

Baromètre du café



Table des matières

1	Introduction	3
2	Agitation sur les marchés	5
2.1	Torréfacteurs	5
2.2	Négociants	8
2.3	Stratégies en matière de durabilité	9
3	Facteurs de stress	10
3.1	Production et distribution de valeur	10
3.2	Salaire et main-d'œuvre	12
3.3	Changement climatique et déforestation	13
4	Engagements en matière de durabilité	16
4.1	Investissements en matière de durabilité	16
4.2	Normes volontaires de durabilité	17
4.3	Demande du marché	19
4.4	Options d'approvisionnement durable	21
5	Collaboration du secteur du café	26
5.1	Une vision globale	26
5.2	Initiatives multipartites	27
6	Conclusion	30
	Notes finales	33
	Sources	34
	Annexe : Approvisionnement durable	35
	Colophon	36

1 Introduction

Les tendances de café d'aujourd'hui incluent la premiumisation, la commodité, la personnalisation, l'origine unique et le type de torréfaction. Les consommateurs apprécient de plus en plus les informations relatives au café certifié durable et produit de façon éthique.

3

Il est largement admis que dans la chaîne de valeur mondiale du café, les bénéfices sont réalisés dans les pays industrialisés au détriment des problèmes environnementaux et sociaux dans les pays producteurs de café. Le café est une chaîne d'approvisionnement axée sur les acheteurs, où torréfacteurs, détaillants et commerçants entretiennent un degré élevé d'opacité, leur permettant de s'approprier la plupart des bénéfices. En contraste flagrant avec les marges réalisées par les agriculteurs dans les pays en développement, les géants agroalimentaires multinationaux et les fonds d'investissement aux États-Unis et dans l'UE espèrent capitaliser sur une demande croissante au cours de la prochaine décennie. Des milliards sont dépensés dans d'innombrables acquisitions et fusions, visant à positionner les célèbres marques de café sur de nouveaux marchés. Au fur et à mesure de la consolidation de l'industrie mondiale du café, cette dernière réduit les coûts pour optimiser les bénéfices, induisant davantage de pression à la baisse dans la chaîne de valeur, ce qui est de plus en plus ressenti par les producteurs au niveau de l'exploitation.

La grogne se propage dans le secteur. Une panoplie de questions complexes et systémiques, de nature environnementale, sociale et financière, compromet le futur de la production de café. La volatilité des prix, le changement climatique, les attaques récurrentes de ravageurs et la propagation d'épidémies menacent l'approvisionnement mondial en café de bonne qualité alors que l'on prévoit une augmentation de la consommation et donc de la demande.

Dans cette nouvelle édition du Baromètre du café, nous mettons en exergue certains trous béants dans nos connaissances collectives, qu'il convient de rapidement colmater. Par exemple, la production de café a enregistré une croissance de plus de 20 % (+ 26 millions de sacs) depuis 2010. Nous ignorons combien de terres boisées ont été converties en terres agricoles destinées à la production de café¹. En outre, on estime que 20 à 25 millions de petits exploitants agricoles produisent 70 % du café mondial, une estimation incontestée depuis 15 ans². La récolte de café dépend en tout cas de millions de travailleurs agricoles, un groupe d'intervenants important, mais invisible. Ils n'ont majoritairement pas voix au chapitre dans les discussions portant sur le secteur du café durable.

Pour faire face à ces questions, les intervenants qui soutiennent le secteur du café durable ont été au premier plan du glissement vers l'approvisionnement de café certifié et contrôlé. Reliant tous les acteurs de la chaîne de valeur avec des cahiers des charges, des normes, des formations, des certifications et des labels de conformité, le secteur du café est plus avancé que tout autre secteur agroalimentaire. Toutefois, les systèmes de certification et de contrôle semblent incapables d'impacter les petits producteurs d'Afrique et d'Asie, et guident plutôt la consommation dans les pays développés. L'augmentation de la demande génère également l'occasion d'un changement positif. La croissance du secteur du café spécialisé induit des initiatives plus directes en matière d'approvisionnement. Si elles sont exécutées comme il se doit, elles peuvent promouvoir la traçabilité et la qualité du café, et fournir une réponse réfléchie aux défis en matière de durabilité.

En outre, on note un soutien croissant pour une collaboration du secteur non concurrentielle, mélangeant investissements publics et privés en vue de relever les défis fondamentaux en matière de durabilité de façon percutante. De telles initiatives visant à instaurer un changement sectoriel, comme la Global Coffee Platform (GCP), le Sustainable Coffee Challenge (SCC) et les plateformes de durabilité nationales, partagent bon nombre d'objectifs du secteur en matière de durabilité. Toutefois, obtenir des investissements collectifs dans la chaîne de valeur du café en vue du développement et de la mise en place de solutions aux problèmes de durabilité reste un enjeu difficile et urgent à la fois.

Dans ce Baromètre du café, nous nous penchons sur le récent boom des acquisitions et des fusions et nous suivons les principales tendances. Nous étudions les rapports de forces enracinés dans la chaîne de valeur du café mondiale et la cause des principaux facteurs de stress en matière de durabilité. Au vu de ces défis, nous allons examiner les stratégies de changement du secteur, les efforts individuels et collectifs déployés pour créer un secteur du café réellement durable.

2 Agitation sur les marchés

L'industrie mondiale du café se consolide grâce à d'innombrables fusions et acquisitions opérées sur le marché. Alors que cela fournit une occasion d'intégrer les efforts en matière de durabilité, il y a peu de preuves que cela se produit dans les conglomérats nouvellement formés.

5

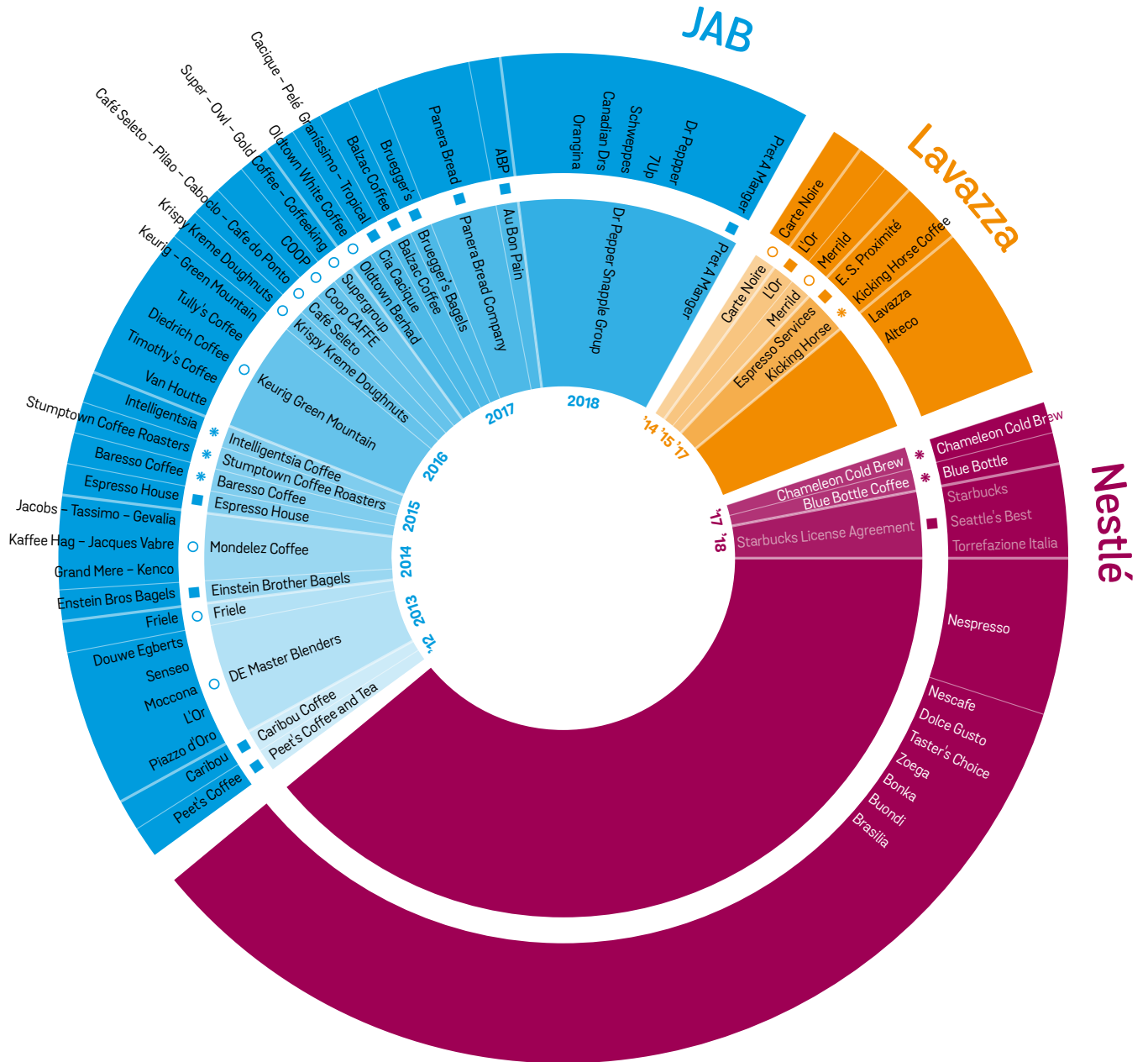
2.1 Torréfacteurs

Pour l'observateur occasionnel, le marché du café est très diversifié. Dans les rues, des milliers de cafés indépendants coexistent avec de grandes chaînes de détail comme Starbucks, Costa Coffee et Dunkin' Donuts. Dans les supermarchés, les étagères débordent d'options de café de toutes sortes. Au-delà des produits torréfiés et moulus classiques, les clients peuvent choisir parmi une vaste gamme d'options à portion individuelle, de grains de café espresso italiens et de café instantané moins cher. Garnissant les étagères réfrigérées des épicereries, les cafés prêts à boire en bouteilles ou en canettes constituent le segment du marché affichant la plus forte progression.

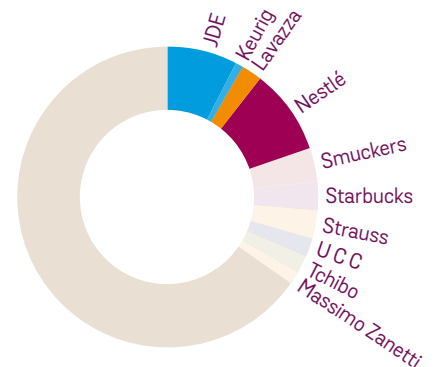
Cette abondance de choix voile la structure sous-jacente de l'industrie mondiale du café, qui est à maturité dans son cycle de vie. Pour éviter que leur croissance stagne, les grands conglomérats acquièrent de plus petites entreprises et diversifient leur portefeuille pour créer de nouvelles sources de revenus. Cette concentration du marché transforme l'industrie mondiale du café, de ses leaders en café torréfié et moulu, comme Nestlé et Jacobs Douwe Egberts, jusqu'à ses détaillants, comme Starbucks et McDonald's. Au-delà du marché traditionnel du café torréfié et moulu de la première vague, on note une concurrence féroce au niveau des marques dans les différents sous-secteurs du marché, en particulier dans le café des deuxième et troisième vagues (Figure 1).

Après des années de leadership incontesté du marché, la domination globale du marché du café par Nestlé est aujourd'hui briguée par JAB Holding, une entreprise d'investissement allemande détenue par la famille milliardaire Reimann. Au cours des six dernières années, JAB Coffee (appartenant à JAB Holding) a érigé un empire du café mondial, investissant plus de 50 milliards de dollars pour acquérir non seulement des marques de café populaires, mais également des chaînes de restauration qui écoulent d'importants volumes de café. JAB Coffee est une société de portefeuille englobant des entreprises et des marques gérées indépendamment par ses filiales. La stratégie de JAB est d'acheter dans les

Figure 1: Principales acquisitions et marques 2012-2018



- = Première vague
- = Deuxième vague
- * = Troisième vague



Top dix des torréfacteurs = 35 % du marché de café mondial

segments les plus pertinents des différents marchés mondiaux, tout en conservant les marques et les variétés de façon assez distincte. Elle a investi dans des dosettes et la troisième vague aux États-Unis, dans le café torréfié et moulu en Europe, et dans le café instantané en Asie³.

En janvier 2018, l'entreprise de café détenue par JAB, Keurig Green Mountain, a acheté l'entreprise de boissons gazeuses Dr. Pepper Snapple et a baptisé l'entité fusionnée Keurig Dr. Pepper. Bien que cette cible puisse sembler inhabituelle pour une entreprise qui cherche à gagner des parts du marché du café face à Nestlé, l'acquisition s'inscrit parfaitement dans la stratégie de transformation du café en une alternative au soda digne d'intérêt⁴. Ce qui ferait du café une option de consommation pour toute la journée. Parmi les entreprises lancées dans cette quête, on compte certaines des plus grandes marques de sodas au monde : Pepsi produit les cafés prêts à boire de Starbucks et Coca-Cola détient Georgia, la plus grande marque de cafés prêts à boire du monde. Récemment, elle a amorcé l'extension des cafés prêts à boire en Europe, en annonçant des partenariats avec Dunkin' Donuts et McDonald's aux États-Unis³.

Nestlé, le géant agroalimentaire basé en Suisse, a qualifié le café comme l'une de ses plus grandes opportunités de croissance. Il cherche à s'ancrer fermement dans le marché juteux et de plus en plus concurrentiel des spécialités de café, en se diversifiant au niveau du format, du goût et du prix⁵. Réputé pour ses marques mondiales Nescafé et Nespresso, Nestlé a surpris le secteur du café en mai 2018 en unissant ses forces à celles de Starbucks en vue d'innover et de faire des lancements ensemble. L'accord de licence conclu à hauteur de 7,1 milliards de dollars entre Nestlé et Starbucks inclut la vente de produits Starbucks dans les supermarchés ainsi que le développement des capsules de la marque Starbucks pour les machines à dosettes Nestlé⁶. Cette collaboration permet à Nestlé de gagner de nouvelles parts de marché aux États-Unis, après les récentes acquisitions de troisième vague aux États-Unis, et d'accroître son avance mondiale sur JAB.

