

Quelles tendances présentent des opportunités ou des risques sur le marché européen du café ?

Le marché européen du café est mature, mais en constante évolution. Les cafés de spécialité, les cafés à usage unique et les cafés prêts à boire sont de plus en plus populaires. La durabilité reste une priorité absolue pour les parties prenantes du secteur. Les acheteurs et les détaillants utilisent souvent la certification pour promouvoir leurs efforts en matière de durabilité. La demande croissante des consommateurs pour la traçabilité et la transparence de la chaîne de valeur, ainsi que la croissance des marchés numériques ont intensifié le commerce direct entre les producteurs et les torréfacteurs européens. Dans le même temps, l'implication croissante des multinationales dans le commerce et la torréfaction du café classique renforce davantage le marché, exerçant une pression sur les prix tout au long de la chaîne.

Les consommateurs européens de café plus avertis et plus exigeants

Le développement du marché européen actuel du café a été façonné par des vagues à partir des années 1960. La première vague, qui s'est déroulée dans les années 1970, 1980 et 1990, a marqué la popularisation de la consommation de café en Europe. La deuxième vague a fait passer à un café de plus grande qualité et a entraîné le développement des espaces café, marqué par l'arrivée de chaînes, telles que [Starbucks](#) et [Costa Coffee](#), à partir du milieu des années 1990 en Europe. La troisième vague a été constatée depuis le milieu des années 2010, marquée par la demande croissante de cafés de haute qualité qui est centrée sur des caractéristiques gustatives particulières (une attitude du consommateur consistant à déguster le café comme il le fait pour le vin) et un approvisionnement direct, généralement traçable jusqu'au niveau de l'exploitation.

Le segment haut de gamme du marché européen du café connaît actuellement une quatrième vague, caractérisée par ce que l'on appelle la science du café. Dans ce contexte, il est devenu crucial de comprendre les caractéristiques intrinsèques du grain de café et l'influence de sa préparation sur son goût. Au cours des troisième et quatrième vagues, les consommateurs se sont également intéressés à l'origine du café et à la compréhension de l'histoire du produit ainsi qu'à l'impact de sa consommation à l'origine.

En parallèle, une [cinquième vague](#) s'annonce dans l'industrie mondiale du café. Elle vise à mettre en place un commerce du café durable, de haute qualité, très fructueux et centré sur le client et répondant aux désirs et aux besoins du buveur de café exigeant et averti d'aujourd'hui.

À l'origine

Du côté de la production, les producteurs en apprennent davantage sur le profil des acheteurs. En outre, une lente augmentation de l'expertise sur la qualité du café et l'évaluation de la qualité a conduit à l'établissement d'un plus grand nombre de laboratoires de dégustation dans les coopératives, où les agriculteurs évaluent et apprennent à apprécier les différents aspects de la qualité du café selon les normes internationales.

La [Coopérative Muungano](#) (RD Congo), [AsproUnión](#) (Colombie), [Koakaka](#) (Rwanda) et [Koperasi Arisarina](#) (Indonésie) sont des coopératives de café disposant de laboratoires de dégustation intégrés et de dégustateurs formés au niveau international. Dans certains cas, des écoles nationales de dégustation ont été créées, par exemple par l'[IHCAFE](#) (l'Institut du café du Honduras) et l'[ANACAFE](#) (Guatemala).

Conseils :

- Tenez-vous informé des différentes tendances, évolutions et vagues du marché européen du café. Cela peut aider à présenter vos produits et votre entreprise de manière plus ciblée. Recherchez des informations sur les sites web [Perfect Daily Grind](#), [Daily Coffee News](#), [World Coffee Portal](#), [Specialty Coffee Association : News, Bars Talks](#) et [Comunicaffe International](#).
- Découvrez ces [exercices de dégustation de café](#) pour commencer à apprendre à goûter le café et envisager éventuellement la possibilité de devenir un [Q-grader](#) (goûteur d'Arabica) ou un [R-grader](#) (goûteur de Robusta). Consultez la page de l'organisation [Coffee Quality Institute](#) pour savoir si des projets ou des activités de dégustation ont été développés dans votre région.
- Devenir un Q-grader ou R-grader pouvant s'avérer coûteux, envisagez également d'obtenir un certificat de dégustation professionnelle délivré par des institutions locales, comme les programmes de qualité et de dégustation du café proposés par les instituts nationaux de formation professionnelle au Honduras ([INFOP](#)) ou en Colombie ([SENA](#)).
- Développez et promouvez vos arguments de vente uniques en tant que fournisseur de café (de spécialité). Réfléchissez à ce qui vous distingue de vos concurrents et créez votre histoire marketing autour de cela. Cela peut être lié à l'origine de votre café, par exemple, aux caractéristiques agro-climatiques de la région productrice, à la culture des communautés productrices ou à la qualité unique de vos produits, comme votre note de dégustation, ou une combinaison de ces facteurs.

Le côté pratique stimule la croissance du marché européen du café en dosette et prêt à boire

La demande européenne de café à usage unique, comme les dosettes et les capsules de café, a connu une forte croissance au cours des 10 dernières années. Le marché européen des dosettes et capsules de café devrait continuer à croître à un taux annuel moyen de **6,8 %** jusqu'en 2026. Cette croissance est influencée par la pandémie de COVID-19, qui a conduit les consommateurs à acheter de plus en plus de café à consommer à la maison, en raison de la fermeture des cafés, restaurants, bureaux, etc. et de la popularité accrue du télétravail.

Les grands acteurs du secteur continuent d'investir dans leurs cafés en dosette. Par exemple, à la mi-2020, Nespresso a annoncé qu'elle allait [investir environ 145 millions d'euros](#) pour produire davantage de ses capsules de café en Suisse. JDE Peet's a annoncé fin 2020 qu'elle allait [augmenter de 60 % sa production de capsules de café en France](#) afin de répondre à la demande mondiale accrue de produits de café à domicile pendant et après la pandémie.

