA pour la certification future du café au Mexique. Ces principes exigent 10 espèces indigènes et une zone ombragée sous un couvert forestier s'étendant sur 40 % de la superficie des terres.

G. Pays d'origine du café produit de façon durable

L'Amérique latine est de loin le plus gros producteur de café cultivé de façon durable.

L'Amérique centrale produit plus de café cultivé de façon durable que toute autre région. L'Amérique du Sud est aussi un important producteur, quoique le café d'ombre y soit beaucoup moins populaire.

Le café biologique proviendrait principalement de la Colombie, du Costa Rica, du Guatemala, de l'Indonésie, du Mexique et du Pérou. En ce qui concerne le café échangé équitablement, les réponses révèlent que les principaux pays producteurs sont la Colombie, le Costa Rica, le Guatemala et le Mexique. Pour le café d'ombre également, la production proviendrait surtout de la Colombie, du Costa Rica, du Guatemala et du Mexique. Le pourcentage de répondants ne connaissant pas le pays d'origine de leur produit était considérablement plus élevé pour le café d'ombre (12,5 %) ou échangé équitablement (16,3 %) que pour le café biologique (8,5 %).



Pays d'origine des cafés produits de façon durable			
	Café biologique	Café échangé équitablement	Café d'ombre
Mexique	38,4 %	27,2 %	27,8 %
Amérique centrale	58,0	53,0	59,4
Costa Rica	31,4	30,4	32,0
Salvador	8,1	8,3	8,7
Guatemala	41,1	33,7	39,6
Nicaragua	14,4	13,9	16,4
Autres pays d'Amérique centrale	3,3	3,7	5,7
Amérique du Sud	49,5	45,1	37,4
Brésil	10,8	14,1	8,0
Colombie	22,2	27,2	20,7
Pérou	29,3	17,4	16,4
Autres pays de l'Amérique du Sud	4,1	4,3	3,3
Asie	25,4	15,8	15,9
Indonésie	24,0	15,4	14,7
Autres pays d'Asie	1,9	0,7	1,6
Afrique	7,4	11,7	7,4
Autres pays	6,2	5,7	4,5
Pays inconnu/ aucune réponse	8,5	16,3	12,5

Tableau G.1

H. Facteurs importants pour le commerce du café produit de façon durable

La qualité du café est le plus important facteur.

Quand on a demandé aux entreprises d'évaluer dans quelle mesure les sept facteurs ci-dessous étaient intéressants pour le commerce du café produit de façon durable, 91,9 % d'entre elles ont répondu que la qualité est un *facteur très important*, confirmant ainsi la place prépondérante de ce critère.

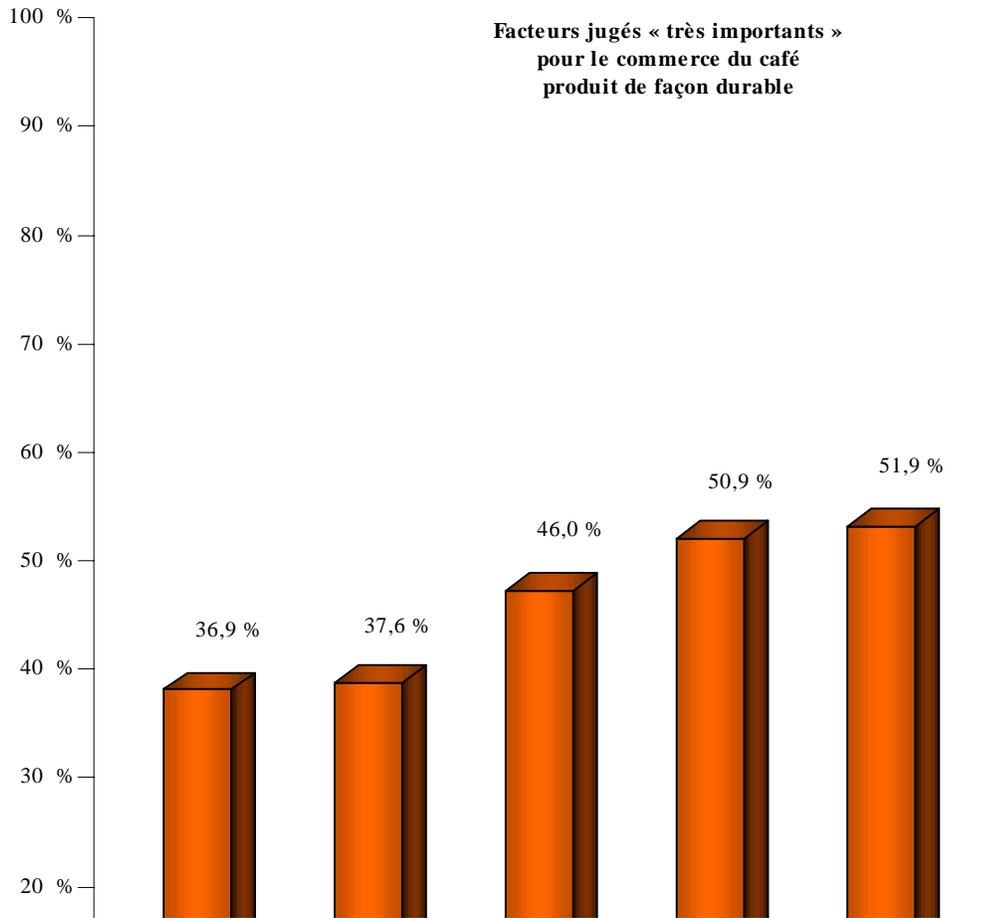
- 1) Qualité ou goût des cafés de spécialité.
- 2) Possibilité de différenciation.
- 3) Demande des consommateurs.
- 4) Amélioration des marges bénéficiaires.
- 5) Avis personnels au sujet de l'agriculture sans application de produits chimiques.
- 6) Avis personnels au sujet de la biodiversité ou de l'environnement.
- 7) Éthique personnelle concernant le commerce équitable pour les producteurs.

Il est étonnant de constater que même si les entreprises les jugent importantes, les demandes des clients ne constituent pas le principal facteur influant sur les affaires. Seulement 50,9 % des entreprises ont répondu que les demandes de la clientèle étaient *très importantes* et 29,3 %, qu'elles étaient *assez importantes*. Ces demandes représentent habituellement la plus grande impulsion au commerce, particulièrement chez les entreprises socialement responsables⁹. Étant donné que, selon les résultats de l'enquête, la croissance actuelle du marché ne repose pas uniquement sur ce facteur, les possibilités d'expansion seraient considérables.