Aux côtés des géants du café que sont Nestlé et JAB Coffee, aucun numéro trois ne se détache dans le secteur mondial du café, car la fragmentation des marchés en régions géographiques et sous-segments crée de nombreuses opportunités de croissance réalisables³. Le groupe Lavazza pourrait prétendre à cette troisième place mondiale. Il possède un portefeuille diversifié de marques prestigieuses dans le spectre du café torréfié et moulu. Lavazza, société majoritairement italienne, vise à se transformer en une marque mondiale capable de jouer des coudes avec Nestlé et JAB Coffee. Lavazza a acheté plusieurs marques dans l'Union européenne et en Amérique du Nord, notamment la marque de café française premium Carte Noire, triplant ainsi son chiffre d'affaires en France, qui devint par la suite son deuxième plus grand marché après l'Italie. Récemment, Lavazza a débarqué en Amérique du Nord, en prenant une participation majoritaire dans Kicking Horse, une entreprise canadienne spécialisée dans le café certifié Fairtrade et bio.

Il convient également de souligner l'évolution de Starbucks, le leader dans le café au détail qui nourrit des ambitions d'expansion à l'échelle mondiale. La chaîne s'est élargie de plus de 2 000 points de vente en 2016, portant sa présence mondiale à plus de 25 000 points de vente dans 75 pays. Ce n'est que le début, car Starbucks prévoit d'ouvrir 12 000 nouveaux points de vente à travers le monde. Il a pour objectif de pratiquement doubler son nombre de points de vente de café en Chine et de passer ainsi de 3 300 unités aujourd'hui à 6 000 avant la fin de 2022⁷. L'entreprise développe également 1 000 magasins et torréfacteurs Starbucks Reserve premium, une ligne haut de gamme de salons de dégustation qui coexistera avec les points de vente du groupe existants partout au monde.

2.2 Négociants

Les torréfacteurs comptent beaucoup sur les grands commerçants du café pour garantir leur approvisionnement en café vert. Il est difficile de trouver des informations exactes sur la concentration du secteur des produits de café. Les entreprises dominantes sont privées et ne sont donc pas liées à une quelconque obligation de partager publiquement leurs données et leurs chiffres. Il est dès lors difficile de bien comprendre leur réelle envergure et leur influence sur le marché. Toutefois, il est évident que l'industrie du café est fortement concentrée. Un nombre limité de commerçants écoulent du café à l'échelle mondiale. Les leaders de l'industrie sont Neumann Kaffee Gruppe, ED&F Man Volcafe, ECOM, Louis Dreyfus, Sucafina et OLAM. Le groupe familial Neumann, par exemple, représente seul déjà 10 % du commerce mondial de café vert. Traitant 15 millions de sacs en 2017, Neumann traitait plus que la production totale de café de Colombie en 2017 !

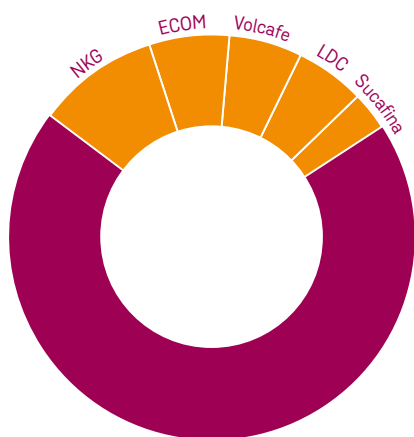


Figure 2 : Top cinq des négociants en café vert

Généralement, les grands commerçants revendent en vrac et avec des faibles marges. Ils tirent leurs revenus en négociant de grands volumes, fournissant habituellement les plus grands torréfacteurs de cafés multinationaux⁸. Les petites entreprises de commerce de café internationales opèrent souvent dans des marchés de niche et spécialisés, comme le commerce équitable ou le commerce direct. D'une part, les grands commerçants possèdent une vaste part des installations de traitement et de stockage dans la plupart des pays producteurs de café. D'autre part, ils s'engagent également dans la gestion agricole, l'exportation et l'importation de café en vrac, spécialisé et instantané, la logistique, le stockage, la gestion des risques et la finance. Ces entreprises sont intégrées verticalement dans la chaîne d'approvisionnement de café et elles peuvent utiliser des instruments de couverture pour gérer le risque de la volatilité des prix. NKG et ED&F Man Volcafé peuvent faire appel à leurs propres services de couverture et de courtage à terme (TRX Futures et ED&F Man Commodity Advisors Limited).

Les petits commerçants, en particulier ceux qui sont actifs dans les catégories de spécialités de café, ne couvrent pas ou ne couvriront qu'une partie du volume négocié. La principale raison de cette différence dans les pratiques de couverture est la différence dans le processus de négoce et de tarification du café pour les catégories en vrac par rapport aux catégories spécialisées⁸.

Au cours de ces dernières années, toutes les grandes entreprises de commerce ont renforcé leur présence locale et leurs réseaux d'approvisionnement pour favoriser un café produit de façon durable dans les pays d'origine. Puisque l'industrie du café se consolide, de nouveaux services sont nécessaires, notamment des services de financement du commerce et des services connexes. En fonction de sa taille accrue et de son influence croissante sur le marché, JAB Coffee impose aujourd'hui des délais de

paiement aux négociants allant jusqu'à 300 jours. Il s'agit d'un préfinancement environ trois fois plus long que ce qu'impose Nestlé habituellement⁹. Seuls les négociants de très grande envergure peuvent gérer des délais de paiement aussi importants. La concurrence croissante peut induire une concentration encore plus poussée de négociants qui peuvent supporter ces risques de délais de paiement plus longs. Des pics de taux d'intérêt ou une flambée soudaine des prix à terme pourraient causer des pertes aux négociants, ou étirer leurs besoins de financement au fur et à mesure que les coûts de couverture augmentent. Cela diminue également les fonds dont ils disposent pour investir dans des programmes de formation destinés aux agriculteurs. Malgré ses poches profondes, JAB Coffee peut être confrontée à des banques qui étirent ou resserrent ses lignes de crédit au cas où sa situation financière se détériorerait.

9

2.3 Stratégies en matière de durabilité

La réalisation de fusions et d'acquisitions ainsi que l'intégration de nouvelles entreprises sont des processus qui s'étendent généralement sur plusieurs années. Cela peut détourner l'attention consacrée au développement et à la mise en œuvre d'engagements en matière de durabilité. La compétitivité au niveau du torréfacteur et du détaillant ne semble pas valoriser la durabilité en tant que différenciateur. Les entreprises tentent plutôt de créer des marques spécialisées qui attirent les consommateurs haut de gamme. Dans la course au positionnement individuel de ces marques, il ne semble pas y avoir d'effort concerté parmi les torréfacteurs pour aligner ou renforcer des engagements en matière de durabilité au niveau de ces marques, ni au niveau de l'entreprise en général.

La consolidation pourrait donner l'occasion à un effort conjoint de différentes entreprises, à condition que les propriétaires des marques intègrent vraiment la durabilité dans leur éthique. S'ils utilisaient leur échelle pour collaborer et élaborer des stratégies en matière de durabilité ambitieuses et globales, cela créerait une puissante force de changement positif. Toutefois, jusqu'à ce jour, c'est plutôt l'inverse qui semble se produire. Apparemment, les multiples fusions récentes ont un effet paralysant sur les agendas de durabilité des entreprises concernées et donc, sur le secteur du café en général. Outre les diverses actions RSE des différentes entreprises, la véritable question est dans quelle mesure la transformation durable et une approche systémique du changement font partie intégrante des stratégies proactives des entreprises en matière de durabilité.

Voir page 22 ; résumé des politiques et des pratiques des entreprises en matière de durabilité.

3 Facteurs de stress

10

Un secteur du café durable distribue les recettes aux agriculteurs de façon plus égale. Actuellement, la valeur moyenne des exportations de café vert est inférieure à 10 % des 200 milliards de dollars de revenus générés dans le marché du détail du café. Ce déséquilibre illustre le besoin urgent de transparence des transactions afin de réaliser une redistribution.

3.1 Production et distribution de valeur

Entre 2012 et 2017, la consommation et la production de café ont augmenté en moyenne de 2 % par an. Les niveaux de consommation sont en hausse en dehors des marchés traditionnels de l'UE et des États-Unis, en particulier en Asie du Sud-Est. Si ce rythme de croissance se maintient, le secteur du café aura besoin de 300 millions de sacs de café à l'horizon 2050, soit deux voire trois fois la production mondiale annuelle actuelle^{10/11}. Le système actuel de production de café ne sera pas en mesure de satisfaire la demande croissante au cours des prochaines décennies. L'écart minimal sera de 60 millions de sacs (un déficit supérieur à la production annuelle actuelle du Brésil) et sans gros efforts pour adapter la production de café au changement climatique, la production mondiale pourrait être inférieure en 2050 à ce qu'elle est aujourd'hui¹⁰.

Au cours de l'année de récolte 2016/17, les cultivateurs de café ont produit une récolte record de presque 160 millions de sacs de 60 kg¹². L'Arabica et le Robusta sont les deux principaux types de café. Une grande part du café Arabica est cultivée au Brésil, en Colombie et en Éthiopie (Figure 3). Les grains d'Arabica génèrent des prix de marché plus élevés par rapport aux grains de Robusta, qui sont cultivés dans des régions humides à basse altitude au Vietnam, en Indonésie et en Ouganda. Par rapport à l'Arabica, le Robusta est plus résistant aux maladies et le rendement par caféier est considérablement plus élevé. Le Robusta génère approximativement un tiers de grains en plus par hectare que l'Arabica. Au cours de la dernière décennie, la production de Robusta a augmenté de manière significative, jusqu'à 40 % de la production mondiale. La production de Robusta est susceptible d'augmenter à mesure que le réchauffement climatique rend davantage de terres propices à cette variété et moins favorables à la culture de café Arabica¹³.

Figure 3 : Top dix des pays producteurs de café

Arabica versus Robusta



Environ 75 % de la production mondiale totale d'Arabica et de Robusta sont exportés, générant aux pays producteurs une valeur totale de 16 milliards de dollars en 2016¹⁴. Si l'on prend en compte la volatilité des prix et des volumes annuels, la valeur d'exportation annuelle moyenne s'élève à 20,2 milliards de dollars pour la période 2010–2015. Ce chiffre inclut les revenus des agriculteurs, des exportateurs et des organismes gouvernementaux impliqués dans la culture du café et son exportation à l'échelle internationale. Statistique choquante : ce chiffre ne représente que 10 % de la valeur totale de l'industrie, qui était estimée en 2015 à environ 200 milliards de dollars. Seulement 10 % de la richesse cumulée générée par le café reste dans les pays producteurs¹⁵.

De toute évidence, une offre limitée de café Arabica de haute qualité, combinée à une demande croissante, devrait induire une augmentation des prix. Toutefois, cela n'a pas été le cas. L'Arabica de moindre qualité peut être remplacé par du Robusta dans les mélanges de café, ce qui permet de réduire les coûts de production du café torréfié en passant inaperçu, la plupart des consommateurs de café ne disposant pas des compétences sensorielles nécessaires pour reconnaître du café de haute qualité. Ils sont dès lors plus susceptibles de se fier à d'autres facteurs comme le prix, l'emballage et la publicité, qui peuvent refléter ou non la qualité intrinsèque du produit¹⁶. Une étude réalisée sur des échantillons de café torréfié et moulu étiquetés 100 % Arabica a mis en évidence que 10 % contenaient des niveaux significatifs de café Robusta¹⁷.

Les prix mondiaux du café ont chuté de deux tiers en termes réels depuis le début des années 80 et les revenus réels des producteurs de café ont chuté de moitié sur cette période¹⁸. Les agriculteurs dont les revenus sont trop faibles pour leur garantir des conditions de vie décentes n'investiront pas

dans leurs exploitations. Les gains peuvent varier considérablement, en raison des inefficacités de la chaîne d'approvisionnement. Les agriculteurs d'Amérique Latine peuvent percevoir jusqu'à 87 % du prix à l'exportation, alors qu'en Afrique de l'Est, ce pourcentage peut chuter jusqu'à 61 % en raison des différences en termes d'organisation paysanne, du contexte politique et des marchés concurrentiels. La réponse à la question de savoir s'il est bel et bien possible d'atteindre un revenu de vie décent sur le marché du café d'aujourd'hui dépend fortement du contexte local.

12

Pour avoir une bonne image de la distribution de valeur tout au long de la chaîne de valeur du café, il convient de dresser un aperçu des revenus ainsi que des coûts de production au niveau des différents maillons de la chaîne d'approvisionnement. La tenue de registres au niveau de l'exploitation caféicole est requise, tout comme la transparence sur leurs coûts par les entreprises de la chaîne. (Encadré 1. Exemple de prix véritable)

Encadré 1 : **Quel est le prix véritable du café ?**

Les coûts des externalités sociales et environnementales pour produire du café sont souvent négligés. Un prix véritable intègre les fardeaux pour la société, comme la pollution des sols et de l'eau, la sécurité sociale des cultivateurs et des travailleurs ainsi qu'un niveau de salaire décent, dans les coûts totaux du café. Cette méthodologie s'appuie sur une approche axée sur une équation coûts-bénéfices, plutôt que sur la conformité. Cela devrait ensuite améliorer l'efficacité des investissements dans la durabilité. Un exemple de recherche au Mexique estime le prix véritable d'un café classique à 11,10 dollars, alors que le prix du marché n'est que de 3,30 dollars. En comparaison avec un café climato-intelligent (CI), son véritable prix est estimé à quelque 3,90 dollars alors que le prix de marché de ce café CI est d'environ 2,90 dollars. Cette recherche conclut que les investissements dans le café climato-intelligent présentent un meilleur retour sur investissement. Grâce à des augmentations de rendement, mais aussi à des gains environnementaux en capital naturel et en piégeage du carbone accru. Cela s'avère rentable, bien qu'un soutien aux agriculteurs pour réaliser cette transition soit requis. L'intégration des coûts et des avantages externes permet l'analyse comparative de différents systèmes de production, et elle abaisse la barre pour une décision d'investissement dans du café produit avec des coûts externes moindres¹⁹.

3.2 Salaire et main-d'œuvre

Des prix bas, une volatilité excessive et des rendements faibles n'influencent pas seulement les revenus des agriculteurs. Ils réduisent également l'intérêt des agriculteurs et des générations futures à s'engager dans la culture du café et cela induit des pénuries de main-d'œuvre pendant la moisson.