En particulier en [Europe du Nord et de l'Ouest](#), les détaillants ne cessent d'élargir leurs assortiments de cafés en dosette. La facilité d'utilisation de ces produits, leur fort marketing et la grande variété de saveurs disponibles ont contribué à leur popularité. Le marché européen des dosettes et capsules est dominé par [Nespresso](#), [Starbucks](#), [Lavazza](#) et [JDE Peets](#).

Une tendance importante au sein du marché du café à usage unique est l'introduction de capsules de café de spécialité. Il s'agit encore d'un très petit marché mais il se développe rapidement, de plus en plus de torréfacteurs incluant une offre de capsules de café dans leur assortiment. Parmi les entreprises proposant des capsules de café de spécialité, citons les britanniques [Difference Coffee](#), [Halo](#), [Hayman](#) et [Colonna](#), les néerlandaises [Bocca Roasters et Coffee Company](#) et la belge [Caffénation](#).

La popularité croissante des capsules de café de spécialité offre des opportunités intéressantes aux exportateurs de café de spécialité, car elle contribue à faire connaître des cafés de spécialité de différentes origines et saveurs. Nespresso s'est également inscrite dans cette tendance en [lancant le programme Reviving Origins](#), destiné à faire renaître les origines perdues du café. Les origines de ses assortiments comprennent la Colombie, le Zimbabwe, l'Ouganda, la RD Congo et Cuba.

Le marché du café à usage unique présente également un inconvénient majeur, à savoir l'[impact environnemental nocif des capsules de café](#). En réponse, l'industrie a introduit des solutions et des alternatives recyclables et compostables. Aujourd'hui, on trouve de nombreuses solutions écologiques sur le marché, comme les capsules de café compostables de [Dualit](#) et les capsules biosourcées du [torréfacteur néerlandais Peeze](#).

Les cafés prêts à boire, qui sont encore un marché de niche, constituent l'un des segments de marché à la croissance la plus rapide en Europe. Le marché devrait connaître une croissance de [4.8 %](#) entre 2021 et 2026. La commodité des cafés prêts à boire et l'impression qu'ils donnent d'être bons pour la santé sont à l'origine de cette tendance, le [café prêt à boire étant présenté comme une alternative aux sodas](#). Les cafés infusés à froid et les cafés infusés à l'azote sont des exemples de cafés prêts à boire. Coca-Cola est le plus grand acteur du secteur des cafés prêts à boire, suivi de Starbucks (distribué par PepsiCo) et de Nestlé.

Conseils :

- En tant qu'exportateur de grandes quantités de cafés de qualité standard, repérez les torréfacteurs européens qui fabriquent des emballages de marques de distributeur, des origines uniques, des mélanges de café, des produits prêts à boire, des dosettes, des capsules ou les importateurs qui fournissent ces torréfacteurs, et approchez-les pour vendre directement votre café vert. N'oubliez pas que de nombreux fabricants de café à usage unique utilisent principalement du café en vrac, souvent certifié par Rainforest Alliance/UTZ.
- Pour plus d'informations, lisez notre étude [comment trouver des acheteurs sur le marché européen du café](#).

Le café de spécialité est un segment en hausse sur le marché européen

La majorité des consommateurs européens achètent encore du café classique bon marché, généralement sous la forme de mélanges standard, de café moulu ou de capsules et dosettes. Cependant, un nombre croissant de consommateurs en Europe est prêt à payer plus pour des cafés de haute qualité. Certains consommateurs sont également prêts à payer plus pour des cafés ayant une bonne histoire liée à son origine, mettant en avant les aspects environnementaux, sociaux et autres questions de durabilité.

Il n'existe pas de définition exacte du café de spécialité. En règle générale, elle est liée aux notes de dégustation, qui reflètent la façon dont le café a été évalué lors de la dégustation. Il existe différents protocoles que vous pouvez utiliser pour noter un café, comme celui développé par la [Specialty Coffee Association](#). Pour certains, les cafés dont la note de dégustation est de 80 et plus sont considérés comme des cafés de spécialité, tandis que pour d'autres, ils doivent avoir au moins une certaine certification ou une note de dégustation d'au moins 85.

Bien qu'il n'existe pas de données précises sur le marché, certains développements sur le marché des spécialités se démarquent :

- Mélanges uniques : Il s'agit de cafés soigneusement sélectionnés de diverses origines, qui atteignent des palettes de goûts uniques. Ils répondent aux goûts spécifiques des consommateurs, en communiquant l'équilibre et la qualité. Citons par exemple les différents mélanges de [Coffee Masters](#) (Royaume-Uni), [Taf](#) (Grèce) et [Flying Roasters](#) (Allemagne).
- Origine unique : Depuis des années, l'industrie et les consommateurs s'intéressent aux origines du café. L'origine unique est associée à une qualité élevée et au caractère unique d'une certaine région ou d'un certain pays. Les producteurs d'Éthiopie, par exemple, misent sur le caractère unique de cette origine, qui est considérée comme le berceau du café. Les producteurs péruviens font également la promotion de l'origine unique de leurs cafés, avec leur marque nationale de café [Cafés del Peru](#), qui a

été lancée en 2019. Voici d'autres exemples d'origines uniques : [Jamaican Blue Mountain](#), [Hawaii Kona](#), [Kenya AA](#) et [Guatemala Antigua](#).