Les avis et l'éthique personnels des répondants — facteurs 5, 6 et 7 — semblaient à peu près aussi intéressantes que les demandes de la clientèle, car environ 50 % des entreprises les jugeaient *très importantes* et environ le tiers, *assez importantes*. D'après ces résultats, le fait de satisfaire à ces exigences personnelles en fournissant aux entreprises des renseignements et des possibilités de formation sur une base continue serait un moyen efficace et peu coûteux de favoriser l'expansion du marché du café produit de façon durable.

Pour 44,6 % des entreprises interrogées, le café produit de façon durable est *assez important* parce qu'il leur offre la possibilité de se différencier, c'est-à-dire de se distinguer sur le marché en offrant une gamme de produits unique ou différente. Selon 37,6 % des répondants, ce facteur était *très important*. L'amélioration des marges bénéficiaires était le facteur jugé le moins intéressant pour le commerce du café produit de façon durable.

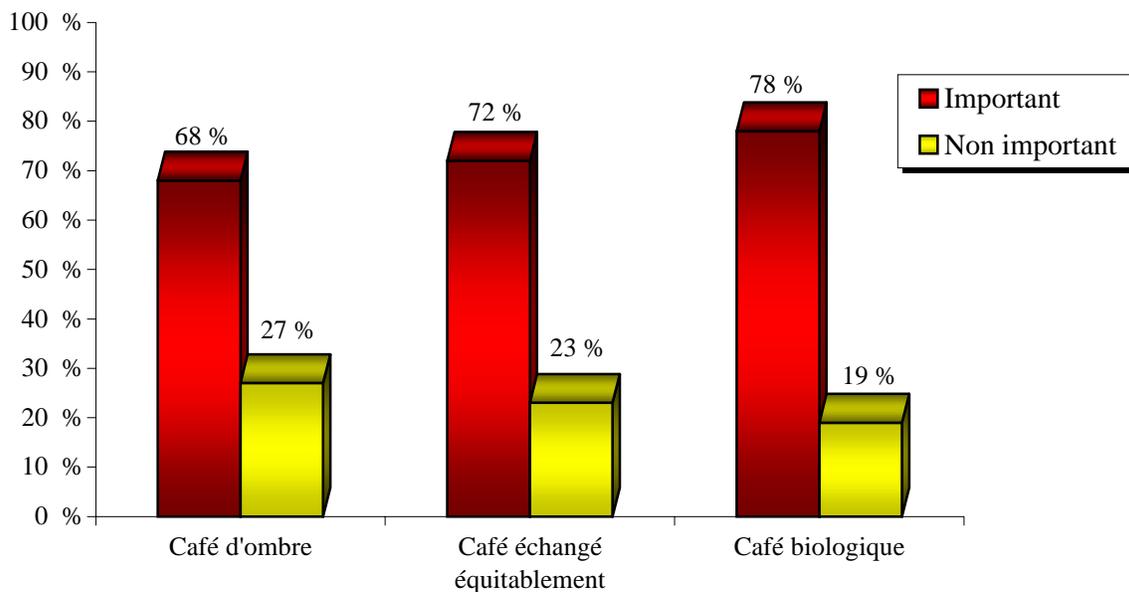
⁹ Blowfield, M. 2000. « Fundamentals of Ethical Trading. » Dans : D. Giovannucci (réd.). *The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises*. Banque mondiale.



I. Certification

Selon la grande majorité des entreprises interrogées, la certification sera *assez importante* ou *très importante* pour leurs ventes de café produit de façon durable au cours des deux prochaines années. Entre 68 % et 78 % environ des sociétés affirmaient que la certification serait assez importante ou très importante, tandis que de 19 % à 27 % d'entre elles croyaient que la certification serait de peu d'importance ou sans importance.

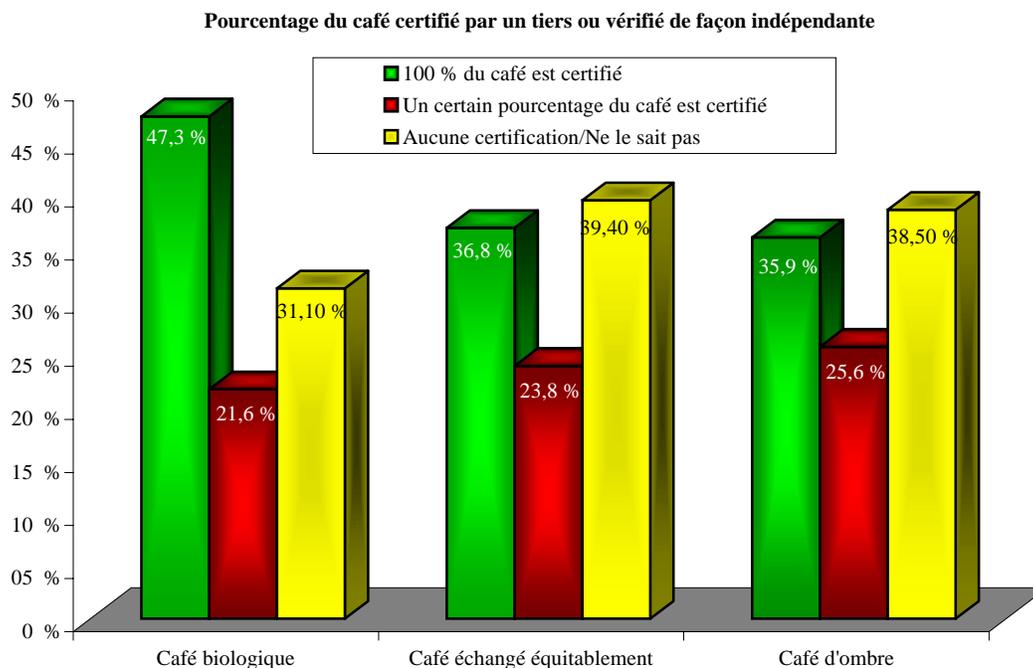
Quelle importance la certification aura-t-elle pour vos ventes au cours des deux prochaines années?



Un nombre inattendu d'entreprises ne savaient pas quel organisme certifiait leur café ou n'ont pas répondu à la question à ce sujet. Dans le secteur du café biologique, 34,3 % ne connaissaient pas l'organisme ou n'ont pas répondu à la question. Ces valeurs atteignaient respectivement plus de 50 % et de 45 % dans les secteurs des café échangé équitablement et d'ombre. Il existe un rapport entre ce manque de certitude ou de clarté relativement à la certification et les graves lacunes observées auparavant pour ce qui est d'établir une terminologie commune reconnue et de définir clairement les catégories de café.