Quand les prix des produits du café sont bas alors que la concurrence mondiale est intense, les producteurs sont constamment sous pression pour réduire les coûts, y compris les coûts liés à la main-d'œuvre. L'analyse de la rentabilité des exploitations dans les quatre principaux pays producteurs de café par l'OIC en 2016 confirme que les producteurs de café ont souvent travaillé à perte entre 2006 et 2016, et que le café ne fournit pas un moyen de subsistance viable²⁰. Cela crée une spirale négative du fait qu'il n'y a peu voire pas de financement d'investissement dans les bonnes pratiques agricoles et la durabilité des exploitations. Ce qui induit une diminution de la qualité et des rendements, et signifie des revenus moindres, et ainsi de suite. En dépit d'efforts de mécanisation dans quelques pays producteurs, la production de café implique énormément de travail, requérant une main-d'œuvre aussi vaste

que diversifiée. La main-d'œuvre est le poste le plus important dans le calcul des coûts de la production du café. L'estimation du nombre total d'agriculteurs et d'ouvriers agricoles varie (Encadré 2). Outre la raison évidente (les données dans bon nombre de pays producteurs de café ne sont pas fiables), d'autres facteurs jouent un rôle :

- Pour de nombreux petits producteurs, le café n'est plus la principale activité ni la principale source de revenu. Ils passent à d'autres cultures ou jouent plusieurs rôles économiques pour compléter leurs revenus ;
- Dans des pays où le développement économique crée des possibilités d'emploi plus rémunérateur, bon nombre d'agriculteurs migrent vers des zones urbaines ou à l'étranger. L'exploitation est souvent laissée à leurs épouses et enfants, qui ne sont pas enregistrés comme producteurs de café ;
- Le café est considéré comme une culture d'hommes. Alors que les femmes jouent souvent un rôle central dans la plupart des activités de production, elles restent souvent une main-d'œuvre invisible et négligée. Elles gagnent moins, elles possèdent moins de terres, elles sont moins organisées et moins formées, et elles ont moins de possibilités de leadership ;
- Les agriculteurs ont tendance à arrêter la culture de café en raison d'une diminution des revenus par petite unité agricole due à une combinaison de prix du marché faibles, d'une productivité moindre, de coûts de main-d'œuvre plus élevés ainsi que de ravageurs et de maladies ;
- Pour bon nombre de jeunes agriculteurs, le café est une culture de pauvreté sans avenir. L'accès à l'éducation fournit des possibilités d'emploi en dehors du secteur du café.

13

Encadré 2 : **Qui sont les caféiculteurs ?**

Une profonde connaissance et compréhension des agriculteurs et des travailleurs fait défaut au secteur du café. D'où viennent-ils, quelles sont leurs conditions de travail et combien gagnent-ils ? De meilleures données sont grandement requises sur le profil des 20 à 25 millions petits exploitants agricoles et des 100 millions (estimation vague !) de personnes actives dans la production et la transformation du café vert. Tandis que les données globales sur le nombre et la taille des exploitations de café ne sont pas concluantes, des données précises sur le nombre des agriculteurs et des travailleurs (saisonniers) sont encore plus difficiles à trouver. Une étude détaillée et une modélisation statistique de la dynamique de production agricole pour 20 sources de café majeures sont en cours. Elles fourniront de nouvelles informations, notamment une estimation globale révisée du nombre total de caféiculteurs ainsi qu'un aperçu de la taille des exploitations et des rendements dans les pays inclus²¹.

3.3 Changement climatique et déforestation

En raison des changements climatiques, il est primordial que le secteur du café encourage un système de production du café intégré, ayant un impact réduit sur l'environnement et sur les paysages, pour atteindre tant des objectifs économiques qu'environnementaux, tout en créant la résilience nécessaire face au changement climatique actuel et futur.

Dans la ceinture équatoriale où l'on pratique la caféiculture, le changement climatique influe considérablement sur les rendements et la qualité. La combinaison de températures plus élevées, de sécheresses prolongées, de pluies, de grêles et de gels plus intenses influence la production de café de diverses façons : de la diminution des zones propices à la culture du café à l'augmentation de la pression exercée par les ravageurs et les maladies²². Par exemple, le scolyte du fruit du caféier et la roya, la rouille du

caféier, qui ont fortement frappé les exploitants d'Amérique Centrale, de Colombie et du Pérou. On prévoit que des pays comme le Brésil, l'Inde et l'Ouganda auront perdu plus de 60 % de leurs zones propices à la caféiculture à l'horizon 2050. Même les pays les moins touchés, comme la Colombie et l'Éthiopie, pourraient perdre jusqu'à 30 % de leurs terres propices à la caféiculture¹³.

En parallèle, de nouvelles terres de culture sont dégagées pour la production de café. Cela induit davantage de préoccupations environnementales, en particulier quand la caféiculture atteint des zones reculées. La déforestation est particulièrement préoccupante quand elle se produit dans des régions productrices de café. Étant donné que beaucoup de pays producteurs abritent certains des écosystèmes les plus fragiles du monde, l'expansion de la culture du café menace des habitats irremplaçables d'une valeur de biodiversité particulièrement élevée et peut endommager des fonctions d'écosystème essentielles. La superficie totale consacrée à la production de café est estimée par FAOSTAT à quelque 10,5 millions d'hectares. Les chiffres FAOSTAT montrent un recul par rapport à il y a dix ans, même si la production mondiale a considérablement augmenté au cours de cette période.

Il est dès lors probable que les statistiques respectives par pays de la superficie totale des champs caféicoles soient imprécis et que la superficie globale des terres où le café est cultivé soit en hausse, en raison de l'abandon de la production de café à basses altitudes dû au réchauffement climatique et de la conversion de terres en champs caféicoles pour répondre à une demande croissante^{1/23}.

Les efforts visant à répondre à la demande croissante de café pourraient, à l'horizon 2050, potentiellement doubler, voire tripler, les 10,5 millions d'hectares actuels de terres utilisées dans la production de café^{10/11}. Toutefois, 60 % des terres propices à la production de café en 2050 sont actuellement boisées. Par ailleurs, 20 % seulement sont protégées formellement. La satisfaction de la demande de café future pourrait se faire aux dépens des forêts¹¹. Les données relatives au changement d'utilisation des terres de caféiculture suggèrent qu'outre le Brésil, où les augmentations de production sont poussées par la technologie, les pays où la production de café est en pleine expansion, notamment le Vietnam, l'Indonésie, l'Éthiopie et le Pérou, de nouvelles terres destinées à la production de café ont souvent induit une déforestation. Les forêts sont converties en systèmes de production de café légèrement ombragés ou en plein soleil laissant peu voire pas d'arbres du tout. L'augmentation annuelle est susceptible d'être nettement supérieure à 100.000 ha, soit l'équivalent de 548 (!) terrains de football déboisés par jour. Le chiffre exact est impossible à déterminer, car les données sont imprécises voire inexistantes^{1/24}.

Cette conversion est incitée par les soi-disant performances économiques supérieures des systèmes intensifiés, visant l'augmentation des recettes à court terme. L'idée d'intensifier la production de café a germé dans les années 70 et ce modèle est devenu dominant : cela favorise la réduction voire l'élimination des arbres d'ombrage, la plantation (en forte densité) de nouvelles variétés de café en monoculture et l'utilisation d'engrais et de pesticides chimiques²⁵. Par conséquent, une grande partie des zones de production de café au monde entier n'est plus ombragée, et seulement un quart de la production de café se fait sous ombrage diversifié multicouche^{26/27}. La revitalisation de l'importance de l'ombre dans un système de production de café dit agroforestier, peut fournir une multitude de services environnementaux, y compris le piégeage du carbone, la protection des bassins versants et des sources d'eau, ainsi que la préservation de la biodiversité²⁵. Alors que les systèmes de culture en plein soleil peuvent avoir des rendements supérieurs, le rapport coût-efficacité et la rentabilité sont plus intéressants dans des systèmes de culture sous ombrage et à petite échelle. La valeur des arbres à long terme, les coûts de production inférieurs par pied de café et le prix plus élevé au kilogramme promeuvent clairement une exploitation agricole intégrée²⁸.

La préservation des forêts combinée à l'agroforesterie peut concilier les objectifs économiques et environnementaux. Puisque le café est une plante vivace qui dure 20 à 30 ans, on parle d'une planification et d'un investissement à long terme. Toutefois, puisque les petits producteurs de café luttent pour survivre à cause des petites parcelles agricoles et de la faible productivité, une approche à court terme prévaut bien souvent. Par exemple, la rénovation structurelle (replanter) et la réhabilitation (élaguer sérieusement) des caféiers sont cruciales pour accroître et maintenir les niveaux de productivité. Un guide récent souligne qu'à travers le monde, 4 millions d'hectares de petites parcelles de caféiculture ont besoin d'une rénovation et d'une réhabilitation (R&R), ce qui équivaut à l'ensemble de la superficie cultivée du Brésil, du Vietnam, de la Colombie et de l'Éthiopie²⁹.

Aperçu des défis sociaux, économiques et environnementaux au niveau du producteur⁴¹

	Niveau du petit producteur	Niveau de la ferme
Défis sociaux	<ul style="list-style-type: none"> Insécurité alimentaire Malnutrition Faible accès à l'éducation et aux soins de santé Inégalité entre les sexes Vieillesse des communautés agricoles Migration et jeunes qui quittent la caféiculture 	<ul style="list-style-type: none"> Travail forcé Accès limité à l'eau potable Mauvaises conditions de vie Discrimination Inégalité entre les sexes Harcèlement sexuel
Défis économiques	<ul style="list-style-type: none"> Volatilité des prix des grains de café vert Faible productivité Manque de crédit agricole Manque d'informations sur les marchés Manque d'accès direct aux marchés Augmentation du coût de la vie Vieillesse des caféiers Insécurité du régime foncier Accès limité aux instruments d'assurance Faibles services des organisations paysannes Pas de minimum vital Fiscalité-taxes 	<ul style="list-style-type: none"> Volatilité des prix des grains de café vert Forte précarisation du travail Sans-emploi et sous-emploi Salaires minimaux formels faibles Pas de minimum vital Manque de diversification des revenus (en particulier pour les travailleurs saisonniers) Fiscalité-taxes Liberté d'association partielle/non garantie Conventions collectives limitées
Défis environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> Conversion de l'habitat forestier primaire – déforestation – perte de biodiversité et destruction d'habitats – érosion et dégradation des sols – utilisation agrochimique et infiltration – dégradation de la qualité de l'eau et de l'approvisionnement en eau – gestion des eaux usées limitée – eutrophisation – ravageurs et maladies – monoculture en plein soleil 	

4 Engagements en matière de durabilité

16

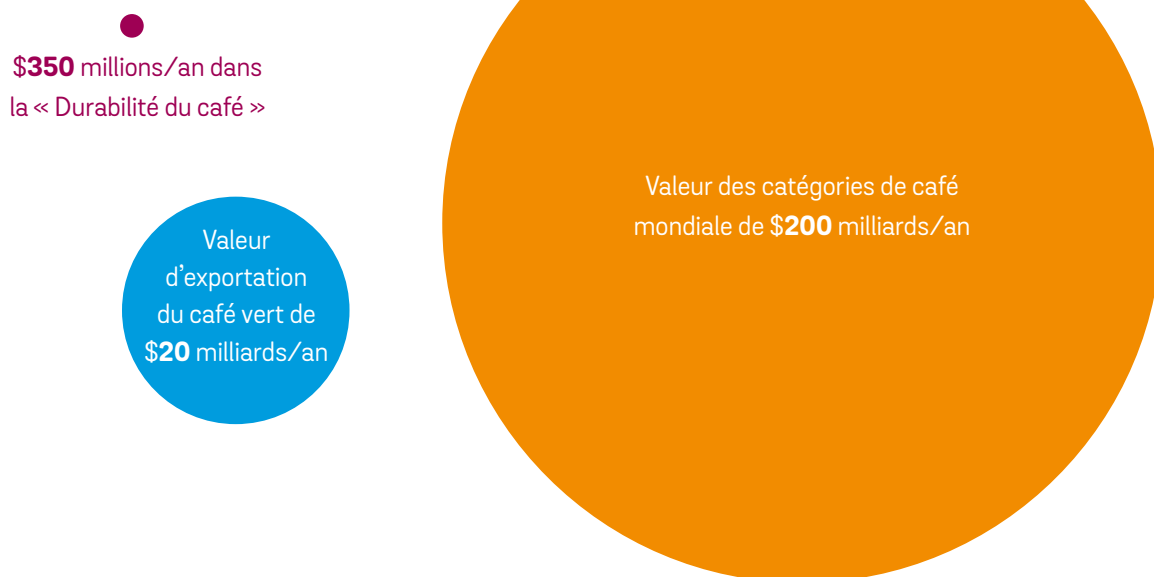
L'accent mis sur la rentabilité à court terme semble compromettre le niveau d'ambition, les investissements et l'impact des engagements des entreprises en matière de durabilité. Les entreprises répugnent à intégrer des externalités dans leur modèle commercial, ce qui entrave un changement fondamental de l'industrie mondiale du café.

4.1 Investissements en matière de durabilité

Les facteurs de stress en matière de durabilité, comme la pauvreté, les pénuries de main-d'œuvre et le changement climatique, induiront des chocs et des surprises. Afin d'éviter des conséquences potentiellement de grande portée, à savoir un effondrement complet du secteur du café, les parties prenantes doivent être proactives et définir des réponses pour relever ces défis. Les entreprises du café ont la possibilité, en termes de ressources, de présence mondiale et de motivation commerciale, de contribuer sensiblement à l'atténuation des principaux risques mondiaux du secteur du café. Dans cette industrie dont la valeur annuelle est aujourd'hui de 200 milliards de dollars, l'investissement total dans les efforts en matière de durabilité représente un budget annuel estimé à 350 millions de dollars^{15/30}.