- Exploitation ou domaine unique : le café provenant d'une seule exploitation est appelé «single farm » ou « single estate ». Parmi les exemples, citons le café tanzanien [Kifaru Coffe](#) et le salvadorien [Finca el Cerro](#).
- Micro lots et nano lots : le marché du café de spécialité a également entraîné une [augmentation des micro et nano lots](#). Ces lots sont constitués de grains de café de très haute qualité, qui sont vendus à des prix très élevés. Les micro-lots se composent généralement de 10 à 75 sacs. Les nano-lots sont encore plus petits, composés de moins de cinq sacs de café, ce qui leur confère une qualité encore plus exclusive. Les micro et nano lots permettent des relations plus directes entre les producteurs et les petits acheteurs, tels que les commerçants spécialisés et les torréfacteurs à petite échelle. Cela offre une opportunité intéressante pour les cafés de qualité supérieure et à valeur ajoutée. Cependant, les volumes sont faibles et les coûts de préparation de ces lots pour l'exportation et les dépenses logistiques sont élevés. Les cafés en micro et nano-lots ne représentent généralement pas l'activité principale d'un producteur de café, mais peuvent surtout renforcer la réputation du producteur qui a les compétences nécessaires pour produire des variétés et des traitements intéressants.

Marché spécialisé en hausse

Le fait que de grandes sociétés commerciales élargissent leur portefeuille avec des cafés de spécialité montre à quel point ce segment gagne en importance. [InterAmerican Coffee](#), qui fait partie du [Neumann Kaffee Gruppe](#), a été l'un des premiers grands acteurs à mettre en place une division dédiée à l'approvisionnement en cafés de spécialité. Il y a d'autres exemples plus récents, comme [Olam Specialty Coffee](#), [Volcafé Specialty](#), [Rehm & Co](#) (de [Benecke Coffee](#)) et [Sucafina Specialty](#).

Bien que les acteurs traditionnels du café travaillent de plus en plus sur le marché des spécialités, il existe également un grand nombre de sociétés commerciales indépendantes spécialisées en Europe. Ces entreprises se concentrent sur l'importation de petits volumes de cafés de haute qualité ou d'origine unique, pour lesquels elles versent des primes intéressantes. Citons par exemple [Coffee Quest](#), [Trabocca](#), [This Side Up](#) (Pays-Bas), [Belco](#) (France), [Falcon Coffees](#) (Royaume-Uni) et [Nordic Approach](#) (Norvège).

L'intérêt croissant pour le café de spécialité se reflète également dans le nombre croissant de bars à café, de petits torréfacteurs, de petites marques locales et de baristas en Europe. Le segment des spécialités a été durement touché en 2020 en raison de la pandémie mondiale de COVID-19, et de la fermeture de nombreux cafés et bars spécialisés. Le segment haut de gamme a particulièrement souffert, enregistrant [une demande inférieure à celle des années précédentes](#).

Néanmoins, l'intérêt pour les cafés de haute qualité à travers l'Europe est ancré dans les préférences des consommateurs et va se maintenir pour longtemps. En effet, en raison d'une [croissance du e-commerce et de la consommation de cafés de qualité supérieure à domicile](#) pendant la pandémie mondiale, l'intérêt pour les cafés uniques et de haute qualité pourrait connaître une nouvelle croissance dans un avenir proche. De plus, les supermarchés s'intéressent de plus en plus au café de spécialité, en proposant [des torréfactions plus légères](#) et entament des collaborations avec des torréfacteurs locaux, tels que [Lidl en Irlande](#).

Fine Robusta

[La plupart des cafés de spécialité sont des cultivars d'Arabica](#), dont le [Typica](#) et le [Bourbon](#) sont les plus connus. Le Robusta de haute qualité (ou : Fine Robusta) n'est pas encore largement disponible. Cependant, [l'industrie a redoublé d'efforts pour créer également un langage commun pour la qualité du Robusta](#). Par conséquent, il est désormais possible de devenir un R-grader, un dégustateur spécialisé dans les cafés Fine Robusta. De plus, des [normes et protocoles Q Fine Robusta](#) mis à jour ont été publiés en 2019, ainsi qu'un manuel appelé Robusta Green-Grading Handbook.

Ces efforts sont le résultat d'un intérêt croissant pour les variétés de Robusta sur le marché du café de spécialité. Certains cafés et torréfacteurs européens se concentrent déjà sur les Fine Robusta. Par exemple, le micro-torréfacteur suisse [Röstlabor](#) propose des Robustas d'origine unique provenant de pays comme le Mexique et la Thaïlande, ainsi que des Arabicas de spécialité. Un autre exemple est celui de [Black Sheep Coffee](#) au Royaume-Uni, qui sert du Robusta de qualité spéciale provenant d'un seul et même endroit en Inde.

La demande croissante et l'offre actuellement limitée de cafés Robusta de haute qualité offrent des opportunités intéressantes pour les exportateurs qui sont en mesure de fournir un approvisionnement constant en cafés Fine Robusta. Pensez également à cultiver du Robusta biologique, pour lequel la demande est également en hausse. Parmi les exemples d'exportateurs de Fine Robusta, citons [Beanspire Coffee](#) (Thaïlande) et [Macenta Beans](#) (Guinée).

Conseils :

- Lisez notre [étude sur le marché du café de spécialité en Europe](#) pour en savoir plus sur les tendances et les opportunités de marché pour les exportateurs de café.
- Étudiez les nouvelles variétés qui peuvent être propagées dans votre exploitation ou votre coopérative, ainsi que les différentes manières de traiter le café. Cela peut augmenter les revenus, mais surtout, cela augmentera votre réputation en tant que producteur de café de spécialité. S'ils sont intéressés par

vos micro et nano lots, les importateurs peuvent également acheter votre café ordinaire pour remplir le conteneur.