D'après les réponses à l'enquête, l'OCIA est le principal organisme de certification du café biologique, le *Quality Assurance International* (Société internationale d'assurance de la qualité) et l'Oregon Tilth venant au second rang. Le café échangé équitablement est surtout certifié par TransFair. Le *Smithsonian Migratory Bird Center* (SMBC, Centre smithsonien pour les oiseaux migrateurs) et Eco-OK s'occupent de la certification du café d'ombre. Signalons que les réponses à une première version ouverte de cette question comportaient un très grand nombre d'organismes de certification distincts qui, de fait, ne s'intéressent pas à ces cafés, révélant qu'il existe une assez grande confusion dans l'industrie du café, particulièrement au sujet de la certification du café d'ombre.

Quand on a demandé aux répondants quel pourcentage de leur café produit de façon durable était certifié par un tiers ou faisait l'objet d'une vérification indépendante, un très grand nombre d'entreprises ne le savaient pas ou n'ont pas répondu à la question (22 % vendant du café biologique, 23 % vendant du café d'ombre, 29 % vendant du café échangé équitablement). Les répondants ne connaissant pas l'organisme certifiant leur café et ceux ayant dit qu'aucun de leur produit n'était certifié représentent un pourcentage élevé de toutes les entreprises, depuis les détaillants jusqu'aux importateurs : 31 % vendant du café biologique, 39 % vendant du café échangé équitablement, 39 % vendant du café d'ombre. Il est possible que les répondants ne soient pas au courant de ce dossier parce que quantité d'entre eux ne s'en occupent pas eux-mêmes, quoique les pourcentages puissent être dus à un phénomène plus préoccupant pour l'industrie : les assertions frauduleuses au sujet du café. Tout comme il sera nécessaire de faire en sorte que l'origine du café soit exacte, il sera crucial de s'assurer que les cafés dont les étiquettes affirment qu'ils appartiennent aux catégories « biologique », « échangé équitablement » et « d'ombre » se classent véritablement dans ces catégories.



La certification du café biologique est plus largement reconnue et accessible que celle du café échangé équitablement ou du café d'ombre. Il ressort cependant qu'il reste beaucoup à faire pour que la certification en général bénéficie d'une visibilité et d'une reconnaissance étendues sur le marché. La certification est jugée importante pour au moins trois motifs :

- elle authentifie le produit et assure que ses caractéristiques et les déclarations à son sujet se maintiennent;
- elle permet de tirer profit des incitations par la demande et par les prix des créneaux;
- elle crée des objectifs multiples (commerce, conservation et/ou justice sociale) dont ne peuvent se dissocier les entreprises de manière que, pour réussir en affaires, elles doivent respecter des principes de certification faisant l'objet d'une surveillance.

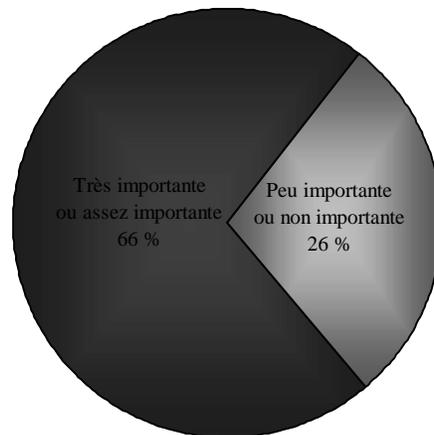
Étant donné que le café produit de façon durable n'est pas défini d'une seule manière et que les trois principales catégories de ce café dont traite l'enquête reposent sur des critères différents, la situation peut être déroutante. Si les membres de l'industrie ont parfois du mal à faire la distinction entre les catégories de café, il est fort possible qu'il soit encore plus difficile pour les consommateurs de les différencier de manière à être en mesure de prendre des décisions éclairées. Pour simplifier la situation, on a donc proposé l'emploi d'un mode plus simple de certification universelle (étiquette commune). D'après des études antérieures, le nombre de sociétés en faveur de cette proposition¹⁰ était restreint quoique l'industrie soit maintenant prête à s'y conformer.

La plupart des entreprises estiment que la certification des cafés cultivés de façon durable sera importante. Les deux tiers croient également que l'emploi d'une étiquette commune combinant les critères des trois catégories de café cultivé de façon durable aura aussi des répercussions importantes sur les affaires.

Quand on leur a demandé d'évaluer « l'importance pour les affaires de l'emploi d'une « **étiquette commune** » conjuguant la plupart des critères des trois types de café cultivé de façon durable, mais non pas tous », 66,1 % des entreprises ont répondu que l'étiquette sera assez importante ou très importante, tandis que 26,1 % d'entre elles la jugeait peu importante ou non importante.

¹⁰ Rice, P., et McLean, J. 1999. *Sustainable Coffee at the Crossroads*. The Consumer's Choice Council. Voir aussi les résultats des échanges et du vote d'un groupe d'environ 300 personnes à la Conférence annuelle de la SCAA ayant eu lieu en avril 2000. La réunion portait sur l'harmonisation de l'étiquetage (étiquette commune) en vue de créer un seul système pouvant servir aux cafés biologique, échangé équitablement et d'ombre. La majorité des participants n'appuyaient pas cette proposition (49% étaient contre, 38 % étaient en faveur, 13% étaient indécis).

Importance de l'étiquette commune pour le commerce du café produit de façon durable



J. Volumes et ventes de café produit de façon durable

Près de neuf sociétés sur dix ont signalé que l'an dernier, les ventes de café produit de façon durable ont augmenté ou sont demeurées stables. Quasi aucune n'a fait part d'une baisse. La plupart s'attendent à ce que cette tendance favorable se poursuive au cours des deux prochaines années.

L'industrie nord-américaine des cafés de spécialité a pris une expansion considérable pendant les 20 dernières années. Les quatre grands groupes fonctionnels de l'industrie comptent environ 150 importateurs, 500 torréfacteurs grossistes, 1 200 torréfacteurs détaillants et 6 800 détaillants. Les estimations du marché et les valeurs du marché du détail ci-dessous ne sont que des approximations en raison des inférences statistiques et des calculs par recoupement.

Par rapport à 1999, en 2000, les ventes brutes de café produit de façon durable sont demeurées constantes ou ont augmenté chez 87 % des entreprises interrogées. Des accroissements ont été signalés par 30,5 % des entreprises vendant du café d'ombre, 32,5 % de celles vendant du café échangé équitablement et 49,5 % de celles vendant du café biologique. Une baisse des ventes du café produit de façon durable n'a été déclarée que par 3,4 % des entreprises vendant du café biologique 2,6 % de celles vendant du café échangé équitablement et d'ombre.