Si l'on se penche sur ce chiffre, on constate qu'au moins 50 % de ces fonds sont générés au moyen de primes pour le café certifié. Environ 20 % sont des investissements directs du secteur privé, et encore 20 % des financements émanant de donateurs étrangers. Un autre 10 % est disponible à partir de sources de financement non définies³⁰. Il va sans dire qu'il y a un sérieux sous-investissement, puisque pratiquement zéro pour cent des bénéfices sont réinvestis dans l'amélioration de la durabilité de la production dans la chaîne de valeur du café.

Figure 4 : **Inégalité dans la chaîne de valeur du café**



4.2 Normes volontaires de durabilité

En tant que produit populaire, le café a longtemps été le premier des produits agricoles à tenter et tester des pratiques de durabilité innovantes en vue de la transformation du secteur.

En particulier, les systèmes de certification et de contrôle de la production du café se sont profilés comme une stratégie de plus en plus populaire pour garantir la durabilité de la chaîne de valeur du café. En l'absence de réglementations publiques efficaces dans de nombreux pays producteurs de café, des normes volontaires de durabilité (NVD) se sont présentées comme des outils réglementaires prometteurs pour améliorer la durabilité économique, environnementale et sociale de la production de café³¹.

La surveillance et la certification indépendantes sont au cœur des principales normes de production de café : Organic (IFOAM 1995), Fairtrade (FLO 1997), Rainforest Alliance (RA 1995) et UTZ Certified (UTZ 2002). Nespresso de Nestlé suit ses propres directives AAA (AAA 2003), tandis que Starbucks a développé ses propres normes C.A.F.E. Practices (CAFE 2004). Le respect du 4C Common Code for the Coffee Community (4C 2007) peut être démontré par le 4C Verification System.

Si oui ou non ces initiatives ont connu l'impact souhaité, quelles initiatives précisément et à quel niveau, est le sujet de débats chauds. De nombreux doutes subsistent : ces NVD se traduiront-elles vraiment dans un système efficace qui bénéficie économiquement aux producteurs de café, qui garantit des droits aux travailleurs et qui aborde l'adaptation nécessaire au changement climatique ? Il existe une riche littérature et un bon nombre de données, de rapports et d'analyses sur le rôle des NVD dans l'amélioration des conditions économiques, sociales et environnementales des agriculteurs et de leurs communautés. Plusieurs études ont examiné les effets de la certification du café Fairtrade et bio sur les moyens de subsistance des petits agriculteurs. Beaucoup d'autres se sont penchées sur les conséquences de l'intégration de normes de cafés durables de tiers, en particulier la certification RA et UTZ.

D'une part, il y a des preuves de rendements plus élevés, d'un meilleur accès au crédit, d'organisations paysannes plus fortes et d'une adoption accrue de pratiques de caféiculture respectueuses de l'environnement. D'autre part, les NVD ont tendance à exclure les producteurs les plus pauvres et les plus marginalisés. Ils sont incapables de respecter les exigences de production strictes et leur situation s'aggrave même, en raison des coûts accrus que leur répercutent les acheteurs. Il reste difficile de comparer et de référencer indépendamment les différentes NVD et leur impact. Car outre les normes, il convient d'évaluer les mécanismes et les principes de mise en œuvre, le suivi et le processus d'amélioration continue. Ce qui est primordial dans ce débat, c'est la norme de durabilité minimale définie par le secteur même, mais la mise en œuvre, le suivi et l'impact de cette 'norme' minimale 4C ont été à peine étudiés. Par exemple, la théorie sous-jacente à l'approche progressive 4C – une incitation à l'amélioration continue des bonnes pratiques en matière d'agriculture et de gestion – n'a pas encore été mise en pratique à grande échelle.

La consolidation du marché du café complique la coexistence de normes comparables. Bien que 4C représente le plus gros volume de café contrôlé (soit la moitié du volume total du café certifié et contrôlé), la norme minimale de l'industrie a traversé une période mouvementée. Depuis la création de la Global Coffee Platform en 2016 (voir le chapitre 5), le programme 4C a été exploité de façon indépendante par une entité récemment créée appelée Coffee Assurance Services (CAS). En 2018, la norme 4C a été acquise par MEO Carbon Solutions, ce qui soutiendra la robustesse du 4C Verification System. Cette entreprise vise à moderniser le protocole de transparence et de redevabilité de la norme³².

En juin 2017, UTZ et RA ont annoncé leur fusion, créant ainsi une nouvelle organisation qui conservera le nom Rainforest Alliance. En 2019, UTZ et RA clôtureront une consultation publique et présenteront une nouvelle norme unique. La combinaison de leurs parts de marché dans le secteur du café renforcera considérablement leur position (plus de 30 %). Le nouveau Rainforest Alliance a un objectif audacieux et ambitieux : « accélérer et intensifier notre travail afin de relever les défis les plus urgents de notre temps : le changement climatique, les inégalités sociales, la pauvreté rurale et la perte de biodiversité »³³. Reste à voir si cela pourra s'inscrire, par exemple, dans la stratégie de durabilité de JDE (Encadré 3).

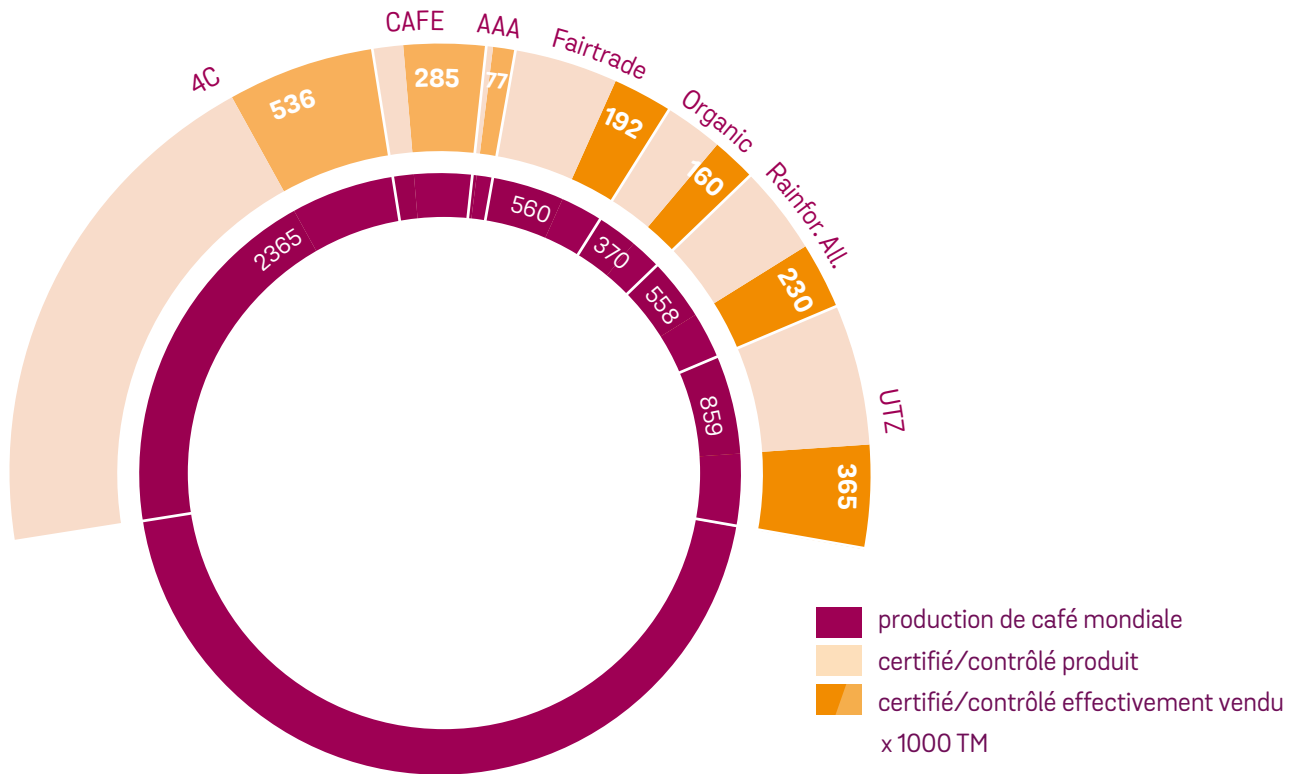
Encadré 3 : Fusions et durabilité

En 2013/14, Mondelez était le principal client du café certifié RA, alors que Sara Lee (devenue DE Master Blenders 1753) était le principal acheteur d'UTZ, fournissant 25 % d'UTZ Certified à travers tous ses marchés et segments de produits⁴¹. En 2014, Jacobs Douwe Egberts (JDE) a été créée par JAB Coffee, fusionnant la division de café internationale de Mondelez avec DE Master Blenders. Une autre entreprise de café non négligeable est la division café de Kraft, devenue Kraft-Heinz en 2015, qui cible le marché de café de masse aux États-Unis. Tout en reconnaissant les défis qu'impliquent ces fusions et acquisitions pour la stabilité des stratégies de durabilité, il est à noter que puisque ces fusions sont devenues effectives, tant JDE que Kraft-Heinz doivent toujours annoncer des engagements concrets par rapport à leur approvisionnement en café durable et leurs investissements liés à cela.

La Figure 5 indique que toutes les NVD sont parvenues à accroître leurs volumes de café certifié/contrôlé. Le volume en 2016/17 couvre 55 % de la production mondiale de café, dont 20 % sont fournis comme café conforme à la norme définie par l'industrie. L'écart entre le volume disponible au niveau

des producteurs et le volume que les acheteurs ont bel et bien fourni comme conforme à des normes s'est élargi depuis 2013/14⁴¹. Les conditions dans lesquelles la certification sera une option viable pour les agriculteurs restent fortement liées au contexte de production spécifique, autant que la question s'il existe un marché intéressant pour leur café certifié.

Figure 5 : **Part de marché mondiale et demande NVD en 2017**



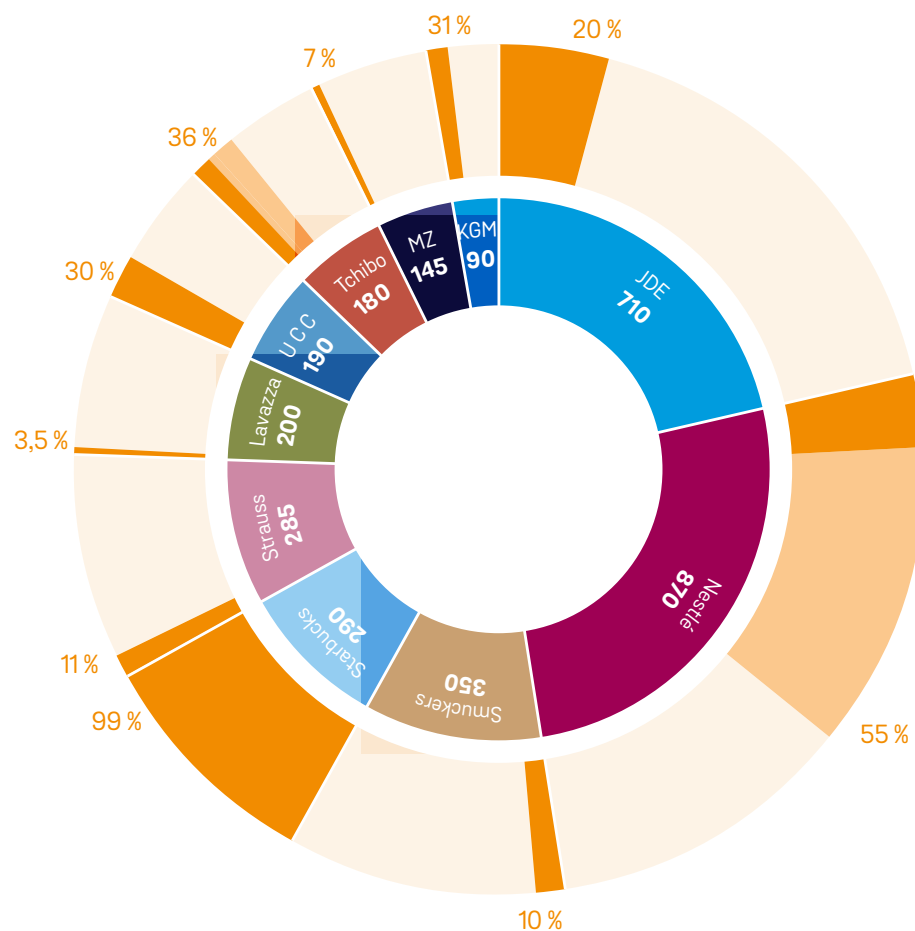
4.3 Demande du marché

Les tendances de café d'aujourd'hui incluent la premiumisation, la commodité, la personnalisation, l'origine unique et les différents types de torréfaction. Une étude de marché indique que les consommateurs, en particulier en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, apprécient des aspects comme l'approvisionnement éthique, la durabilité et la certification. Alors que la quantification de ces valeurs reste difficile, la génération Y en particulier est de plus en plus sensible aux questions de durabilité associées à la production du café³⁴. La fragmentation et les dynamiques du marché dit durable contribuent à des niveaux de confusion élevés chez les consommateurs éthiques, comme ils sont confrontés à divers labels et étiquettes et à différentes déclarations de durabilité.

De nos jours, tous les torréfacteurs de café multinationaux s'engagent dans le débat sur l'approvisionnement et le commerce durables de leur café. Des préoccupations éthiques et environnementales ont été les premiers déclencheurs de ce débat, qui s'est désormais étendu à d'autres préoccupations comme la réputation de la marque et la confiance des consommateurs, ainsi que l'amélioration de la qualité et de la rentabilité. Les labels Fairtrade, bio, Rainforest Alliance et UTZ ont permis aux entre-

Figure 6 : **Top dix des torréfacteurs de café ; part de marché et demande NVD en 2017**

20



Cercle interne : Volume de café vert en 2016/17

Cercle externe : pourcentage de volume acheté comme certifié ou contrôlé

- = volume certifié
- = volume contrôlé

x 1000 TM

prises de distinguer leurs marques et de démontrer leurs engagements en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE). Toutefois, surpasser la concurrence sur les mérites de durabilité est devenu de plus en plus difficile, car la plupart des entreprises et des détaillants proposent une panoplie de produits certifiés à leurs consommateurs sensibilisés sur les plans environnemental et éthique.

