

L'exportation de café certifié en Europe

Le potentiel du marché européen pour le café certifié

Le marché européen est le leader mondial du café durable. Les acteurs de l'industrie du café ont toujours essayé de répondre aux demandes du marché en adoptant des pratiques plus durables, ce qui a conduit à une augmentation de l'approvisionnement en cafés certifiés. Les programmes de certification les plus courants pour le café sont Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade, Agriculture biologique et 4C. D'une manière générale, les questions de durabilité sont importantes tant pour les producteurs que pour les acheteurs ; elles resteront donc bien à l'ordre du jour sur la scène internationale. L'avenir de la certification est difficile à prévoir ; bien que les ventes de cafés certifiés aient augmenté, l'offre est supérieure à la demande actuelle du marché.

Description des produits

La présente étude se concentre sur les grains de café vert, classés sous le code SH 090111 (café, non torréfié, non décaféiné). Les données existantes ne font pas de distinction entre les cafés en vrac et les cafés de qualité et de spécialité. Les deux espèces de café les plus importantes sur le marché sont :

- *Coffea Arabica* (Arabica) : Appelé café des montagnes parce qu'il pousse mieux à des altitudes comprises entre 600 et 2 000 mètres, l'Arabica est l'espèce la plus dominante sur le marché du café, représentant environ 75 % de la production mondiale de café. Chaque caféier donne en moyenne deux à quatre kilos de cerises. Les grains d'Arabica sont assez plats et allongés. Les grains de café Arabica ont un goût plus doux, plus aromatique et plus savoureux que le Robusta. Les grains d'Arabica ont une teneur en caféine d'environ 1,5 %.
- *Coffea Canephora* (Robusta) : Le café Robusta peut être considéré comme un café de plaine, car il pousse mieux à des altitudes inférieures à 600 mètres. Le Robusta représente environ 20 % de la production mondiale de café. Ses grains ont une teneur en caféine d'environ 2,7 %. Le Robusta est moins sensible aux parasites et aux maladies que l'Arabica. Ses grains sont plus petits et plus ronds que les grains Arabica. Lorsqu'ils sont torréfiés, les grains Robusta ont généralement un goût, souvent décrit comme amer, plus fort et plus âpre que les grains Arabica. Les grains de Robusta sont souvent utilisés dans les mélanges de café et dans la production de café instantané.

Café certifié

Le café certifié désigne le café qui a satisfait aux normes d'un programme de certification et qui a été certifié par un organisme de certification accrédité. Le programme de certification peut être lié à des aspects environnementaux, sociaux ou économiques. La certification indique si les différentes parties prenantes d'une chaîne d'approvisionnement respectent les normes environnementales, sociales et économiques requises. Notez que les programmes de certification ne sont pas liés à la qualité du café.

Vous pouvez trouver du café certifié tant sur le marché général que sur le marché spécialisé. La certification est de plus en plus utilisée comme condition d'entrée sur le marché général, en raison des protocoles de durabilité plus stricts des torréfacteurs et des détaillants en Europe. Il est donc de plus en plus difficile pour les fournisseurs non certifiés d'accéder au marché européen.

Dans les cafés de haute qualité et les cafés de spécialité, la certification n'est souvent pas une condition d'entrée. En effet, ces chaînes d'approvisionnement contiennent déjà de nombreuses pratiques de durabilité qui vont au-delà des normes des programmes de certification. Une exception est la certification biologique, qui se développe particulièrement dans les segments de haute qualité et de spécialité.

Les entreprises ont diverses raisons de vouloir obtenir une certification de leurs chaînes d'approvisionnement, notamment la demande du consommateur final, la garantie de la transparence et de la traçabilité, l'amélioration de la réputation de la marque et l'ajout de crédibilité à leurs affirmations en termes de durabilité.