Les petites entreprises dont le chiffre d'affaires brut était inférieur à 100 000 \$ en 2000 représentaient 23,2 % des répondants. Les ventes brutes d'environ 63 % des entreprises interrogées se situaient entre 100 000 \$ et 1 million de dollars. Celles de 14 % des sociétés dépassaient 1 million de dollars. Toutes les données visent l'entreprise dans son ensemble, laquelle peut compter une seule unité ou plusieurs.

Aucune corrélation apparente n'existe entre la taille d'une société et le fait que celle-ci soit encline à vendre du café échangé équitablement. Toutefois, par rapport aux grandes, quatre fois moins de petites entreprises sont susceptibles d'offrir du café biologique et seulement deux fois moins environ sont susceptibles d'offrir du café d'ombre.

La valeur totale du marché de détail du café produit de façon durable atteint environ 498 millions de dollars US.

Café biologique

En 2000, tous les importateurs de café biologique ont signalé des ventes moyennes de café vert biologique atteignant environ 184 000 \$. D'après les données obtenues par extrapolation des résultats de l'enquête, on peut déduire qu'en Amérique du Nord, les importateurs de cafés de spécialité ont vendu environ 4,9 millions de livres de ces produits. Selon l'Organic Trade Association, la plus grande partie du café biologique est vendu par l'intermédiaire de canaux de distribution autres que les détaillants et les débits de cafés de spécialité. Les consommateurs l'achètent dans les marchés d'alimentation (magasins d'aliments naturels) au lieu des magasins spécialisés dans ces produits.

Selon les estimations de sources indépendantes de l'industrie concernant les autres canaux de distribution (épiceries, supermarchés et magasins d'aliments naturels), le volume total des ventes en Amérique du Nord correspondrait à environ 9 millions de livres de café certifié¹¹. De plus, d'après une estimation très approximative, comme on est susceptible d'avoir prétendu qu'environ 20 % du café non certifié était biologique, ce total serait de 11,8 millions de livres.

Selon un calcul approximatif, si l'on tient compte à la fois des données des importateurs et des estimations des autres canaux, les ventes totales de café biologique *certifié* au détail seraient de 122 millions de dollars. En incluant l'estimation du volume de café biologique non certifié, cette valeur approximative s'élèverait à 146 millions de dollars. Pour l'instant, il n'existe pas de données transactionnelles ou empiriques fiables concernant le volume de café biologique certifié vendu en Amérique du Nord. On examine actuellement la meilleure manière de recueillir des données exactes sur ce secteur à l'avenir. L'OCIA, qui est l'organisme de certification le plus important, se penche sur cette question. D'après Griff McClellan de *Quality Assurance International*, aucune surveillance n'est assurée.

¹¹ Données des enquêtes sur le terrain et des calculs faits à partir de la compilation des renseignements de diverses sources de l'industrie (surtout les grands importateurs) et confirmées par l'*Organic Coffee Association*.

En 1999–2000, les exportations totales de café biologique certifié se situaient entre 15 millions et 18 millions de livres environ¹². Le commerce du café biologique non certifié pourrait gonfler notablement ce chiffre. La valeur au détail des exportations totales de café biologique *certifié* est d'environ 223 millions de dollars. En tenant compte des ventes de café biologique non certifié¹³, on obtient un total approximatif de 21,2 millions de livres d'une valeur estimative au détail de 286 millions de dollars. Les spécialistes de l'industrie prévoient une augmentation de 15 % à 18 %, en 2000–2001. Toutes ces valeurs sont des approximations, car aucune donnée empirique n'est disponible.

Café échangé équitablement

Pendant l'enquête, 22 importateurs ont prétendu n'avoir vendu que du café échangé équitablement certifié d'une valeur totale de 1,4 million de livres. Les Organisations avec un Label du Commerce équitable d'Amérique du Nord (Transfair) ont toutefois relevé des volumes nettement plus importants en 2000 : 4,7 millions de livres, dont 4,3 millions de livres aux États-Unis et 420 000 livres au Canada. Transfair estime que pratiquement aucun café échangé équitablement non certifié n'est vendu en Amérique du Nord. En retenant les chiffres de Transfair, en 2000, les ventes totales au détail de café échangé équitablement ont atteint environ 64,4 millions de dollars en Amérique du Nord, 58,1 millions de dollars aux États-Unis et 6,3 millions de dollars au Canada. Environ 79 % de ces cafés portaient aussi la marque de certification des produits biologiques.

Venant appuyer le fait qu'on a du mal à saisir ce qu'est le café produit de façon durable, les données obtenues par extrapolation des résultats de l'enquête auprès des détaillants révèlent que plus de 2 500 des entreprises de détail (ce chiffre ne serait que d'environ 2 000, selon Transfair) affichaient des ventes de plus de 7 millions de livres. Les spécialistes sont unanimes à penser que cette valeur est inexacte. En 2000, la valeur moyenne des ventes des détaillants était de 23 000 \$. Le chiffre d'affaires moyen annuel calculé pour tous les importateurs (y compris ceux offrant exclusivement du café certifié) s'établissait à 71 000 \$ chacun.

Selon les estimations des organismes de certification du café échangé équitablement, dans l'ensemble, la production de 295 coopératives situées dans 22 pays se chiffre à approximativement 165 millions de livres. Le café portant réellement l'étiquette du commerce équitable représente environ 27,8 millions de livres, dont la valeur approximative au détail s'élève à 337 millions de dollars¹⁴. Parmi les cafés échangés équitablement, le café biologique certifié croît constamment en popularité, passant de 1 % des ventes totales en 1996 à 36 % en 2000.

¹² Même calculs qu'à la note 9.

¹³ 11,8 millions de livres en Amérique du Nord, plus un volume estimatif de 9,4 millions de livres sur les autres marchés d'importance.

¹⁴ Organisations avec un Label du Commerce Équitable d'Amérique du Nord, renseignement de juin 2001, communication personnelle.

Café d'ombre

L'extrapolation des résultats de l'enquête pour englober tout le marché nord-américain des cafés de spécialité a permis de dénombrier 72 importateurs ayant vendu environ 2,1 millions de livres de café d'ombre en 2000. Ce chiffre correspond à un volume annuel de près de 30 000 livres par importateur. La valeur au détail de cette estimation représente 28,4 millions de dollars.

Comme pour les autres catégories de café produit de façon durable, les détaillants avancent des chiffres d'affaire nettement supérieurs à ceux des importateurs. En ce qui a trait au café d'ombre, ils ont signalé des ventes moyennes de plus de 16 000 \$ en 2000, soit une valeur estimative au détail de 37,9 millions de dollars. Ces chiffres montrent clairement que la définition du café d'ombre n'est pas uniforme. Les données sur les importations reflèteront probablement plus fidèlement l'ensemble du marché, alors que les renseignements obtenus auprès des organismes de certification présentés ci-dessous correspondent aux ventes de café d'ombre certifié selon les normes internationales généralement reconnues qui ont été établies par le SMBC.