À la suite des fusions et acquisitions abordées au chapitre 2, notre top dix 2018 des torréfacteurs de café diffère sensiblement du classement du Baromètre du café de 2014⁴¹. En outre, les volumes de café certifié et contrôlé achetés par ce top dix tendent à varier. Cela est partiellement dû à l'intérêt des entreprises de café de préserver leur autonomie et leur identité. Mais cela est aussi partiellement dû aux diverses opinions émises sur ce que représente une norme de durabilité. En raison de leur nature volontaire, l'acceptation à long terme par le marché est un facteur essentiel à la croissance de toute NVD. Alors que Nestlé et Tchibo consolident leurs volumes, les deux entreprises fournissent des parts plus importantes de café certifié RA et contrôlé 4C. Bien que le volume total de Starbucks ait augmenté de manière significative, elle a été en mesure de se procurer 99 % de son café conformément

à ses lignes directrices C.A.F.E. Practices. UCC a augmenté ses achats de café NVD pour le marché européen, une stratégie également suivie par Strauss. Les entreprises italiennes Lavazza et Massimo Zanetti fournissent du café certifié à des marchés spécifiques. JM Smuckers affirme que 10 % de son volume est certifié. Le volume de café de Keurig Green Mountain a légèrement diminué, tandis que son approvisionnement en cafés conformes aux NVD reste à un tiers. Jacobs Douwe Egberts (JDE), l'autre entreprise de ce top dix appartenant à JAB Coffee Holding, indique compter 20 % de cafés conformes aux NVD dans son volume global.

4.4 Options d'approvisionnement durable

De toute évidence, les normes et la certification ne sont en aucun cas une panacée et requièrent un engagement soutenu au développement de capacités et à des investissements à long terme³⁵. Alors que les NVD sont utiles à la différenciation d'un produit sur le marché final, elles contribuent peu à modifier les dynamiques de pouvoir qui maintiennent une situation non durable dans laquelle les caféiculteurs supportent la plupart des coûts en retirant le moins de bénéfices. L'approvisionnement en café certifié et contrôlé peut être organisé de façon peu interventionniste par des torréfacteurs qui doivent juste préciser quel type de café et de certification ils achètent auprès des négociants.

Les exigences en matière de durabilité NVD ne s'appliquent bien souvent qu'au niveau de l'exploitation, tandis que les détaillants préfèrent une certification de chaîne de contrôle pour tous les maillons de la chaîne logistique, y compris tous les commerçants et les transformateurs, ou un système de traçabilité sophistiqué qui peut vérifier si un produit de café étiqueté provient d'une source spécifique. Ces dernières années, plusieurs détaillants, torréfacteurs et fournisseurs de cafés verts ont commencé à développer leurs propres programmes d'approvisionnement durable internes, souvent en partenariat avec des organisations NVD existantes.

Un nombre croissant d'entreprises ajoutent des critères propres à ceux des NVD ou les contournent simplement, tout en adoptant une approche d'approvisionnement direct. Ces programmes sont déployés sous différents noms, notamment Responsible Sourcing, Direct Trade et Ethically Sourced. Comme pour tout programme développé en privé, on peut craindre qu'ils ne puissent pas offrir beaucoup d'avantages aux producteurs ou qu'ils ne soient qu'une pâle copie de pratiques de durabilité efficaces.

Toutefois, s'ils sont bien exécutés, de tels programmes d'approvisionnement durable peuvent générer une plus-value substantielle. Les meilleurs ont tendance à s'aligner à cette définition générale : **Une relation reconnue avec les producteurs qui va au-delà des transactions commerciales, incluant un sens d'équité qui se manifeste dans des processus transparents et mutuels qui promeuvent les meilleures pratiques dans la production et la transformation de café, afin de sauvegarder les droits et le bien-être des producteurs, des travailleurs, de la communauté et de l'environnement.** Cela décrit une relation plus équilibrée entre les acheteurs, les vendeurs et les prestataires de services qui recherchent en toute transparence un bénéfice mutuel. Alors que les acheteurs devraient respecter cette définition de façon idéale, bon nombre de ces programmes manquent de transparence, certains manquent d'un véritable input ou avis exprimés par les producteurs en la matière, et certains se concentrent essentiellement sur quelques aspects spécifiques et ne prennent pas suffisamment en compte tous les aspects requis énumérés (Voir les clés d'un programme d'approvisionnement durable couronné de succès, page 35 dans l'Annexe).

Aperçu de 10 torréfacteurs et de 5 commerçants de café

De nombreux torréfacteurs et négociants de café publient des rapports annuels portant sur les trois piliers de la durabilité. Toutefois, la plupart de ces rapports ne mentionnent pas la problématique des limites et des demandes imposées aux ressources économiques, environnementales et sociales dans le secteur du café. Il n'y a aucun consensus sur la façon dont on devrait rapporter sur la RSE, ni sur le format ou le niveau de détail requis. Certaines entreprises de café suivent les lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) qui fournit un cadre commun et promeut la comparabilité entre les rapports. Le secteur du café a un criant besoin de consensus sur un système valable pour mesurer les progrès en matière de durabilité et les rapporter de façon cohérente. Une approche équilibrée qui permet aux entreprises de comparer leurs performances avec leurs pairs et le secteur dans son ensemble, et qui offre la flexibilité de répondre aux besoins d'information spécifiques des différentes parties prenantes. En examinant les politiques de durabilité, les priorités et les actions des entreprises, des cadres de reporting et des méthodologies sont requis pour garantir transparence et crédibilité (voir Chapitre 5).

Nestlé

Nestlé estime les NVD vérifiées et certifiées comme son principal outil de Responsible Sourcing pour le café vert. Nescafé crée une plus-value partagée en achetant un café Responsibly Sourced, se conformant ainsi au moins à la norme 4C tout en créant un impact positif pour les cultivateurs de café, leurs communautés et les paysages environnants. En 2017, on dénombrait des programmes agri-services dans 17 pays producteurs de café à travers l'Amérique Latine, l'Asie et l'Afrique, touchant plus de 100 000 agriculteurs chaque année. Nescafé ambitionne l'approvisionnement responsable (Responsibly Sourced) pour 70 % de son café vert à l'horizon 2020.

Le Programme Nespresso AAA Sustainable Quality™, instauré en 2003 en collaboration avec Rainforest Alliance, s'appuie sur des partenariats de longue durée avec des agriculteurs, des fournisseurs de café, des coopératives et des ONG, et soutient une vision d'agriculture régénératrice. Les pratiques NVD vérifiées et certifiées ainsi que la qualité et la productivité sont au centre de ce programme d'approvisionnement responsable. Depuis 2014, le programme vise également des solutions pour des défis systémiques plus vastes auxquels sont confrontées les communautés agricoles, comme le changement climatique et la sécurité sociale. Il offre : assistance technique, formation,

prime sur la qualité et inclusion dans des projets cofinancés comme des caisses d'épargne pension, de l'agroforesterie, des solutions de traitement de l'eau. Grâce au réseau comptant plus de 450 agronomes, le programme couvre plus de 75 000 producteurs dans 12 pays, induisant un investissement de 35 millions de dollars par an.

JDE

En 2017, JDE a lancé le « JDE Supplier Initiative », un programme qui devrait cerner et résoudre les problèmes prioritaires dans la chaîne d'approvisionnement du café. Il s'agit d'un effort à inclure le grand groupe d'agriculteurs non organisés qui ne font pas partie des projets NVD en cours. Basé sur des recherches sur l'évaluation de la durabilité de ses fournisseurs, UTZ et des ONG comme Enveritas, Verite, et autres, JDE poursuit l'amélioration continue des pratiques de durabilité de ses fournisseurs et de leurs agriculteurs. La Supplier Initiative inclura un outil permettant d'évaluer efficacement les risques de durabilité dans la chaîne d'approvisionnement, afin de résoudre les problèmes sociaux et environnementaux cernés.

Aujourd'hui, plus de 20 % du portefeuille de café de JDE contient du café vert certifié ou vérifié dans une variété croissante d'offres premium à travers sa division « out-of-home ». Depuis la privatisation de Douwe Egberts (2013) et la récente

fusion avec Jacobs (2015), l'entreprise a continué à investir dans le soutien aux agriculteurs dans les pays d'origine. Au cours des 20 dernières années et dans 12 pays, plus de 40 millions de dollars ont été investis dans la formation des agriculteurs et plus de 216 000 petits producteurs de café ont été directement impactés. À l'avenir, l'entreprise prévoit de continuer à explorer de nouvelles lignes de produits certifiés et vérifiés en réponse à l'évolution des tendances de consommation.

La J.M. Smucker Company

Depuis 2015, la J.M. Smucker Company achète 10 % de son café vert certifié UTZ et/ou RA. Elle prévoit de poursuivre l'approvisionnement de 10 % de l'ensemble de son café au détail selon les NDV certifiées. En outre, le programme Smallholder Support and Integrated Environmental Efforts de Smucker améliore les moyens de subsistance des agriculteurs grâce à l'approvisionnement responsable, au soutien aux petits exploitants et aux efforts environnementaux intégrés. En partenariat avec diverses organisations de développement, l'entreprise soutient le développement de méthodes qui permettent l'augmentation des rendements de production de telle façon que les ressources naturelles soient protégées (rapport RSE 2017).

Starbucks

Starbucks considère la durabilité comme partie intégrante de son modèle commercial et non pas comme un coût distinct. Ses pratiques d'approvisionnement éthique sont formalisées dans sa propre norme de durabilité (C.A.F.E. Practices), qui couvre 99 % du volume de café vert acheté. Pour aller au-delà de son engagement d'approvisionnement éthique à 100 %, Starbucks investit dans le Sustainable Coffee Challenge (SCC), dans le but de faire en sorte que le café soit le premier produit agricole réellement durable. Outre les formations dans les Starbucks Farmer Support Centers, destinées à prodiguer une formation à 200 000 producteurs de café à l'horizon 2020 et à améliorer la durabilité à long terme de leurs récoltes et moyens

de subsistance, l'entreprise facilite l'accès au crédit pour les petits exploitants (pour satisfaire aux normes) et stimule des opérations de reboisement. Elle fournira 100 millions d'arbres aux agriculteurs d'ici à 2025, dans le cadre d'un engagement au sein du SCC de planter 1 milliard de nouveaux caféiers. En 2017, Starbucks a lancé le premier titre de durabilité du monde, un instrument de financement (par emprunt) d'un milliard de dollars pour développer ses activités et spécifiquement améliorer ses performances sociales et environnementales.

Strauss Coffee

En 2016, Strauss Coffee a lancé son programme « More than a Cup » pour soutenir les femmes producteurs de café et l'égalité des sexes dans les organisations et les communautés des caféiculteurs. En 2017, le programme comprenait 6 partenariats et à long terme, l'objectif est de travailler dans le monde entier avec plusieurs coopératives de femmes ainsi qu'avec des fermes où travaillent des femmes. Strauss espère que cette approche de durabilité créera potentiellement des effets positifs plus tangibles et visibles dans les communautés de production de café et générera davantage d'engagement de la part des employés. La demande de café certifié par les clients de Strauss reste limitée ce qui fait que, en 2017, l'entreprise n'a fourni que 11 % de son volume total au marché européen comme café vérifié 4C.

Lavazza

Lavazza a amorcé un processus visant à sensibiliser ses principaux fournisseurs à la durabilité, afin d'encourager également un engagement tangible de leur côté face aux défis sociaux et environnementaux. Lavazza ne voit pas énormément de valeur ajoutée dans les NVD pour ses fournisseurs, et ne fournit que de petites quantités de café certifié à des marchés spécifiques. L'attention de Lavazza au changement climatique par l'application d'une méthodologie d'évaluation du cycle de vie, peut être estimée dans son rapport RSE 2016. La société occupe un rôle de premier plan dans l'initia-

tive multipartite Coffee & Climate et divers projets RSE menés dans 14 pays soutiennent l'intégration de pratiques durables dans le modèle commercial. Depuis 2017, un nouveau projet se concentre sur la formation des producteurs de café et des jeunes sur la qualité du café vert et le « barismo », l'art de faire du bon café, en partageant le savoir-faire de l'entreprise dans le domaine du café.

KraftHeinz

Le propriétaire de diverses grandes marques, comme Maxwell House et Gevalia, ne publie aucune information sur ses pratiques et politiques en matière de durabilité du café.

Tchibo

L'objectif à moyen terme de Tchibo est de proposer uniquement des cafés satisfaisant aux exigences tant écologiques que sociales et économiques. Aucun calendrier exact n'a été défini. En 2016, plus de 36 % des cafés achetés ont été vérifiés ou certifiés. De ce volume, 56 % étaient du café vérifié 4C. Depuis 2016, Tchibo a changé son approche par rapport au café vérifié 4C. De son point de vue, le système de validation de 4C est insuffisant pour encourager les améliorations durables nécessaires. Par conséquent, l'approvisionnement de 4C sera réduit de 8 % au total à l'horizon 2020. En contrepartie, Tchibo va investir davantage dans son propre programme Tchibo Joint Forces! Smallholder Qualification et « Mainstreaming Sustainable Coffee Production ».

UCC

L'Ueshima Coffee Company (UCC) est une organisation mondiale du café essentiellement active en Europe, au Japon et sur les marchés asiatiques. Elle produit des cafés privés et de marque. La compagnie a acheté près de 30 000 TM de café vert certifié (UTZ/RFA/FT/Organic), en raison de la demande émanant principalement des clients de détail de l'UE. L'entreprise espère que la part de café certifié continuera à augmenter à mesure que davantage de parties prenantes intégreront la durabilité dans leurs principales activités commerciales.

UCC n'a publié aucun engagement futur spécifique quant à l'approvisionnement en café durable.

Massimo Zanetti Beverage Group

La traçabilité de l'approvisionnement est un élément important du modèle de gestion et d'organisation du groupe. Le suivi et l'évaluation des performances des fournisseurs par rapport à la qualité, la durabilité, la traçabilité et la protection des droits humains dans la chaîne d'approvisionnement relèvent de la responsabilité des entreprises individuelles au sein du groupe. Dans l'ensemble, le groupe n'a pas fixé de cible spécifique par rapport à l'approvisionnement de café certifié, mais les entreprises du groupe peuvent le faire. Meira Oy Ltd, 9 % du volume total du groupe, s'est fixé l'objectif d'augmenter son pourcentage de café certifié, de 25 % en 2018 à 100 % en 2022.