- Pour en savoir plus sur la dégustation de café et sur les notes de dégustation, consultez le site web (en anglais) de l'association [Specialty Coffee Association](#). Envisagez d'obtenir un [certificat de Q-grader](#) pour être en mesure de déguster et de noter votre café Arabica selon les normes internationales d'arôme et de goût. Le cas échéant, étudiez également les possibilités de [devenir un R Robusta grader](#).
- Fournissez une documentation correcte, telle qu'un rapport détaillé des résultats de la dégustation et des profils descriptifs complets de vos cafés. Les acheteurs attendent une preuve du [processus de classement](#) et du résultat final de la dégustation de votre café. Être capable d'indiquer la variété, l'altitude, le parfum, l'arrière-goût, l'équilibre, la douceur et l'uniformité du café sera important pour faire comprendre à votre acheteur potentiel que vous savez quel café vous avez. Les notes minimales exactes varient selon le pays et l'acheteur, mais se situent généralement entre 80 et 100. Cependant, certains acheteurs pourraient considérer que 80 est trop faible et exiger une note de dégustation de 85 ou plus. Notez que les acheteurs dégusteront et reclasseront votre café.
- Étudiez les opportunités dans les micro ou nano-lots de haute qualité. Lisez [cet article sur la façon de limiter les risques et d'améliorer la qualité de votre micro lot](#).
- Référez-vous à la plateforme [Cup of Excellence](#) pour entrer en contact avec d'autres acteurs du secteur et des acheteurs potentiels.
- Consultez le site web de la [Specialty Coffee Association](#) pour trouver des actualités, des événements et des ressources liés au café de spécialité en Europe et en Amérique du Nord.

Le marché du café certifié continue de croître, mais il faut être prudent

Les consommateurs européens sont de plus en plus préoccupés par les impacts sociaux et écologiques de leurs habitudes de consommation. Cela a une grande influence sur le marché du café, où les normes de durabilité sont de plus en plus populaires et où les entreprises sont de plus en plus tenues de se conformer à ces normes.

Les normes de certification font souvent partie de la stratégie de durabilité et des exigences minimales des négociants, torréfacteurs et détaillants européens. Ainsi, de nombreux détaillants européens se sont engagés à ne s'approvisionner qu'en café certifié pour leurs marques de distributeur. Par exemple, tous les cafés de marque de distributeur de [Lidl](#) (Allemagne) doivent être Fairtrade, Rainforest Alliance/UTZ ou certifiés biologiques. Quant à Coop (en Suisse), elle exige que tous [les produits à base de café de son assortiment soient certifiés conformes à la norme de Fairtrade Max Havelaar ou 4C](#).

Étant donné que la certification est devenue essentielle pour les moyennes et grandes entreprises de café européennes, il est de plus en plus difficile pour les fournisseurs non certifiés d'accéder au marché européen. Cependant, les petits torréfacteurs du segment des cafés de spécialité sont plus intéressés par l'établissement d'une relation de confiance avec les fournisseurs, ce qu'ils font de plus en plus par l'approvisionnement direct et de moins en moins par la certification par une tierce partie.

Bien que le marché des cafés certifiés soit en hausse, il y a plus de café certifié sur le marché que de café vendu comme certifié. Selon le Baromètre du café 2020, environ [55 %](#) de la production mondiale de café est certifiée, alors que seulement 25 % de la production totale de café a été achetée comme certifiée par l'industrie dans le monde entier. Cela signifie que tous les producteurs ou exportateurs ne seront pas en mesure de vendre leur café certifié à un prix supérieur, ce qui pourrait leur faire courir un risque financier.

Normes de certification du café

Les programmes majeurs de certification du café sont les suivants : [Fairtrade](#), [agriculture biologique](#), [Rainforest Alliance/UTZ](#) et [4C](#). Rainforest Alliance/UTZ a des opérations à grande échelle, atteignant les marchés classiques en Europe. À partir de juillet 2020, Rainforest Alliance propose des [options de reconnaissance mutuelle](#) pour le café. Cela signifie que les entreprises situées au bout de la chaîne d'approvisionnement pourront s'approvisionner en café certifié UTZ ou Rainforest Alliance et utiliser ensuite le label Rainforest ou UTZ sur leur produit. 4C, qui signifie Common Code for the Coffee Community, sert également le marché classique.

Les certifications biologiques et de Fairtrade ont fait leur entrée sur les marchés classiques mais peuvent encore être considérées comme des marchés de niche. [Fairtrade a lancé ses premiers prix de référence pour un revenu de subsistance](#) spécifiques au café colombien, à la mi-2021. Outre les prix minimums obligatoires de Fairtrade et les primes fixes pour l'achat de café, le prix de référence pour un revenu de subsistance est facultatif. Les prix du revenu de subsistance reflètent les prix nécessaires pour que les producteurs de café de Colombie aient un niveau de vie décent.

Pour en savoir plus sur la taille de ces programmes de certification et leur importance dans les différents pays européens, reportez-vous à [notre étude sur la demande de café sur le marché européen](#).

Les programmes de certification plus petits destinés à des marchés de niche gagnent également en visibilité en Europe, en abordant des questions telles que la biodiversité. Un exemple est le [Bird Friendly Coffee](#), qui est actuellement [surtout disponible au Royaume-Uni et en France](#). D'autres exemples incluent [Demeter](#) (biodynamique), [Símbolo de Pequeños Productores \(SPP\)](#) (petits producteurs), [CU Fair Choice](#) et [Fair for Life](#) (normes sociales et équitables, mais pas aussi populaires que [Fairtrade](#)).