En 2000–2001, plus de 6,6 millions de livres de café d'ombre a été certifié, au Guatemala et au Salvador pour la plupart. D'après les deux organismes de certification, le SMBC et Eco-OK, au bout de deux années d'homologation seulement, les ventes ont bondi quoiqu'elles soient tributaires d'un nombre relativement restreint d'acheteurs, variant d'entreprises de haute technologie à des supermarchés de prestige et englobant même un magasin à très grande surface de vente. Selon les estimations, en 2000, le volume des ventes de café d'ombre certifié s'élevait à environ 1,2 million de livres, dont la valeur au détail atteint tout près de 16,2 millions de dollars.

Taille totale et valeur au détail du marché du café produit de façon durable

À l'aide des valeurs approximatives fournies ci-dessus pour les cafés biologique, échangé équitablement et d'ombre *certifiés*, on a estimé que le volume total de ces catégories de café produit de façon durable destiné au marché nord-américain se chiffre à 11,2 millions de livres, d'une valeur au détail d'environ 152 millions de dollars. En englobant les ventes de café non certifié, le volume total atteint quelque 15 millions de livres, représentant une valeur au détail de plus de 188 millions de dollars. Ces ventes estimatives correspondent à moins de 1 % de tout le marché nord-américain (20,7 milliards de dollars) et à environ 2 % du marché nord-américain des cafés de spécialité. Ce chiffre serait considérablement plus élevé s'il tenait compte des ventes de café dont l'emballage ou le matériau servant à la mise en marché porte l'appellation « d'ombre ».

Le volume total vendu de ces trois catégories de café produit de façon durable *certifié* a été évalué à environ 36 millions de livres et à 455 millions de dollars¹⁵. Le volume total

¹⁵ Le calcul tient compte des ventes de 223 millions de dollars de café biologique certifié; de 64% (production non biologique) des ventes de 337 millions de dollars de café échangé équitablement certifié; des ventes de 16 millions de dollars du café d'ombre certifié.

de café certifié et non certifié portant « l'étiquette » attestant qu'il s'agit d'un produit cultivé de façon durable est de 41 millions de livres, dont la valeur approximative s'élève à 530 millions de dollars¹⁶. Même si cette somme est importante, elle ne correspond qu'à moins de 1 % des ventes totales de café.

K. Différences au sein de l'industrie canadienne

Les entreprises canadiennes vendant du café connaissent mieux le café produit de façon durable que leurs équivalents américains et sont plus confiantes dans la croissance du marché des cafés échangé équitablement et d'ombre.

De façon générale, l'industrie canadienne des cafés de spécialité présente plus de similitudes que de dissimilitudes avec l'industrie américaine. Néanmoins, certaines différences peuvent être soulignées. Les entreprises canadiennes connaissent généralement mieux le café produit de façon durable que les entreprises américaines. Par rapport à ces dernières, au Canada, le pourcentage ayant accès au café biologique est similaire quoique le pourcentage pouvant s'approvisionner en café échangé équitablement et d'ombre soit plus élevé. Ces cafés sont beaucoup plus susceptibles de commander des prix supérieurs au Canada, mais le supplément tend à y être moins important. Même si moins d'entreprises canadiennes estiment que ces prix sont raisonnables, plus de 90 % d'entre elles croient qu'elles devront continuer de verser un supplément.

Les répondants canadiens jugent que la sensibilisation des consommateurs influe passablement plus sur les décisions d'achat et de vente que ne le croient les répondants américains.

Tout comme les entreprises américaines, les sociétés canadiennes sont beaucoup plus enclines à acheter du café produit de façon durable d'Amérique latine, mais leur choix de pays diffère. Elles ont nettement plus tendance à importer du café biologique du Mexique, du Guatemala, du Pérou et du Nicaragua; du café échangé équitablement du Mexique, du Pérou et du Nicaragua; du café d'ombre du Guatemala, du Mexique et du Pérou.

Les répondants canadiens sont unanimes à penser que la qualité ou le goût des cafés de spécialité constitue le plus important facteur pour le commerce du café produit de façon durable. Cependant, ils sont plus nombreux à juger très importants leurs avis personnels au sujet des méthodes de culture sans application de produits chimiques et au sujet de la

¹⁶ Le calcul tient compte des ventes de café biologique certifié et de la valeur estimative des ventes de café biologique non certifié (286 millions de dollars); de 64% (production non biologique) des ventes de 337 millions de dollars de café échangé équitablement certifié; des ventes de café d'ombre auquel est rattaché un prix supérieur (28,4 millions de dollars).

biodiversité ou de la protection de l'environnement, de même que la possibilité qu'offrent ces critères de se différencier sur le marché.

Même si, dans les deux pays, les ventes de café biologique ont affiché une croissance similaire en 1999 et 2000, environ 30 % de plus de sociétés canadiennes ont enregistré une augmentation des ventes de café échangé équitablement et d'ombre. Les entreprises canadiennes sont légèrement plus disposées à croire que cette tendance à la hausse des ventes dans ce secteur se poursuivra au cours des deux prochaines années, particulièrement dans le cas du café d'ombre, et aucune d'entre elle ne s'attend à une diminution de son chiffre d'affaire. Elles prévoient un léger ralentissement de la croissance des ventes de cafés biologique et d'ombre (même si elles croient que l'accroissement demeurera supérieur à 20 %) et une augmentation passablement plus importante des ventes de café échangé équitablement.

Les Canadiens estimant que la certification aura une incidence *très important* sur les affaires pendant les deux prochaines années sont beaucoup plus nombreux : 66 % contre 49 % des Américains pour ce qui est du café biologique; 64 % contre 41 % pour ce qui est du café échangé équitablement; 50 % contre 36 % pour ce qui est du café d'ombre. Les entreprises canadiennes et américaines avaient des avis similaires à l'appui de l'emploi éventuel d'une étiquette de certification commune aux trois catégories de cafés produits de façon durable.