Keurig Green Mountain

En 2020, l'entreprise envisage de s'approvisionner à 100 % en café vert selon les Keurig Green Mountain Responsible Sourcing Guidelines. En outre, Keurig est déterminée à engager 1 million de personnes dans ses chaînes d'approvisionnement à améliorer considérablement leurs moyens de subsistance, y compris l'accès à l'eau et la résilience face aux changements climatiques. En 2016, Keurig a acheté 23 000 TM de café certifié, principalement Fairtrade, avec une petite quantité de RA et Organic, soit 25 % de sa quantité totale de café, ce qui représente une baisse, car ce volume était de 31 % en 2013. En 2017, la compagnie était de nouveau sur la bonne voie avec 31 % du total.

Neumann Kaffee Gruppe (NKG)

L'entreprise soutient l'expansion des programmes de formation aux agriculteurs et collabore avec ses clients pour développer des alternatives au-delà de l'approvisionnement de café certifié, qui n'est que la première des nombreuses étapes à suivre. Par le biais de partenariats stratégiques des deux côtés de la chaîne d'approvisionnement, l'entreprise favorise une économie de café durable au moyen de diverses initiatives en matière de durabilité : en 2001,

NKG a lancé l'initiative International Coffee Partners (ICP) ensemble avec les principaux torréfacteurs de café d'Europe afin de promouvoir la durabilité dans le secteur du café. La mission de l'ICP est de développer, de mener et d'intensifier des projets de meilleures pratiques en partenariat avec les petits exploitants agricoles du monde entier. En 2005, la famille Neumann a fondé une ONG indépendante, Hanns R. Neumann Stiftung (HRNS). Cette organisation promeut une économie du café plus durable par l'implémentation de projets de développement basés sur le café. En 2010, NKG a cherché des alliés issus de l'industrie et d'organisations gouvernementales pour lancer l'initiative pré-concurrentielle Coffee & Climate (c&c). Cette initiative favorise des pratiques d'atténuation du changement climatique ainsi que des pratiques d'adaptation dans des zones de production clés du monde entier.

Louis Dreyfus Company

L'objectif de l'entreprise est d'augmenter le pourcentage de café certifié à 17 % à l'horizon 2020. La stratégie de Louis Dreyfus Company (LDC) repose sur deux principaux piliers, à savoir l'expansion de la production de café NVD et la mise en œuvre d'initiatives de durabilité à l'origine pour soutenir les communautés de caféiculteurs. Pour y arriver, LDC implique des partenaires comme des torréfacteurs, des ONG, des donateurs externes, des programmes locaux, etc. En 2016, Dreyfus a lancé des projets de formation agricoles en Colombie et au Vietnam, avec une forte implication de JDE et d'IDH.

ECOM Agroindustrial Corporation Ltd.

Pour ECOM, la durabilité signifie l'amélioration de la productivité et de la qualité au niveau des petites exploitations, menant à des coûts inférieurs et des revenus plus élevés. L'objectif d'un côté est que ces exploitations ont un meilleur rendement et produisent un café de meilleure qualité, et d'un autre côté, que la caféiculture se profile comme un métier digne et rentable pour les années à venir. ECOM se targue d'être présente à la base dans les communautés productrices de café, en soutenant ses clients producteurs grâce à des services d'agro-

nomie appelés Sustainable Management Services (SMS) et en satisfaisant aux agendas en durabilité de ses clients torréfacteurs. ECOM entend promouvoir une production plus durable avec l'outil interne de SMS, en combinant la technologie de la culture à la technologie de l'information. Cet outil assure une assistance technique, du nouveau matériel végétal et de meilleures pratiques pour l'amélioration de la productivité et de la qualité. Il vise également à améliorer les conditions économiques, sociales, environnementales et sanitaires des producteurs de café et de leurs familles. En 2006, ECOM a inauguré ECOM Foundation qui met des projets sur pied dans les pays producteurs de café.

Volcafe Ltd

Volcafe préfère ne pas communiquer sur sa part de marché et ses volumes de café certifié/vérifié. Nous estimons leur part de marché proche de celle d'ECOM. La politique de l'entreprise par rapport au café conforme aux NVD dépend de la demande du marché. En 2014, Volcafe a lancé sa stratégie d'approvisionnement durable, la « Volcafe Way », un organisme d'aide agricole destiné à fournir une assistance technique directe aux agriculteurs. En outre, Volcafe met en œuvre des projets communautaires dans la plupart des pays d'origine, notamment la construction d'écoles, la mise en place de pépinières de café, la stimulation de mesures d'atténuation du changement climatique et la lutte contre le travail des enfants.

Sucafina S.A.

La politique de Sucafina par rapport au café certifié est de satisfaire à la demande des clients. L'entreprise réinvestit au moins 1 % de son bénéfice annuel dans des communautés de caféiculteurs et s'engage dans plusieurs programmes de développement durable (réduction de la pauvreté, inclusivité, protection de l'environnement/paysage et adaptation/résilience au changement climatique, droits humains). Sucafina collabore avec de nombreuses parties prenantes dans les pays de production et de consommation de café pour proposer un café durable.

5 Collaboration du secteur du café

26

Pour faire du secteur du café un secteur entièrement durable, et pour relever les défis complexes auxquels sont confrontés les producteurs de café, les entreprises individuelles doivent faire abstraction de leurs différences concurrentielles et véritablement s'engager dans des investissements conjoints au niveau local.

5.1 Une vision globale

En 2014, quelques leaders du secteur ont développé conjointement une vision pour la durabilité du café qui a débouché sur Vision 2020, un appel à un meilleur alignement des efforts en matière de durabilité dans le secteur du café : « Une approche collaborative entre des acteurs publics et privés pour encourager les caféiculteurs résilients, améliorer les moyens de subsistance et créer des communautés agricoles fortes »³⁶. Fin 2017, les mêmes dirigeants ont confirmé leur collaboration sous la bannière de Vision 2030, soulignant la collaboration publique-privée entre l'International Coffee Organisation (ICO) et la Global Coffee Platform (GCP)³⁷. La seule vraie nouvelle partie étant une référence spécifique aux objectifs de développement durable (ODD), les parties prenantes de cette Vision 2030 ont reporté le délai de 10 nouvelles années.

L'élément positif de tels cadres mondiaux qui émergent, comme les ODD et les Accords de Paris sur le climat, est qu'ils fournissent un programme et un langage communs pour les parties prenantes. Les entreprises peuvent utiliser les ODD comme un cadre général pour façonner, diriger, communiquer et rapporter sur leurs stratégies, objectifs et activités, leur permettant de profiter d'une gamme d'avantages comme la détermination de futures opportunités commerciales, la valorisation de la durabilité de leur entreprise, le renforcement des relations avec les parties prenantes et le monitoring permanent des développements politiques, la stabilisation des sociétés et des marchés, et l'utilisation d'un langage commun et la définition d'un but commun parmi des parties prenantes³⁸. Pour démontrer l'effectivité du secteur du café dans la réalisation de gains en matière de durabilité, il est nécessaire de définir des indicateurs de performance clés (KPI) pour mesurer le progrès au niveau du secteur. Identifier ces KPI spécifiques et leur importance relative fait l'objet d'un débat continu. Il s'agit de l'un des nombreux sujets des discussions qui se tiennent dans plusieurs Initiatives Multi-Partites (IMP) dans et en dehors du secteur du café.

Encadré 4 : **Rôle des gouvernements**

Afin de maintenir un niveau de réalisme de ce qui peut être obtenu en travaillant sur un secteur du café durable, il est important de préciser que nous avons délibérément omis le rôle des gouvernements des pays producteurs et consommateurs. Donner un aperçu général du contexte de gouvernance, des dynamiques de pouvoir, des politiques et des lois, tant au niveau national qu'au niveau international, est au-delà de la portée du présent document.

Un exemple récent est le retrait du gouvernement des États-Unis de l'Organisation internationale du Café (OIC, avril 2018). Cela ne profitera pas à l'efficacité de la collaboration intergouvernementale ni aux Initiatives multipartites mondiales. L'OIC devra trouver des moyens novateurs et efficaces pour promouvoir un secteur plus durable et moins volatil qui bénéficie à toutes les parties prenantes du commerce du café.

27

5.2 Initiatives multipartites

Ces IMP sont très diverses en termes de taille, de thématique ou de représentation géographique. Nous nous penchons en l'occurrence sur les principales initiatives qui se concentrent sur une transformation sectorielle durable. Les plus grandes plateformes sont la Global Coffee Platform (GCP) et le Sustainable Coffee Challenge (SCC). Parmi les plateformes plus petites qui se concentrent sur des thèmes ou des zones géographiques spécifiques, et sur la recherche, on relève coffee&climate (c&c), la Sustainable Agriculture, Food and Environment Platform (SAFE), la Specialty Coffee Association (SCA) et la World Coffee Research (WCR). Les plateformes nationales, comme SCOPI en Indonésie, la Sustainable Trade Platform en Colombie et la National Advisory Board and Working Group au Brésil, s'attaquent à des problèmes de durabilité critiques au niveau national. La World Coffee Producer Forum (WCPF) est, quant à elle, une plateforme récemment lancée, destinée à organiser et donner la parole aux producteurs de café à l'échelle mondiale.

Tous ces partenariats permettent aux entreprises et organisations de mettre leurs ressources en commun, de partager leurs connaissances et de développer des stratégies communes pour traiter des questions complexes en matière de durabilité. Contrairement à des initiatives multipartites précédentes dans le secteur du café, comme la 4C Association et l'IDH Sustainable Trade Initiative, les nouvelles collaborations ne visent pas à transformer le secteur par la promotion des NVD. En partageant les expériences et en créant une meilleure compréhension de l'action multipartite collective, ces initiatives visent plutôt à surmonter les différents intérêts des parties prenantes du secteur du café et à susciter davantage d'actions et d'investissements conjoints. Les objectifs et la base d'adhésion de ces différentes initiatives sont majoritairement semblables. Il n'est donc pas surprenant de constater un important degré de collaboration entre ces initiatives, en essayant d'aligner leurs efforts et leurs agendas.

Un avantage potentiel de ces IMP est qu'elles peuvent aider les parties prenantes à mieux comprendre les défis des autres au sein du secteur, et à mieux cerner les opportunités pour reconnaître les réussites et partager les meilleures pratiques au travers d'une collaboration. Idéalement, les IMP réduisent la fragmentation des efforts en matière de durabilité du secteur et renforcent la transparence et la responsabilisation. L'un des plus grands inconvénients de ces initiatives est que leur multitude ralentit le rythme de la prise de décisions alors qu'il est très urgent d'agir. Ces décisions doivent être adoptées sur une base volontaire par un large éventail de parties prenantes. Un exemple est le Sustainability Progress Framework, qui a été développé conjointement par le SCC et la GCP. Bien que ces deux IMP

soient alignées sur les objectifs et le cadre général, le processus de mise en pratique est différent chez les deux. Alors que le SCC s'est lancée dans le développement de 15 « voies d'intervention » pour guider de futurs investissements en vue d'améliorer les moyens de subsistance, de préserver la nature, de renforcer la demande du marché, d'améliorer la productivité et de soutenir l'approvisionnement, la GCP met l'accent sur la mesure des performances individuelles et collectives selon des indicateurs standard (et sur la façon de les définir). La difficulté de mesurer l'impact d'efforts collectifs et d'attribuer des changements dans le secteur à ces interventions est liée à la complexité des défis qui se posent et au nombre de parties prenantes impliquées.

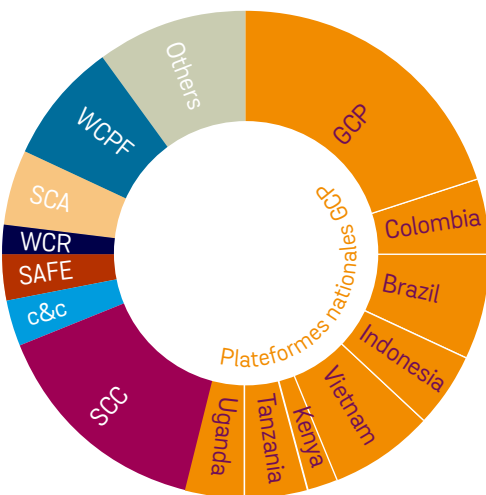
En cette période de rapide consolidation du secteur, il n'y aura aucune concrétisation directe d'intentions volontaires en actions. Plus le rythme de cette consolidation est soutenu, plus il est probable que de graves écarts apparaîtront entre les engagements sectoriels et les réelles performances individuelles en matière de durabilité. Les IMP devront faire face à ceci et devront trouver des solutions pour assurer plus de conformité avec les accords au niveau sectoriel. Par conséquent, la contribution effective à la transformation du marché et la durabilité de ces plateformes internationales doivent encore être évaluées³⁹. Le véritable impact de ces initiatives dépendra de la façon dont leurs approches seront appliquées dans la chaîne d'approvisionnement du café, en partageant des outils, en développant des cibles claires et ambitieuses, et en mettant en place un système de monitoring et de responsabilisation transparente public. Il est urgent de passer des réunions aux actions collectives. Ces actions, soutenues par des investissements collectifs, pourraient prendre diverses formes, notamment la recherche, la démonstration de projets pilotés par le secteur, des essais d'innovations pour traiter des questions systémiques à une grande échelle, ou des essais de monitoring conjoint des progrès réalisés selon des indicateurs communs (Encadré 5).

Encadré 5 : **Mesurer et rapporter**

En 2017, la GCP et le SCC ont conjointement créé et lancé un « Sustainability Framework » pour le secteur, en vue de développer un langage nouveau et commun pour piloter la durabilité du café⁴⁰. Dans sa version actuelle 15, des thèmes de durabilité prioritaires ont été cernés comme des voies d'investissement clés pour le secteur afin d'en assurer la viabilité à long terme (voir : <https://www.sustaincoffee.org/framework>). Grâce à ce processus, un ensemble de paramètres communs ont été proposés, ce qui pourrait faciliter le suivi et le reporting des progrès collectifs.

La GCP détermine actuellement un ensemble d'indicateurs pour le reporting obligatoire par ses membres, qui permettent le suivi et le reporting des progrès. L'affinage et l'adoption d'une approche cohérente par le secteur dépendent de l'engagement d'un groupe consistant de parties prenantes.