Conseils :

- Consultez la [carte de la durabilité du Centre du commerce international](#) pour plus d'informations sur les tendances, les chiffres et les développements de ce marché, ainsi qu'un aperçu des programmes de certification.
- Reportez-vous à [notre étude sur l'exportation de cafés certifiés vers le marché européen](#) pour en savoir plus sur les opportunités de marché en Europe. Pour des informations spécifiques sur le café biologique, accédez à notre étude sur l'[exportation de café biologique vers le marché européen](#).
- Envisagez de montrer les aspects durables et éthiques de votre production de café à l'aide de normes de certification. Sachez toutefois qu'il y a actuellement plus de café certifié sur le marché que de café certifié réellement vendu. Cela signifie qu'il pourrait être difficile d'apporter votre café certifié sur un marché. Par conséquent, avant de vous engager dans un programme de certification, vérifiez toujours s'il existe une demande suffisante sur votre marché cible ou auprès des acheteurs que vous connaissez déjà.
- Considérez les coûts impliqués dans le processus de certification. Vous pouvez le faire en effectuant un calcul détaillé des coûts de production avec et sans les frais de certification, en utilisant divers scénarios avec différents volumes de ventes de café certifié pour calculer le bénéfice supplémentaire possible avec chaque conteneur certifié supplémentaire vendu. Consultez [cet article de Caravela](#) sur la façon d'estimer les coûts de production de votre exploitation. En général, vous risquez de ne pas vendre beaucoup de café certifié au début ; les ventes évolueront avec le temps, à mesure que vous augmenterez votre portefeuille d'acheteurs certifiés.
- Considérez que la certification n'est pas seulement là pour le profit, mais aussi pour vous aider à améliorer les rendements en produisant plus efficacement, plus durablement et en produisant un café de meilleure qualité, grâce à de meilleures pratiques agricoles.
- Consultez le [Baromètre du café 2020](#) pour plus d'informations sur l'évolution des certifications sur le marché européen du café.

Augmentation du commerce direct entre petits torréfacteurs et producteurs

La croissance de la certification reflète également la demande croissante en Europe pour la transparence et la traçabilité des produits alimentaires, y compris le café. Les importateurs, les torréfacteurs et les détaillants sont désormais tenus de mettre en place des systèmes de traçabilité afin d'enregistrer le parcours et l'historique d'un produit et de suivre les processus qu'il subit tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Ces dernières années, plusieurs grands importateurs, torréfacteurs et détaillants ont développé leurs propres programmes d'approvisionnement durable pour répondre à la demande de traçabilité. Ces programmes viennent s'ajouter aux systèmes de certification existants ou les contournent complètement en s'orientant vers un modèle de commerce direct et d'approvisionnement responsable. Parmi les exemples de programmes d'approvisionnement durable des torréfacteurs européens, citons le [code de conduite \(fournisseur\) de Jacobs Douwe Egberts](#), le [programme de qualité durable AAA de Nespresso](#) et le [programme de durabilité de Lavazza](#).

La demande d'une plus grande transparence dans la chaîne du café a renforcé les liens entre les producteurs de café et les torréfacteurs. De plus en plus de torréfacteurs, de magasins et de marques soucieux de la durabilité tentent de nouer des liens plus directs avec les agriculteurs, les coopératives et les associations, répondant ainsi à la demande des consommateurs d'être plus étroitement liés à la source. Bien qu'il s'agisse d'une très petite fraction du marché du commerce direct, elle prend de plus en plus d'importance. Il existe un nombre croissant d'acteurs et d'outils numériques qui visent à combler le fossé entre les torréfacteurs de café de spécialité et les producteurs de café, par exemple le marché numérique [Algrano](#).

La plupart des torréfacteurs engagés dans l'approvisionnement direct sont situés en Europe occidentale et septentrionale, où le concept d'approvisionnement direct séduit le plus les consommateurs. Des exemples de petits torréfacteurs ayant un lien direct avec l'origine sont [Carrow Coffee Roasters](#) (Irlande), [Clever Coffee](#) (Danemark), [Wakuli](#) et [Bacano](#) (Pays-Bas), [Horsham Coffee Roasters](#) (Royaume-Uni). Des exemples de coopératives exportant leur café vers des torréfacteurs spécialisés sont la [Cooperative Muungano](#) (RD Congo) et la [Sidama Coffee Farmers Cooperative Union](#) (Éthiopie).

Il y a eu des réactions contre le commerce direct, [arguant qu'il aurait pu conduire à des systèmes auto-exécutés, auto-régulés et dirigés par les entreprises](#), car il n'existe aucune forme de contrôle ou de validation extérieure. Pour les exportateurs, s'engager avec des acheteurs fiables et éthiques fera la différence. Les engagements qui ne reposent pas sur des bases solides ou les systèmes qui ne sont pas validés par le marché créeront un risque pour le fournisseur.

Conseils :

- Investissez dans des relations à long terme. Cela vous aidera à gérer les risques du marché, à améliorer la qualité de vos produits et à atteindre un rapport qualité-prix juste.
- La confiance entre un acheteur et un fournisseur doit être mutuelle, et les engagements tels que les paiements anticipés et les primes doivent être bien documentés.
- Maintenez votre loyauté et votre engagement envers les partenaires à long terme. Résistez à l'idée de passer à un nouvel acheteur pour un profit rapide, sans perspectives durables. Vous aurez peut-être besoin de l'acheteur précédent à l'avenir, et il se peut qu'il n'apprécie pas un comportement aussi hâtif.
- Veillez à ce que la communication avec vos acheteurs soit fluide. Les acheteurs européens s'attendent normalement à recevoir une réponse à leurs e-mails, par exemple, dans les deux jours, avec des informations détaillées. Les acheteurs apprécient fortement une attitude dynamique. Informez donc

vos acheteurs de tout problème possible ou prévu et de ce que vous pouvez faire pour éviter ou résoudre les problèmes.