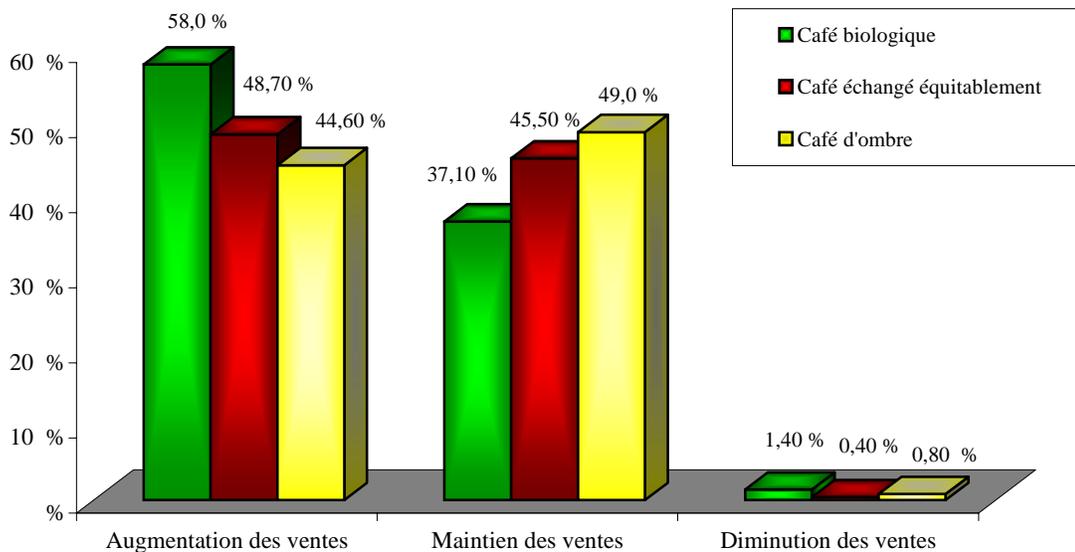
L. Tendances futures

Durant les deux prochaines années, moins de 2 % des entreprises prévoient une baisse des ventes et près de 95 % d'entre elles s'attendent à ce que les ventes demeurent stables ou augmentent.

L'enquête révèle que *la qualité et la régularité de l'offre* sont les deux facteurs qui ont le plus de poids sur le marché des cafés de spécialité. Les producteurs désirant être concurrentiels doivent se demander dans quelle mesure ils pourront satisfaire à ces critères dans le futur.

Environ 50 % des répondants s'attendent à ce que les ventes de café produit de façon durable augmentent au cours des deux prochaines années, particulièrement dans le cas du café biologique (58 %). Quelques rares entreprises (moins de 2 %) prévoient une baisse des ventes dans l'une ou l'autre des catégories.

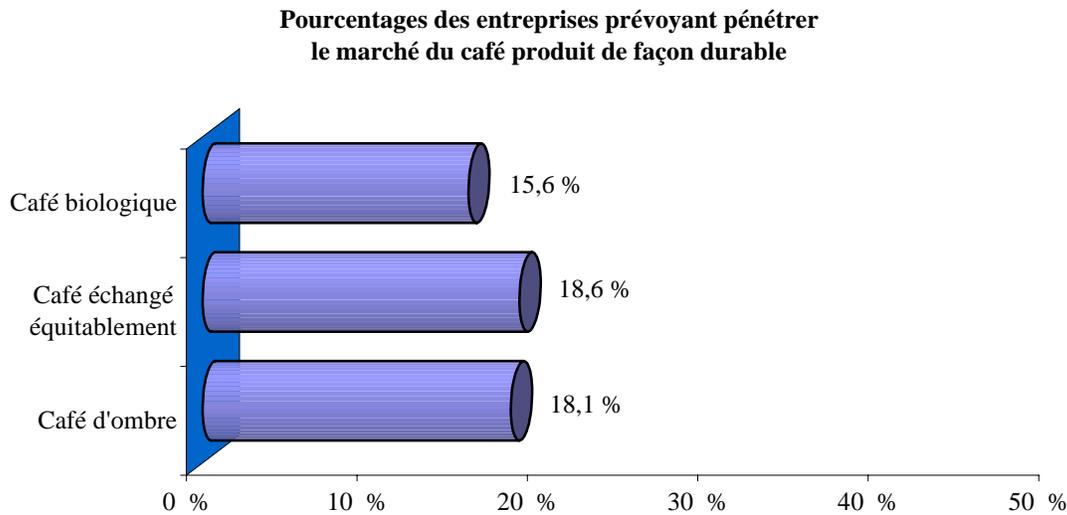
Attentes de l'industrie concernant le café produit de façon durable



Chez plus de 85 % des entreprises faisant le commerce du café produit de façon durable, en 2000, les ventes sont demeurées stables ou ont augmenté par rapport à celles de 1999. Moins de 4 % d'entre elles ont subi une baisse. Ces dernières années, le marché du café produit de façon durable a progressé même plus fortement que le marché des cafés de spécialité. Des taux de croissance annuels se maintenant à 20 % ont été enregistrés pour le café biologique. Même s'ils existent depuis moins longtemps et que leur base d'approvisionnement est très limitée, les marchés des cafés échangé équitablement et d'ombre affichent aussi une croissance remarquable. Les ventes de café échangé équitablement ont augmenté de 115 % par rapport à l'année dernière. Pour le café d'ombre, même si les ventes n'ont pas été mesurées l'an dernier, on observe d'importants indices traduisant une augmentation des volumes certifiés (7 millions de livres environ disponibles en 2001) et des ventes. Bien qu'il s'agisse d'une hausse notable, il faut agir avec prudence étant donné que ce segment relativement petit de l'industrie du café produit de façon durable ne représente que 2 % environ du marché nord-américain des cafés de spécialité.

Les répondant s'attendant à une hausse de leurs ventes de café produit de façon durable prévoient une hausse moyenne de 26,5 % des revenus qu'ils tirent des trois catégories au cours des deux prochaines années. Moins de 1 % ont l'intention d'abandonner entièrement ces catégories. Le café biologique est accepté et reconnu à une plus grande échelle que les cafés des autres catégories, car son marché existe depuis beaucoup plus longtemps. Néanmoins, si les ventes des deux autres catégories continuent de progresser aux rythmes actuels, elles pourraient dépasser les ventes de café biologique au bout de quelques années.

Un certain nombre de répondants n'ayant pas encore pénétré le marché d'au moins l'un des cafés produits de façon durable entendent commencer à vendre une catégorie ou plus de ces cafés (voir la figure ci-dessous). Il n'est pas étonnant que certains des plus importants détaillants nord-américains examinent aussi les possibilités de ces marchés. Dans ce cas, les avantages d'être dans le peloton de tête pourraient être énormes étant donné que l'approvisionnement des pays producteurs est actuellement restreint. Cela crée de très bonnes possibilités d'expansion des affaires.