Figure 7 : **Initiatives multipartites**



Global Coffee Platform

La GCP est une plateforme mondiale à laquelle les membres adhèrent librement. Elle facilite le dialogue public-privé, l’alignement des investissements, des actions collectives et la mise à l’échelle d’actions de durabilité réussies dans l’ensemble du secteur.

La GCP soutient directement les plateformes de durabilité nationales dans plusieurs pays producteurs, notamment le Brésil, le Vietnam et l’Indonésie. – **Depuis : 2016**

Sustainable Coffee Challenge

Le Challenge vise à susciter une demande accrue pour la durabilité à travers le secteur. Avec son ambition de faire du café le premier produit agricole durable au monde, il promeut la transparence sur les efforts en matière de durabilité en stimulant ses membres à publiquement déclarer et (faire) suivre leurs engagements. Le Challenge sert également de catalyseur et d’incubateur de nouvelles idées, d’actions collectives et d’innovations. – **Depuis : décembre 2015**

coffee & climate

c&c est un partenariat de développement destiné à permettre à toutes les familles de caféiculteurs à travers le monde d’apporter une réponse efficace au changement climatique. L’approche c&c est actuellement mise en œuvre dans des projets pilotes au Brésil, en Tanzanie, à Trifinio (Guatemala, Honduras, El Salvador), en Ouganda et au Vietnam. Ces régions ont été choisies en raison de leur importance stratégique en tant que régions productrices de café principales, représentant l’arabica et le robusta.

– **Depuis : 2010**

SAFE Platform

La SAFE Platform est une plateforme de connaissances basées sur les projets des membres, destinée à transformer les paysages dans les zones de production de café et de cacao en Amérique latine. Les membres visent à développer et mettre à l’échelle des approches innovantes grâce à l’adoption de pratiques agricoles climato-intelligentes inclusives et durables. – **Depuis : 2016**

Sustainable Trade Platform (plateforme nationale en Colombie)

La Sustainable Trade Platform (STP) est composée de parties prenantes qui ensemble produisent ou gèrent 85 % des volumes de café en Colombie. Son objectif est de traiter les questions critiques en matière de durabilité qui affectent les performances de la production de café. La plateforme a augmenté la transparence au niveau national en appliquant une approche non concurrentielle, et elle crée de la valeur ajoutée pour les membres à travers la génération de connaissances, les projets multipartites conjoints et l’expertise en matière de durabilité technique. La STP a des objectifs spécifiques fixés par le secteur au niveau national, surveillés sur une base annuelle. – **Depuis : 2013**

6 Conclusion

30

Les consommateurs de café ont l'embarras du choix. D'un café grand public, sous forme de mélanges classiques, à une bouteille de café prêt à boire, en passant par un café filtre artisanal dans le bar café du quartier. Quand on boit un café aujourd'hui, il y a de fortes chances qu'il ait été torréfié par un torréfacteur du top dix. Ils produisent ensemble plus d'un tiers du café mondial, sous forme d'une quantité stupéfiante de marques mondiales, régionales et locales concentrées en leurs mains. Leur pouvoir d'achat et leur accès aux réseaux de distribution influencent considérablement quel café exactement est vendu dans les bars et restaurants, les bureaux et les supermarchés.

Tandis que le secteur du café est de plus en plus rentable, représentant une valeur au détail de 200 milliards de dollars en 2015, moins de 10 % de cette richesse cumulée reste dans les pays producteurs. Alors que les sociétés de café s'affairent à conquérir les marchés, à réduire les coûts et à stimuler l'efficacité, les caféiculteurs se battent de leur côté pour avoir une juste part de la valeur ajoutée totale dans l'industrie du café. L'inégalité économique est croissante, et on observe la diminution des prix payés aux agriculteurs depuis des décennies, des prix qui atteignent souvent des niveaux bien en deçà du seuil de pauvreté. Le secteur a besoin de prix équitables payés aux agriculteurs, pour leur garantir des moyens de subsistance minimaux et pour leur permettre d'investir afin d'assurer la viabilité à long terme de leurs exploitations. L'image du café comme une culture de la pauvreté n'attire pas non plus les jeunes ruraux, qui aspirent à un avenir meilleur et recherchent un emploi en dehors du secteur du café.

Puisque la taille de l'économie du café augmente par rapport à sa base en termes de ressources agricoles, il devient d'autant plus urgent de mieux gérer les écosystèmes, la biodiversité et les forêts dans les pays producteurs de café. Malgré une imagerie par satellite détaillée, nos estimations du taux et de l'ampleur de la déforestation tropicale dans les pays d'origine sont rudimentaires. Dans un monde où les terres seront de moins en moins disponibles, des stratégies d'adaptation pour le café dépendront de la gestion intégrée des terres et d'une augmentation presque inévitable des coûts de production. Si les investissements dans la production d'un café plus durable ne prennent pas de l'ampleur, l'approvisionnement futur de café est mis en danger. Par ailleurs, le café cultivé de façon durable offre des opportunités commerciales concurrentielles aux petits agriculteurs et ajoute de la valeur pour les consommateurs. Le principal défi est d'envisager un changement fondamental dans le modèle actuel des affaires et du commerce de café, pour s'écarter des systèmes de monoculture à haut rendement cultivée en plein soleil et pour se diriger vers une production de café climato-intelligente en veillant à la préservation des paysages et à la résilience climatique au-delà de l'exploitation agricole. En outre, les entreprises devraient réfléchir sur la façon de répondre efficacement à la menace croissante de la déforestation, tant au sein de leurs chaînes d'approvisionnement qu'au niveau sectoriel.

Bien que le secteur du café ait l'image d'un leader en agriculture durable, il ne parvient pas à créer les conditions nécessaires pour garantir une chaîne de valeur durable, viable et prospère. Les investissements dans la durabilité au sein du secteur sont à 50 % liés aux primes payées pour du café certifié. Alors que la consommation de café contrôlé/certifié NVD se développe peu à peu, des questions subsistent, notamment si cela se traduit en bénéfices réels pour un plus grand nombre de producteurs. Une pression accrue est exercée sur les NVD pour que leurs promesses de durabilité se concrétisent. En pratique, les NVD s'adaptent pour garantir leur pertinence, et la fusion de Rainforest Alliance et d'UTZ est un exemple positif de mise en commun de ressources limitées et de repositionnement de

leur rôle dans le secteur au niveau du plaidoyer. De toute évidence, la solution n'est pas de miser uniquement sur les NVD, bien que celles-là ouvrent plusieurs portes d'entrée pour stimuler les innovations dans la chaîne de valeur du café. Les torréfacteurs et les détaillants développent de plus en plus leurs propres normes en matière d'approvisionnement, qui deviennent obligatoires pour les petits exploitants. La transparence et la responsabilisation seront des éléments cruciaux pour la crédibilité de ces programmes d'approvisionnement durables internes.

Afin que le café puisse contribuer utilement à la réalisation des objectifs mondiaux de développement durable, grâce à Vision 2030 et au Sustainability Framework de la GCP et du SCC, les entreprises du café doivent s'engager sérieusement dans la transformation radicale des structures de marché qui entravent la durabilité. Les améliorations au niveau d'une seule entreprise ou les tentatives de surpasser la concurrence n'ont pas le même effet qu'une collaboration entre plusieurs parties prenantes en faveur d'un secteur du café durable. Le fait que les coûts doivent être supportés maintenant et que les bénéfices seront seulement palpables dans un avenir lointain, se heurte au focus de la plupart des entreprises sur des gains qui sont garantis à court terme. La concurrence accrue entre les principaux acteurs du marché augmente les craintes d'une course vers le bas. Au-delà de l'image de leurs marques, la durabilité ne semble pas être une priorité pour bien trop de CEO, surtout quand elle ne s'inscrit pas directement dans les objectifs commerciaux d'augmentation des ventes, des bénéfices et du contrôle du marché.

Ce dernier problème s'est agrandi à cause de la récente vague de fusions. Depuis 2012, la société de portefeuille JAB construit un empire de café avec une présence sur les marchés des États-Unis, de l'UE et de l'Asie. Elle menace la part de marché de marques mondiales réputées comme Nestlé et Starbucks, qui dominent les marchés respectifs du café instantané et du café au détail. Ces entreprises s'affairent toutes dans une compétition acharnée pour promouvoir leurs marques et capitaliser sur la demande croissante par les consommateurs de classe moyenne qui apprécient une haute qualité de café. Des exemples typiques de ceci sont les acquisitions de torréfacteurs spécialisés réputés, comme Stumptown, Blue Bottle et Kicking Horse, ainsi que bon nombre de joint-ventures et de participations minoritaires dans des segments du marché du café torréfié et moulu, de l'instantané et du prêt à boire qui sont en plein essor. Par ces biais, toutes ces entreprises tentent d'augmenter leur part de marché.

On ignore de quoi demain sera fait. La réussite de la réorganisation des entreprises du café dépendra d'une production de café durable. Des milliards sont investis à la fin de la chaîne de valeur au niveau de la consommation, mais les bénéfices ne sont pas réinvestis au niveau de l'exploitation agricole. La plupart des agriculteurs ne sont même pas en mesure de couvrir le coût total de la production, et encore moins d'intégrer les coûts sociaux et environnementaux externes. Malheureusement, des engagements en matière de durabilité ne figurent pas à l'agenda des entreprises. D'autant plus qu'elles ne proposent pas de définir des cibles et actions ambitieuses et ne sont pas parvenues à gagner en transparence. Le secteur a un besoin de consensus sur un système valable pour mesurer les progrès en matière de durabilité et les rapporter de façon cohérente. Au final, la consolidation dans le secteur ne permet pas seulement aux grands acteurs d'augmenter leur part de marché et probablement leurs bénéfices. La concentration du pouvoir peut également être une occasion pour eux d'exercer une influence positive sur le débat de la durabilité et d'encourager des innovations dans le secteur. Le bon sens des affaires requiert d'être paré aux scénarios inattendus et de se rendre compte qu'il n'y a pas de raccourcis faciles.

Les approches collaboratives, comme la GCP et le SCC, sont des réponses potentielles aux lacunes et à la capacité limitée d'efforts individuels des acteurs du secteur privé. Ces IMP opèrent sous la bannière d'une collaboration non concurrentielle, collective et sectorielle. Toutefois, il faut encore voir si de grands concurrents commenceront à tirer parti de ces initiatives pour trouver un terrain d'entente et collaborer activement au moyen d'investissements aux niveaux locaux dans les pays producteurs. Par ailleurs, un alignement plus étroit reste clé, car il y a des grandes différences en couverture géographique et/ou focus. Nestlé et JDE sont membres de la GCP, Lavazza est active dans c&c et Starbucks fait la promotion du SCC tout en étant membre du SAFE.

La transparence, l'engagement, l'implication et la responsabilisation des entreprises sont importants. Il est également important d'éviter les interventions préconçues et de véritablement impliquer les caféiculteurs et leurs communautés locales dans la remise en question des débats et réflexions au sein des IMP internationales et nationales. Cela implique une reconnaissance des intérêts et des agendas des populations locales, plutôt que le développement de solutions « top-down » (du haut vers le bas). Pour remettre en question les puissantes parties prenantes et le statu quo actuel, les IMP doivent soutenir activement les parties prenantes ayant des ressources limitées, comme les organisations de producteurs, les syndicats, les ONG locales et les instituts de recherche, pour participer à la remise en question, à la définition et à la gestion des agendas en matière de durabilité. Ensemble, ces parties prenantes ne pourront pas seulement faire face aux conséquences de la pauvreté et du changement climatique. Elles pourront également s'attaquer aux causes fondamentales de tous les défis au travers d'une gestion des ressources naturelles, d'un aménagement du territoire et d'une répartition équitable de la valeur dans le secteur du café.