- Assurez-vous de maîtriser votre chaîne d'approvisionnement. Connaissez vos producteurs et démarquez-vous de vos concurrents en racontant votre histoire. Cette approche vous permet de vous concentrer plus facilement sur une niche, un marché spécialisé, ce qui augmente vos chances d'obtenir un meilleur prix pour votre café.
- Explorez les sites de commerce en ligne comme [Algrano](#), [Beyco](#), [Almacena Platform](#) et [Cropster](#) pour vous connecter aux torréfacteurs d'Europe et d'ailleurs.
- Lisez la nouvelle étude du CBI donnant des conseils pour passer au numérique dans le secteur du café.
- Lisez l'[étude du CBI sur la façon de trouver des acheteurs pour le café](#) et de [faire des affaires](#) en Europe.

La blockchain gagne du terrain en tant qu'outil permettant d'accroître la transparence et la traçabilité

La technologie Blockchain est un [outil que vous pouvez utiliser pour accroître la responsabilité, la transparence et la traçabilité](#). Il s'agit d'un système ouvert de suivi et de stockage décentralisé des données qui prend également en charge les crypto-monnaies. Dans le cas du café, cela signifie que la base de données enregistre les transactions de manière vérifiable et permanente, de sorte que ses origines et son parcours puissent être retracés. Le café qui est enregistré dans la blockchain permet ainsi à un torréfacteur de voir d'où vient le café et combien il a été payé auparavant. De même, les producteurs peuvent voir à qui leur café a été vendu en dernier lieu et pour quel montant.

En rassemblant les informations sur les utilisateurs finaux et les producteurs, la blockchain a la capacité de créer et de renforcer les relations. Elle permet aux torréfacteurs de revendiquer le commerce direct de façon sûre, tandis que les producteurs peuvent investir dans la mise en relation avec les acheteurs et améliorer l'accès aux exploitations en fournissant des informations sur la taille et la disponibilité des récoltes. Certains considèrent l'accessibilité de la blockchain, en particulier dans les zones rurales, ainsi que l'[éducation sur les avantages de la blockchain](#) comme des défis majeurs pour l'adoption réussie de la blockchain.

Voici un exemple de l'utilisation de la technologie blockchain dans l'industrie du café : [Trace](#) de Fairfood, qui est [utilisé par l'importateur néerlandais Trabocca](#). [Farmer Connect](#) est un autre exemple. Cette plateforme, lancée en 2020, vise à améliorer la traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement mondiale du café. Elle compte de grands partenaires industriels à son bord, tels que Jacobs Douwe Egberts, Sucafina et la Fédération nationale des producteurs de café de Colombie. Farmer Connect cible également les consommateurs avec une application appelée [Thank My Farmer](#). L'application [iFinca](#) est un autre exemple, qui met en relation les consommateurs et les agriculteurs, et vérifie les prix à la production.

Une autre mise en œuvre de la blockchain est la [plateforme d'échange de café vert Beyco](#) (lancée par [Progreso](#) en 2018), qui offre des connexions directes entre acheteurs et vendeurs potentiels, en utilisant la technologie blockchain. Elle met également en relation les investisseurs sociaux avec des clients potentiels dans les pays producteurs, aidant ainsi les deux parties à trouver ce qui leur convient le mieux.

Conseils :

- Pour en savoir plus sur la traçabilité le long de la chaîne d'approvisionnement du café, consultez le manuel de l'ONUDI intitulé [Traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement du café vert](#).
- En savoir plus sur la [valeur ajoutée de la traçabilité pour les producteurs de café](#) dans ce blog de Caravela Coffee.
- Pour en savoir plus sur l'application de la technologie blockchain dans la chaîne du café et découvrir les implications pour l'industrie, consultez le [site Perfect Daily Grind](#).
- Consultez en ligne les initiatives blockchain ci-dessus et envisagez d'inscrire votre organisation pour rejoindre la communauté des acheteurs et des vendeurs. La [plateforme Beyco, prise en charge par Progreso](#), peut convenir aux petits et moyens producteurs de café travaillant dans le domaine du café de spécialité.
- Le [Guide des transactions sur le café de spécialité](#) peut vous donner une idée des prix actuels du marché du café de spécialité. Ce guide quantifie les données anonymes des contrats et des prix des importateurs et des torréfacteurs, en fonction de la qualité, de la quantité et de l'origine du café acheté. L'idée derrière la publication de ces données est que la transparence peut permettre de remettre en question les mécanismes actuels de fixation des prix dans l'industrie du café.

Les initiatives de durabilité dans le secteur du café continuent de se développer

L'industrie du café porte davantage attention aux questions de changement climatique et de biodiversité. Le changement climatique devrait [réduire considérablement les zones propices à la culture du café d'ici 2050](#). Les conséquences prévues du changement climatique telles que les sécheresses prolongées, la hausse des températures, la perte de biodiversité et les pluies abondantes peuvent gravement affecter la production mondiale de café. [Plusieurs variétés de café ont déjà été déclarées menacées d'extinction en raison des effets du changement climatique](#). Les épidémies de maladies végétales ont également été directement liées au changement climatique, par exemple, l'[épidémie de la rouille du caféier en Amérique centrale](#) et du [scolyte du caféier](#) en Amérique latine. En raison de ces problèmes, il pourrait être plus difficile pour les exportateurs de respecter leurs contrats selon les termes convenus, en effet le café est produit sous pression. De même, [les](#)

[questions relatives à l'inégalité entre les sexes, aux prix bas, à la volatilité des prix et aux revenus de subsistance](#) constituent aussi de sérieuses préoccupations du point de vue de la durabilité sociale. Le travail des enfants reste également un problème social important dans la production de café.