Au cours des deux prochaines années, la certification prendra de l'importance pour la majorité des entreprises de l'industrie, notamment celles qui vendent du café biologique (78,3 %). À mesure que le nombre d'entreprises en faveur de la certification par un tiers augmentera, ces dernières favoriseront l'exactitude de l'étiquetage et la sensibilisation des membres de l'industrie en employant une terminologie constante et uniformisée. Si l'industrie n'arrive pas à effectuer ce virage, elle risque non seulement de faire régresser l'un de ses créneaux les plus lucratifs, mais également d'amenuiser la confiance et la crédibilité de marchés connexes comme celui des cafés d'une seule origine.

On ne peut déterminer dans quelle mesure l'industrie appuie l'emploi d'une seule étiquette commune afin de disposer de critères d'approvisionnement plus simples et/ou de renseignements plus clairs sur la commercialisation au lieu de se rallier à la proposition complexe de combiner les critères de certification. Dans un cas comme dans l'autre, il ne fait aucun doute qu'il est dans l'intérêt de l'industrie de posséder des critères de certification clairs et précis.

La vaste majorité des répondants (entre 86 % et 90 %) s'attendent à ce que les trois catégories de café produit de façon durable continuent de se vendre à *prix fort* pendant quelques années au moins. Seulement 5 % à 6 % d'entre eux prévoient ne pas verser de supplément. Ces observations montrent que l'industrie se rend compte de la valeur exceptionnelle de ces cafés, laquelle peut servir à promouvoir le développement durable de l'industrie, pourvu que les producteurs reçoivent des revenus équitables. La répartition

des revenus moyens actuels de la vente d'une livre de café parmi les membres du réseau d'approvisionnement ne laisse qu'une petite somme nettement disproportionnée aux producteurs : sur la valeur totale de 50 milliards de dollars de l'industrie du café, les producteurs ne touchent qu'environ 5 milliards de dollars.

À mesure que la technologie s'étend même aux petites exploitations agricoles, leur permettant de concurrencer les niveaux de production à l'échelle internationale tout en utilisant des méthodes de culture durables¹⁷, l'un des principaux obstacles à l'application répandue des critères de production durable chez les agriculteurs, soit les exigences élevées de productivité, sera éliminé. À mesure que ces dernières diminuent pour se situer aux niveaux de productivité de la culture conventionnelle du café (monocultures avec utilisation de produits chimiques), les avantages que procurent le coût inférieur des intrants et la qualité supérieure des sols pourraient entraîner une importante augmentation du nombre d'exploitants de café produit de façon durable et aboutir à la présence de quantités de café de plus en plus grandes sur le marché, de sorte que les prix ne seront peut-être plus aussi avantageux. Ce scénario est peu susceptible de se produire d'ici trois à cinq ans.

L'excédent global de 10,5 millions de sacs de café prévu en 2001 (différence entre les estimations de l'exportation et de consommation) aura probablement pour effet de maintenir la tendance à la baisse des prix à court terme. Tant dans les pays producteurs que dans les pays importateurs, la plupart des spécialistes de l'industrie n'envisagent aucun accroissement majeur des prix à court ou à moyen terme. Les prix actuels s'approchant déjà des coûts de production dans quantité de pays, l'offre de café produit de façon durable et les prix élevés qui y sont rattachés représentent l'un des rares signes d'encouragement pour les producteurs, compte tenu de leur situation socioéconomique précaire.

M. Contraintes et possibilités du marché du café produit de façon durable

Le café produit de façon durable se taille un créneau distinct sur le marché des cafés de spécialité, un segment qui, contrairement à la plupart des autres secteurs de l'industrie, a connu une croissance prodigieuse au cours des dernières années. Bien qu'en Amérique du Nord, la demande dans ces catégories de café soit particulièrement forte et qu'elle continue de croître, les marchés de l'Union européenne et du Japon offrent aussi d'excellentes occasions de commerce. Dans les pays de l'Union européenne, les marchés du café échangé équitablement sont beaucoup plus vastes qu'aux États-Unis, la demande de café biologique est élevée et le segment du café d'ombre est encore relativement nouveau. Au Japon, le café biologique est bien connu, le café d'ombre occupe une place très modeste (vendu principalement par un important fabricant de boissons au café) et le segment du café échangé équitablement est encore relativement nouveau. Les marchés intérieurs de certains pays producteurs ont aussi des possibilités de consommation,

¹⁷ Données du Conseil du café du Mexique, montrant que la production du café d'ombre est concurrentielle à l'échelle internationale.

comme en témoignent les marchés du Mexique, de la Jamaïque et du Brésil, notamment, où les ventes intérieures de cafés de grande qualité ont augmenté. Les possibilités et les contraintes des consommateurs, des vendeurs et des producteurs, quoique distinctes, sont reliées.

Consommateurs

Selon diverses études, les consommateurs s'intéressent à au moins un des cafés produits de façon durable et sont prêts à le payer un peu plus cher¹⁸. Le profil du consommateur type de café produit de façon durable a suscité beaucoup d'intérêt : aisé, éduqué et favorable à la cause, ce groupe de consommateurs représente une cible de choix.

La combinaison de ce profil et des groupes ayant des affinités naturelles avec ce produit (ornithologues amateurs, jardiniers préconisant les méthodes organiques, groupes environnementaux), qui comptent des dizaines de millions de membres en Amérique du Nord, est tout à fait logique sur le plan de la commercialisation. Et pourtant, cet auditoire n'a pas encore vraiment adopté le café produit de façon durable. La présente étude et d'autres du même genre indiquent que c'est la qualité (le goût) qui influe le plus sur l'achat. Jusqu'à récemment, la qualité de certains cafés produits de façon durable était irrégulière, en raison surtout des méthodes rustiques d'entreposage et de transformation. Or, depuis, un grand nombre de ces cafés satisfont à des critères plus élevés en matière de qualité et de goût. Les raisons les plus plausibles de la tiédeur des consommateurs seraient donc liées à la disponibilité du produit et à la sensibilisation.

Bon nombre de consommateurs préfèrent acheter tous leurs aliments en un seul endroit (au supermarché), et la disponibilité fait intervenir tant la commodité que la visibilité. De nombreux supermarchés nord-américains ne tiennent pas de café produit de façon durable, ou alors ils n'en offrent qu'un seul – souvent d'origine ou de mélange unique, et habituellement biologique. Même si de grandes quantités de café biologique sont vendues dans les épiceries et les supermarchés, la disponibilité se limite à la côte Ouest et à certaines régions urbaines. Toutefois, la situation semble être sur le point de changer, car les supermarchés et les gros détaillants s'intéressent maintenant à ces cafés. Ils cherchent en effet à se tailler une place concurrentielle en offrant des produits différenciés de qualité supérieure, car les marges des produits conventionnels continuent de s'amenuiser et les ventes des cafés ordinaires stagnent.