Notes finales

- 1 Baker, P. (2014). Global coffee production and land use change. Conference paper pre-publication, version septembre 2014.
- 2 Oxfam (2002). Mugged. Poverty in your coffee cup. Oxfam International.
- 3 Watson, J. (2017). Coffee consolidation accelerates. Rabobank Sintercafe presentation 2017.
- 4 Dewey, C. (2018). The future of soda might be coffee. The Washington Post 29/01/2018.
- 5 Foodbev Media (2017). Nestle unveils growth model and \$20bn share buyback scheme.
- 6 World Coffee Portal (2018). Starbucks and Nestle forge \$7.1bn "global coffee alliance".
- 7 Pham, S. (2018). China is getting nearly 3,000 new Starbucks. CNN Money 16/05/2018.
- 8 Bargawi, H. et Newman, S. (2013). From futures markets to the farm-gate. Assessing real price transmission along coffee chains. ISS working paper No.577.
- 9 Almeida, I. et Perez, M. (2018). Buy now, pay later helps JAB billionaires build beverage empire. Bloomberg 30/01/2018.
- 10 World Coffee Research (2017). Annual report 2017. Creating the future of coffee. WCR.
- 11 Killeen, T. et Harper, G. (2016). Coffee in the 21st century. Will climate change and increased demand lead to new deforestation? Conservation International.
- 12 ICO (2018). Total production by all exporting countries. Données à compter d'avril 2018 – ICO.
- 13 Bunn, C., Läderach, P., Ovalle Rivera, O. et al. (2015). A bitter cup: climate change profile of global production of Arabica and Robusta coffee. *Climatic Change* (2015) 129: 89; doi.org/10.1007/s10584-014-1306-x
- 14 UN Comtrade database (2018). 090111 coffee, not roasted or decaffeinated; comtrade.un.org/data
- 15 Samper, L., Giovannucci, D. et Marques Vieira, L. (2017). The powerful role of intangibles in the coffee value chain. Economic research paper No.39. WIPO.
- 16 Giacalone, D. et al. (2016). Quality does not sell itself: Divergence between "objective" product quality and preference for coffee in naïve consumers. *British Food Journal*, Vol. 118 Issue: 10, 2462–2474; doi.org/10.1108/BFJ-03-2016-0127
- 17 Gunning, Y. et al. (2018). 16-O-methylcafestol is present in ground roast Arabica coffees: Implications for authenticity testing. *Food Chemistry*, Vol. 248, 15 mai 2018, 52–60; doi.org/10.1016/j.foodchem.2017.12.034
- 18 Sachs, J. (2016). The impacts of climate change on coffee: trouble brewing.
- 19 Adelhart Toorop de, R. et al. (2017). The True Price of Climate Smart Coffee. Quantifying the potential impact of climate-smart agriculture for Mexican coffee. Solidaridad et True Price.
- 20 ICO (2016). Assessing the economic sustainability of coffee growing. International Coffee Council, 117e session, 19–23 septembre 2016, Londres, Royaume-Uni. ICO.
- 21 Enveritas (2018). Enveritas global coffee farm study. Travaux en cours, le document sera publié sur enveritas.org
- 22 Watts, C. (2016). A Brewing Storm: The climate change risks to coffee. The Climate Institute.
- 23 Baker, P. (2010). Climate change and agricultural commodities. CABI.
- 24 The Sustainability Consortium (2017). Coffee Production and sustainability. The Sustainability's Commodity Mapping Report. TSC.
- 25 Perfecto, Y. et Vandermeer, J. (2015). Coffee agroecology. A new approach to understanding agricultural biodiversity, ecosystem services and sustainable development. Cornwall, Royaume-Uni.
- 26 Jha, J. et al. (2014). Shade coffee: Update on a disappearing refuge for biodiversity. *BioScience*, Vol.64, No.5, mai 2014, 416–42; doi.org/10.1093/biosci/biu038
- 27 Jezeer, R. et al. (2017). Shaded coffee and cocoa – double dividend for biodiversity and small-scale farmers. *Ecological Economics*, Vol.140, octobre 2017, 136–145; doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.04.019
- 28 Jezeer, R. et al. (2018). Effects of shade and input management on economic performance of small-scale Peruvian coffee systems. *Agricultural Systems*, 162, 179–190; doi.org/10.1016/j.agsy.2018.01.014
- 29 Dalberg Advisors (2017). Renovation and rehabilitation for resilient coffee farms: A guidebook for roasters, traders and supply chain partners. SCC et USAID.
- 30 Steemers, S. (2016). Coffee sustainability catalogue 2016. A collective review of work being done to make coffee sustainable. GCP, SCA, SCC.
- 31 Potts, J. et al. (2017). Standards and biodiversity. Thematic review. SSI et IISD.
- 32 GCP (2018). New ownership of the 4C verification scheme will result in benefits for the coffee sector. GCP 30/01/2018.
- 33 UTZ (2018). Joining forces: UTZ and the Rainforest Alliance. UTZ 24/04/2018.
- 34 NCA (2018). National coffee drinking trends 2018. NCA market research series.
- 35 COSA (2014). The COSA measuring sustainability report. Coffee and cocoa in 12 countries. COSA.
- 36 IDH (2016). 300 organisations agree to work together with governments towards a sustainable coffee sector. IDH 08/03/2016.
- 37 GCP (2017). Key agreement to push forward sector-wide sustainability with the ICO. GCP 12/10/2017.
- 38 Business & Sustainable Development Commission (2017). Better business better world. BSDC.
- 39 Grabs, J. (2017). The rise of buyer-driven sustainability governance: Emerging trends in the global coffee sector. *ZenTra Working Papers in Transnational Studies* 73/2017; ideas.repec.org/p/zen/wpaper/73.html
- 40 GCP (2017). The Sustainability progress framework: Focusing on what we can change. GCP 21/03/2018.
- 41 Panhuysen, S. et Pierrot, J. (2014). Coffee Barometer 2014. Hivos, IUCN-NL, Oxfam-Novib, Solidaridad, WWF.

Sources

Justification des chiffres

Volume mondial de café 2016/2017 :

157,7 millions de sacs

Conversion du café vert

1 sac = 60 kilogrammes

1,0 tonne = 1000 kg = 16,67 sacs

Figure 1.

Principales acquisitions et marques 2012-2018

Les données de cette infographie s'appuient sur la couverture médiatique d'acquisitions et de fusions, ainsi que sur les sites web et les rapports annuels des entreprises.

Première vague : Marques mettant l'accent sur la normalisation et le volume, pour une consommation à domicile (grands torréfacteurs et détaillants d'épicerie)

Deuxième vague : Marques mettant l'accent sur les origines du café et les différents types de torréfaction, différenciation fondée sur une qualité supérieure et une consommation en extérieur (chaînes de bars café)

Troisième vague : Points de vente de café indépendants mettant l'accent sur l'interaction avec le consommateur, basée sur des cafés de haute qualité et différentes techniques de préparation.

Figure 2.

Top cinq des négociants en café vert

Les données de cette infographie ont été fournies par les différents négociants de café. Olam ne figure pas dans ce top cinq ; la société n'a pas fourni de données afin de vérifier sa part de marché.

Figure 3.

Top dix des pays producteurs de café

Données relatives à la production d'arabica et de robusta :

– ICO (2018). Total production by all exporting countries.

Data as of April 2018 – ICO.

– UN Comtrade database (2018). 090111 coffee, not roasted or decaffeinated; comtrade.un.org/data

Figure 4.

Inégalité dans la chaîne de valeur du café

Données sur la valeur des catégories de café au niveau mondial et la valeur des exportations de café pour les pays producteurs :

– Samper, L., Giovannucci, D. and Marques Vieira, L. (2017). The powerful role of intangibles in the coffee value chain. Economic research paper No.39. WIPO.

Données sur les investissements globaux dans une production de café durable :

– Steemers, S. (2016). Coffee sustainability catalogue 2016. A collective review of work being done to make coffee sustainable. GCP, SCA, SCC.

Figure 5.

Part de marché mondiale et demande NVD en 2017

Données aimablement fournies par 4 C CAS, Rainforest Alliance, UTZ, Nestlé, Starbucks. (le volume total de Nespresso AAA et C.A.F.E. Practices est notre propre estimation.) Fairtrade est notre prévision, basée sur les statistiques FLO de 2016. Organic est une estimation basée sur les statistiques de :

– Lernoud, J. et al. (2017). The State of Sustainable Markets – Statistics and Emerging Trends 2017. ITC, Genève.

Il se peut que le volume de part de marché global soit surestimé. Les statistiques se rapportant aux volumes de café durable sont floues, car la certification double et triple n'est pas enregistrée correctement.

Figure 6.

Top dix des torréfacteurs ; volume et NVD en 2017

Données aimablement fournies par les entreprises.

Le chiffre pour The J.M. Smucker Company est une estimation.

Pour des informations spécifiques sur les entreprises et NVD, voir pages 22 à 25 ; résumé des pratiques et politiques en matière de durabilité

Figure 7.

Initiatives multipartites

Ce chiffre reflète une visualisation des différentes IMP du secteur du café. Il ne s'agit pas d'une représentation de la réalité fondée sur l'adhésion, le financement ou la répartition géographique.

Clés d'un programme d'approvisionnement durable couronné de succès (Cosa, 2018).

Définition

Fonction & Crédibilité

1. Objectifs stratégiques clairs

Document qui reprend les objectifs assortis d'échéances ainsi que les processus et ressources clés nécessaires pour obtenir les résultats souhaités

- Engager la participation des parties prenantes à le créer
- Examiner les premiers impacts souhaités à long terme puis les résultats à mi-parcours qui y mèneraient, et ensuite les actions et les investissements qui génèrent les résultats souhaités
- Les objectifs mesurables assortis d'échéances, qui sont clairement articulés pour guider les parties prenantes de la chaîne
- Mettre en évidence les processus et ressources clés pour démontrer la façon dont le programme sera mis en œuvre et géré

2. Key Performance Indicators (Indicateurs clés de performance)

Des mesures simples qui représentent clairement la progression vers les objectifs – Les performances remplacent l'approche statique des tableaux de bord.

- Formuler S.M.A.R.T. KPI (Spécifique – Mesurable – Atteignable – Réalisable – Temporel)
- Les KPI s'alignent aux normes internationales pour faciliter la responsabilisation et l'analyse comparative ou la comparabilité entre les origines et les chaînes d'approvisionnement.
- KPI intégrés dans un système de gestion fonctionnel qui encouragent leur utilisation active dans le processus décisionnel
- Un guide documenté est la clé pour l'application des KPI afin de garantir cohérence et crédibilité.

35

3. Lignes directrices du Code de Conduite

Lignes directrices pragmatiques portant sur les politiques et pratiques dans des domaines cruciaux comme la sécurité au travail, les normes sociales, la responsabilité environnementale et la transparence économique

- Définir clairement les attentes et les présenter de façon réaliste. Les interprétations de pratiques commerciales éthiques varient d'un endroit à l'autre. Les réglementations locales constituent une base nécessaire, mais peuvent être insuffisamment alignées à des attentes globales.
- Une approche cohérente devrait être appliquée convenablement pour différents niveaux : agrégateurs, processeurs, producteurs et main-d'œuvre engagée.
- Les lignes directrices doivent être vérifiables, avoir des mesures clairement définies et des conséquences exécutoires.
- Idéal pour évaluer les risques spécifiques de façon quantifiable ou les attributs de durabilité associés au sein de la chaîne d'approvisionnement.

4. Protocole de traçabilité

Le système défini pour garantir la capacité à identifier de manière fiable tous les intermédiaires le long de la chaîne d'approvisionnement

- Identifier tous les intermédiaires et idéalement les opérations, le long de la chaîne d'approvisionnement jusqu'au niveau de l'exploitation.
- Veiller à l'utilisation d'un format standard pour une collecte cohérente des données des agriculteurs. Envisager d'inclure : code d'identification unique, nom du producteur, village, téléphone, âge, sexe, volume fourni, rendements moyens, GPS, nombre de caféiers/zone de culture.
- Veiller à des mises à jour annuelles de fermiers associés aux volumes fournis
- Veiller à une documentation adéquate pour guider un audit potentiel du protocole de traçabilité.
- Envisager la cartographie des exploitations pour comprendre le contexte des zones de production sur les écosystèmes locaux .

5. Critères de production et de transformation durables

Programme de promotion des meilleures pratiques en matière de culture et de transformation de café durable

- Veiller à ce que la prestation des services soit priorisée en concertation avec les parties prenantes locales et s'appuie sur une méthodologie d'évaluation des besoins crédible.
- Mettre en place un processus clair pour la surveillance des agriculteurs, des agrégateurs et des transformateurs.
- Si des activités spécifiques comme la formation, le crédit, l'analyse des sols, ou des inputs sont fournis, inclure un système pour surveiller la livraison et la qualité des services.

6. Vérification

Critères et procédures pour assurer la conformité et le reporting exact des informations

- Voir la vérification comme un processus d'apprentissage pour une amélioration continue, pas seulement comme un outil d'application.
- Fournir une liste de vérification des informations requises et la clarté sur la façon dont les fournisseurs seront évalués selon les principaux aspects du programme d'approvisionnement.
- Systèmes intégrés pour la validation de sources de données afin de réduire les coûts de vérification et cibler les audits sur le terrain par rapport à certains risques spécifiques
- Améliorer la précision de la vérification par des moyens de détection électronique (à distance) en plus des inspections d'observation classiques

7. Impact

Effets intentionnels et non intentionnels (tant positifs que négatifs) qui peuvent être attribués à des interventions ou des investissements spécifiques

- L'utilisation d'une évaluation d'impact ciblée peut déterminer les causes d'un résultat. Savoir comment des interventions comme la formation ou l'octroi de crédits affectent l'impact aide à trouver des solutions et à identifier de meilleurs investissements ou politiques.
- Se livrer à la rigueur scientifique d'outils quantitatifs et qualitatifs induit l'évaluation la plus crédible possible.
- Regarder au-delà des dimensions uniques et inclure les manifestations environnementales, sociales et économiques du changement pour éclairer les dynamiques et évolutions réelles dans les systèmes agricoles et les chaînes d'approvisionnement.

8. Gestion de l'information

Un système d'information fonctionnel va au-delà de la collecte des données pour permettre aux acteurs du programme d'approvisionnement durable de partager les résultats et d'apprendre les uns des autres.

- Visualisation des résultats pour suivre la progression des objectifs d'approvisionnement durable
- Résultats basés sur un ensemble commun ou partagé de KPI
- L'accès autorisé pour garantir le partage des informations est limité en fonction du rôle des fournisseurs dans la chaîne d'approvisionnement.
- Stimuler les améliorations continues, y compris la possibilité d'évaluer aisément les performances en matière de durabilité des fournisseurs.

Colophon

Citation : Panhuysen, S. et Pierrot, J. (2018). Baromètre du café 2018.

Texte : Sjoerd Panhuysen (Hivos) et Joost Pierrot (Consultancy)

Contributeurs textuels supplémentaires : Niels Haak et Bambi Semroc (Conservation International), Saurin Nanavati (COSA), Frank Mechielsen et Juan Pablo Solis (Hivos), Stefaan Calmeyn (Oxfam Wereldwinkels), Anthony Marten (SAFE Platform), Annelot van Leeuwen et Andrea Olivar (Solidaridad).

Édition : Pascal Kuipers et Tijmen de Vries (Schuttelaar&Partners)

Conception graphique : Roelant Meijer (Tegenwind)

Impression : Imprimeur Mostert

Papier : Papier 100 % recyclé et certifié FSC, Couverture : CRUSH Coffee, Papier constitué de sous-produits et de résidus de matériaux organiques, y compris du café

Note des auteurs : Nous apprécions les efforts consentis par les entreprises et les organismes de normalisation pour répondre à notre questionnaire. Le contenu et les points de vue exprimés dans la présente publication relèvent exclusivement de la responsabilité finale des auteurs. Le manque de transparence dans le marché du café a entravé la collecte des données nécessaires pour présenter un aperçu clair et complet des principaux acteurs du secteur du café. Les auteurs voient d'un très bon œil toute correction apportée aux données fournies et défient tous les acteurs du secteur du café de s'engager davantage à fournir des données publiques sur les défis rencontrés par le secteur.

Organisations participantes :

Conservation International

COSA

Hivos

Oxfam Wereldwinkels

Solidaridad

Cette publication a été rendue possible grâce au soutien de



Toute demande d'information peut être adressée à :

Sjoerd Panhuysen, Project Manager Hivos

spanhuysen@hivos.org

Raamweg 16

2596 HL La Haye

Pays-Bas

+31(0)70 37 65 500

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA) 4.0



CONSERVATION
INTERNATIONAL



OXFAM
Wereldwinkels

Solidaridad