La nouvelle mise à jour du Guide du café du Centre du commerce international (CCI) accorde une attention particulière à la durabilité du café. Selon le communiqué de presse, [ce livre s'appuie sur la collaboration de plus de 70 acteurs de l'industrie du café du monde entier](#), de la graine à la tasse, afin de tracer la voie vers un avenir plus durable pour l'industrie.

Initiatives du secteur privé

Ces préoccupations font que les consommateurs exigent des cafés plus durables, et cela incite les acteurs du secteur à agir. En conséquence, les principales multinationales du café ont développé leurs propres programmes d'engagement pour la durabilité. Starbucks a sa propre norme privée pour la qualité et la production durable de café, qui s'appelle Starbucks' Coffee and Farmer Equity Practices ([C.A.F.E. Practices](#)). Nestlé a également ses propres directives privées adoptant une approche similaire qui insiste sur la qualité : [Programme Nespresso AAA pour une Qualité Durable](#). Jacobs Douwe Egberts a lancé le [Code de conduite des fournisseurs](#) afin d'identifier les problèmes prioritaires dans la chaîne d'approvisionnement du café et d'y remédier. Les détaillants abordent aussi leurs préoccupations et leurs exigences en matière de durabilité dans leurs propres codes de conduite, tels que ceux de [REWE](#) (Allemagne), [Ahold Delhaize](#) (Pays-Bas) et [Carrefour](#) (France).

Les entreprises mènent également directement des projets dans les pays d'origine pour améliorer les questions de durabilité. Par exemple, le groupe commercial Neumann Kaffee a fondé l'ONG [Hanns R. Neumann Stiftung](#) indépendante, avec laquelle il met en œuvre plusieurs projets liés au café pour promouvoir une économie durable du café. Le torréfacteur Lavazza a fondé la [Fondation Lavazza](#) qui met en œuvre des projets de durabilité pour soutenir les communautés productrices de café dans le monde entier. Les acteurs de l'industrie de petite et moyenne taille sont également impliqués dans des projets directement à l'origine. Vous pouvez vous rendre sur les sites web du commerçant néerlandais [Trabocca](#) ou du trader britannique [Falcon](#) pour avoir une idée du type de projets sur lesquels les traders d'origine travaillent.

Initiatives multipartites dans le monde

En sus de celles du secteur privé, le nombre d'initiatives et d'événements liés à la durabilité dans le secteur mondial du café est en augmentation. Voici quelques exemples d'initiatives de collaboration en matière de durabilité, multipartites et sectorielles :

- La [Global Coffee Platform](#), qui est une plateforme de durabilité multipartite. La Global Coffee Platform a suscité plusieurs initiatives, telles que la [Kenya Coffee Platform](#) et la [Coffee Data Standard](#) (norme de données sur le café) pour simplifier les pratiques de déclaration.
- Conservation International a lancé le [Sustainable Coffee Challenge](#), qui vise à faire évoluer la production de café vers des pratiques totalement durables. Il mobilise des gouvernements, des entreprises privées et des institutions de recherche, soit environ [164 partenaires dans 44 pays](#).
- Le [Forum mondial des producteurs de café](#), qui est une plateforme qui organise et donne la parole aux producteurs de café au niveau mondial.
- La [SAFE Platform](#), qui est une plateforme de connaissances multipartite visant à transformer les paysages du café et du cacao en Amérique latine.

Ensemble, ces programmes fournissent une plateforme permettant aux acteurs de la chaîne de valeur de partager leurs expériences et de créer une compréhension commune des problèmes qui les affectent. Ils génèrent également des connaissances, des outils et des politiques qui peuvent propulser le secteur vers des pratiques plus durables et plus rentables.

Initiatives à l'échelle européenne

Il y a également des évolutions au niveau européen. L'UE met actuellement en œuvre son [pacte vert pour l'Europe](#), qui vise à rendre l'Europe neutre pour le climat d'ici 2050. L'une des pierres angulaires du pacte vert est la stratégie « [De la ferme à la table](#) », qui vise à créer un système alimentaire plus sain et plus durable. Dans ce cadre, l'UE travaille par exemple à l'élaboration d'une [législation européenne obligeant les entreprises à respecter les droits de l'homme et les normes environnementales dans leurs chaînes de valeur](#), y compris pour le café. La Fédération européenne du café (FEC) [a indiqué qu'elle était favorable à une approche de diligence raisonnable obligatoire à l'échelle de l'UE pour que les entreprises](#) identifient les impacts négatifs réels ou potentiels dans leurs propres chaînes d'approvisionnement en café, les préviennent, les atténuent et en répondent. L'UE travaille également à un [cadre juridique de l'Union pour enrayer et renverser la déforestation dont l'Union est responsable](#), qui comprend le café.

Assurez-vous d'avoir une bonne vue d'ensemble des opportunités, des modules de formation et du soutien en matière de durabilité dans votre région. Il existe de nombreuses initiatives locales et internationales visant à soutenir les exploitants dans leurs activités. Par exemple, vous pouvez vous renseigner sur les programmes gouvernementaux locaux ou les organisations liées au secteur, comme l'[Organisation internationale du café](#), la [Fédération européenne du café](#), la [Speciality Coffee Association](#) et [PROMECAFE](#) ; ainsi que sur les normes de certification, comme [Fairtrade](#), [Rainforest Alliance/UTZ](#) ; en plus des instituts agricoles ou des universités de

vos pays ou régions, comme [le Centre international d'agriculture tropicale](#) (CIAT) et le [Centre de recherche et d'enseignement supérieur en agriculture tropicale](#) (CATIE).