En 2001, selon la *National Coffee Association*, 13 % des consommateurs qui boivent du café de spécialité ou du café fin tous les jours ou toutes les semaines (8 millions de personnes) ont acheté du café biologique au moins une fois. En outre, 3 % (2 millions) des buveurs de café réguliers (tous les jours ou toutes les semaines) ont acheté du café biologique au moins une fois. Quant au café échangé équitablement, environ 4 % des buveurs de café de spécialité et de café fin en ont acheté au moins une fois, et 1 % des buveurs de café réguliers en ont acheté. Pour le café d'ombre, les réponses sont

¹⁸ Commission de coopération environnementale. 1999. *L'évaluation de l'intérêt des consommateurs pour le café d'ombre du Mexique : une analyse des marchés canadien, mexicain et américain*. Montréal; Rice, P., et McLean, J. 1999. *Sustainable Coffee at the Crossroads*. CCC; David Griswold, 1999 survey for the El Salvador Shade Coffee project.

semblables : 3 % des buveurs de café de spécialité et de café fin et 1 % des buveurs de café réguliers en ont acheté. Le potentiel de croissance de ce marché relativement nouveau semble être considérable, mais il est difficile de saisir les tendances des consommateurs puisque des données à ce sujet ne sont recueillies que depuis un an ou deux.

La présente enquête sur le café produit de façon durable révèle un manque de précision au sein de l'industrie quant aux caractéristiques de chaque catégorie de café produit de façon durable. On a également constaté une certaine confusion pour ce qui est des distinctions entre ces cafés. Si cela est vrai pour l'industrie, il est permis de supposer que les consommateurs eux aussi sont confus, peut-être davantage. Même si la SCAA a joué un rôle d'animation dans ce secteur, l'industrie est toujours incapable d'atteindre un vaste auditoire de consommateurs pour lui donner de l'information sur le café produit de façon durable.

Pour mieux sensibiliser les consommateurs, une autre solution, possiblement plus viable, serait d'utiliser la portée et l'incidence considérables des groupes environnementaux et des ONG dont la mission correspond souvent aux principes sous-jacents à la production durable du café. Par le biais d'envois postaux, d'articles de magazine et d'autres moyens, on pourrait facilement diffuser le message du café produit de façon durable à un auditoire vaste et intéressé. Les coûts de cette démarche seraient faibles, voire nuls. Les occasions de commercialisation croisée et de commercialisation fondée sur la cause sont nombreuses, mais pour l'instant, peu d'entreprises les exploitent.

Détaillants de café

Le marché nord-américain du café est dominé par trois multinationales qui ne se sont pas encore aventurées dans le secteur du café produit de façon durable. Toutefois, selon certaines indications, cela pourrait changer, car ces entreprises sont à la recherche d'occasions d'accroître leur chiffre d'affaire dans un marché stagnant. Entre-temps, on pourrait assister à la création de nouveaux canaux étonnants, puisque certaines entreprises à l'affût des tendances du marché, dont deux des plus gros détaillants du monde, explorent résolument ce marché. Un nombre accru de chaînes de supermarchés, dont les poids lourds Safeway, Kroger's et Albertson's, élargissent ou étoffent leur offre de café produit de façon durable.

À l'heure actuelle, il semble que les sources d'approvisionnement en café cultivé de façon durable pourront satisfaire la demande de l'industrie, même si l'arrivée de joueurs importants risque d'affaiblir temporairement la capacité des fournisseurs à offrir des cafés de grande qualité d'une façon régulière. Les grands joueurs souhaitant faire une incursion sur ce marché devraient s'associer à des organisations de producteurs ou, du moins, à des exportateurs ou à des intermédiaires, pour assimiler rapidement les normes de qualité et veiller à un approvisionnement régulier. Un certain nombre d'ONG et de

groupes du milieu des donateurs font présentement l'essai d'une interface efficace avec les producteurs¹⁹.

Ceux qui seraient tentés d'élargir cette activité trop rapidement pourraient payer un prix très élevé. La prudence s'impose à deux niveaux. D'abord, si on ne maintient pas la qualité et la régularité de l'approvisionnement dans la ruée vers ce nouveau créneau, les consommateurs vont rejeter le café produit de façon durable, peut-être pour toujours. Puis, un petit nombre d'entreprises tirent actuellement profit « gratuitement » de la réputation du café produit de façon durable, surtout les cafés biologiques et d'ombre, c'est-à-dire sans se conformer aux définitions scientifiques de ces termes et/ou en refusant la certification. Cette démarche ouvre la voie à une forme de fausse écologisation et à une dilution de ces termes, ce qui pourrait donner lieu à un rejet par les consommateurs.

Producteurs de café

Selon une étude récente sanctionnée par le Conseil du café du Mexique, les niveaux de production du café cultivé de façon durable peuvent atteindre les normes internationales du café conventionnel. Un certain nombre d'études antérieures démontraient la viabilité économique de ce café pour les petits producteurs. En outre, on reconnaît de plus en plus que les variétés de café cultivées dans des conditions naturelles à l'ombre ont meilleur goût, cette reconnaissance pouvant être tout aussi importante.

De plus, le café produit de façon durable offre des stratégies utiles de gestion du risque aux petits exploitants. La diversification de la production (polyculture) sur une exploitation de café produit de façon durable procure plusieurs avantages au cultivateur. La certification du café peut constituer une excellente protection contre la baisse des prix du marché puisque la plupart des certifications sont assorties de prix supérieurs, même si aucune garantie n'est fournie. Les cafés d'ombre et certains cafés biologiques offrent également des avantages face aux stress naturels tels que les sécheresses. La réduction ou l'élimination de l'utilisation d'intrants achetés réduit les dépenses du cultivateur, et, par conséquent, son exposition subséquente sur le marché.

Pour de nombreux producteurs, la conversion, la préparation et la certification sont des activités coûteuses et parfois difficiles. La plupart des exploitants n'ont pas les moyens de réaliser et de maintenir plus d'une de ces activités. Qui plus est, aucune des certifications ne vise tous les aspects nécessaires à la production de café de façon durable (Eco-OK s'en approche). Idéalement, les cultivateurs devraient suivre les principes de base des trois types de café — biologique, échangé équitablement et d'ombre — pour assurer une production véritablement durable.

¹⁹ Fonds mondial pour l'environnement (GEF) au Mexique, au Salvador et en Ouganda. *US Agency for International Development* (Agence pour le développement international des États-Unis) au Pérou et au Nicaragua. Rainforest Alliance au Salvador et au Guatemala. Conservation International au Mexique et en Colombie.