Conseils :

- Consultez le site web de l'[initiative de coffee&climate](#) et leur [boîte à outils pratique pour lutter contre le changement climatique](#). Celle-ci fournit, par exemple, des outils pratiques sur la façon d'améliorer le séchage et le stockage à la ferme contre les intempéries, des conseils pratiques sur la façon de mettre en œuvre la gestion de l'ombrage dans votre exploitation, ainsi que des méthodes qui vous aident à prendre des décisions, comme les analyses coûts-avantages des interventions.
- Lisez l'article [Le changement climatique augmente le besoin de fongicides pour les caféiers](#) pour en savoir plus sur la relation entre le changement climatique et la rouille du café.
- Découvrez [Fairtransport](#), une alternative pour expédier des grains de café vert par un moyen de transport ne rejetant aucune émission.
- Recherchez des moyens de commercialiser votre café comme durable. Par exemple, lisez comment [L'Équateur explore de nouveaux marchés de spécialités durables avec ses cafés ne causant pas de déforestation](#).
- Lisez la [Quatrième édition du Guide du café du CCI](#), publiée récemment, qui contient les dernières tendances et sources couvrant la durabilité dans le secteur du café.

Consolidation croissante dans le segment du café classique

Les marchés européens et mondiaux du café se consolident tous deux de plus en plus. Sur un marché déjà concurrentiel et saturé, les acteurs de grande envergure continuent de procéder à des fusions et acquisitions. En 2018, la holding de Jacobs Douwe Egberts (JDE), [JAB Coffee, a dépensé environ 45 milliards d'euros en acquisitions](#). Fin 2019, [JAB Holdings a fusionné JDE avec Peet's](#), qui compte plus de [21 200 salariés dans le monde et réalise un chiffre d'affaires de 6,9 milliards d'euros](#). En 2020, JDE Peet's est devenue la première entreprise exclusivement axée sur le café et le thé à annoncer sa [cotation à la bourse d'Amsterdam](#).

[Nestlé a dépensé environ 6,2 milliards d'euros dans le cadre d'un accord avec Starbucks en 2018](#) pour vendre des produits de café de la marque Starbucks dans des points de vente au détail en dehors de la chaîne de cafés, gagnant ainsi des parts de marché aux États-Unis. Dans un autre exemple, Lavazza a [consacré 2 milliards d'euros à des acquisitions](#) dans le secteur du café, en rachetant par exemple [Mars Drinks](#).

On observe également une tendance selon laquelle les entreprises de café classique s'engagent davantage sur le marché des spécialités. Par exemple, [Nestlé a acquis le torréfacteur spécialisé Blue Bottle fin 2017](#), tandis que JAB Holdings [a acquis Stumptown Coffee Roasters et Intelligentsia](#) et JDE Peet's [a acquis le torréfacteur spécialisé Campos Coffee en 2021](#). Ces grandes entreprises adoptent de plus en plus des termes communs sur le marché spécialisé, tels que origine unique et qualité supérieure, séduisant ainsi les consommateurs qui recherchent des signes de qualité. En conséquence, de plus en plus de producteurs travaillent sous l'égide de grandes entreprises, devant se conformer aux exigences de volume, de qualité, de traçabilité, de certification et autres établies par ces acheteurs.

Une autre tendance qui explique les acquisitions est la tentative de l'industrie d'élargir les options de consommation au café, [par exemple en le commercialisant comme une alternative aux sodas](#). On constate ainsi l'[acquisition du Dr. Pepper Stumple Group par Keurig Green Mountain](#), le [partenariat entre PepsiCo et Starbucks](#) et l'[acquisition de Costa par Coca-Cola](#).

Dans le segment de marché des coffee shops, plusieurs acquisitions ont également eu lieu. JAB Holdings a acquis de grandes chaînes de restaurants qui vendent de gros volumes de café, [comme la chaîne britannique Pret A Manger en 2018](#). Starbucks consolide sa position sur le marché en s'étendant à l'échelle mondiale. Comme décrit ci-dessus, la consolidation du marché conduit à des produits et des exigences standardisés, auxquels les exportateurs doivent finalement se conformer, poussant souvent ceux qui ne peuvent pas s'y conformer hors du marché.

Ces exemples s'inscrivent dans une décennie de consolidation accrue et de nombreuses acquisitions dans le secteur mondial du café. En raison des effets de la pandémie mondiale de COVID-19, cette tendance a pris un chemin différent, de nombreux [petits établissements de café n'ayant pas survécu à la crise sanitaire mondiale](#) en raison de confinements stricts et longs.

Conseils :

- Cherchez à savoir si vous pouvez suivre les qualités standardisées, les exigences de volume et les normes requises par les torréfacteurs à grande échelle ou si votre produit est plus adapté aux marchés à plus petite échelle. Consultez [notre étude sur la façon de trouver des acheteurs de café](#) pour plus d'informations sur les différentes approches du marché du café.
- Diversifiez vos marchés. Si vous avez des cafés de différentes caractéristiques et de volumes suffisants, vous pouvez opérer sur les marchés conventionnels, certifiés et de haute qualité. De nombreux importateurs sont désireux d'acheter des cafés présentant un mélange de qualités et de certifications, car ils seront un guichet unique pour différents clients.
- Faites constamment des recherches en ligne pour comprendre les facteurs qui influencent les fluctuations des prix du marché du café à New York, tels que la surproduction, les conditions météorologiques et les récoltes à venir au Brésil, les guerres entre supermarchés et les fonds

spéculatifs. Vous pouvez consulter les [rapports sur le marché et le commerce mondial du café de l'USDA](#) et les [rapports mensuels de l'OIC sur le marché du café](#) qui sont des sources utiles.

- Apprenez-en davantage sur les [activités de couverture du café](#) et les [prix mondiaux du café](#) sur le site web de Perfect Daily Grind.

Cette étude a été réalisée au nom du CBI par [ProFound - Advisers In Development](#).

Veillez consulter notre [clause de non-responsabilité vis-à-vis des informations sur le marché](#).