Programmes de certification de la durabilité indépendants

Chaque programme de certification dans le secteur du café a ses propres objectifs et exigences. Il est possible de certifier votre café selon plusieurs normes. Les principaux programmes de certification du café sont les suivants :

- [Rainforest Alliance/UTZ](#) : Rainforest Alliance et UTZ ont fusionné en 2018. Depuis 2020, ils proposent [des options de reconnaissance mutuelle](#) du 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 Alliance ou UTZ sur leur produit. Nous désignons ces certifications sous le nom de Rainforest Alliance. Le café produit en suivant cette norme résulte de méthodes de production qui protègent les forêts, encouragent les pratiques agricoles respectueuses du climat, respectent les droits de l'homme et améliorent les chances de gagner sa vie de manière durable. Rainforest Alliance travaille aussi bien avec des petites et qu'avec des grandes exploitations. Cette norme est souvent utilisée comme un label de durabilité sur le marché du café général.
- [Fairtrade](#) : Fairtrade est un programme qui exige le respect d'un ensemble de normes environnementales et sociales. Il existe une norme pour les organisations de petits producteurs ainsi

qu'une norme pour les organisations qui emploient de la main-d'œuvre salariée (sur un domaine). Fairtrade International (FLO) est la seule organisation de normalisation et de certification de cette certification Fairtrade. Le label Fairtrade figurant sur les produits indique que les producteurs reçoivent un prix minimum équitable. Les prix minimums et les primes actuels pour le café, qu'il soit certifié biologique ou conventionnel, sont indiqués dans le [tableau des prix minimums et des primes Fairtrade](#).

- [Agriculture biologique](#) : La certification Agriculture biologique vise à préserver la santé des personnes, des sols et des écosystèmes. Cette certification exige que le café ait été cultivé sans recourir à des nutriments synthétiques, en plus d'exiger l'utilisation de méthodes et de pratiques pour la protection des plantes et la conservation des sols. Dans l'Union européenne, la certification biologique est définie dans la [législation relative aux produits issus de la production biologique](#). Le respect de la législation et la certification par un organisme de certification accrédité sont obligatoires pour qu'un produit puisse être commercialisé en tant que produit biologique sur le marché européen.
- [4C](#) (le Code commun de la communauté du café) : Le café certifié 4C a été produit conformément au code de conduite de 4C. Le code de conduite de 4C est axé sur la production durable et le traitement après récolte du grain de café vert. La certification 4C vise à améliorer progressivement les conditions sociales, économiques et environnementales de la production et du traitement du café dans le monde entier.

En tant que producteur ou exportateur de café, les programmes de certification suivants peuvent aussi vous intéresser :

- [Demeter](#) : Demeter est un organisme privé de certification biologique, axé sur l'agriculture biodynamique.
- [Simbolo de Pequeños Productores](#) (Symbole des petits producteurs, SPP) : La certification SPP est une certification de commerce équitable destinée aux petits producteurs ou aux petites coopératives organisés. Les prix minimums de la certification SPP sont généralement plus élevés que ceux de Fairtrade.
- [SMBC Bird Friendly](#) : Cette norme de certification garantit que le café est cultivé dans des exploitations qui offrent aux oiseaux un habitat semblable à une forêt. Les exploitations auront une canopée d'arbres qui fournissent un abri, de la nourriture et des nids aux oiseaux migrateurs et locaux.
- [Fair for Life](#) (FFL) : FFL est un programme de certification du commerce équitable et des chaînes d'approvisionnement responsables. Le FFL s'intéresse aux droits de l'homme, aux conditions de travail équitables et aux écosystèmes, et promeut la biodiversité et les pratiques agricoles durables. Notez que FFL n'adhère pas au prix minimum strict que Fairtrade utilise dans sa norme, mais exige généralement de payer 10 % de plus que le prix du marché.
- [Fair Choice](#) : Il s'agit d'un programme de certification de l'organisme de certification Control Union. La certification Fair Choice est fondée sur le développement de principes humains, sociaux, environnementaux et économiques.
- [WFTO](#) : La certification WFTO est un programme de vérification mondial regroupant plus de 1 000 entreprises sociales et 1 500 magasins qui font l'objet d'un examen par des pairs pour vérifier qu'ils appliquent les [10 principes du commerce équitable](#) dans leurs activités et leurs chaînes d'approvisionnement. Une fois vérifiés, tous les membres peuvent utiliser librement le label de produit équitable garanti par la WFTO.

Normes de durabilité de l'entreprise

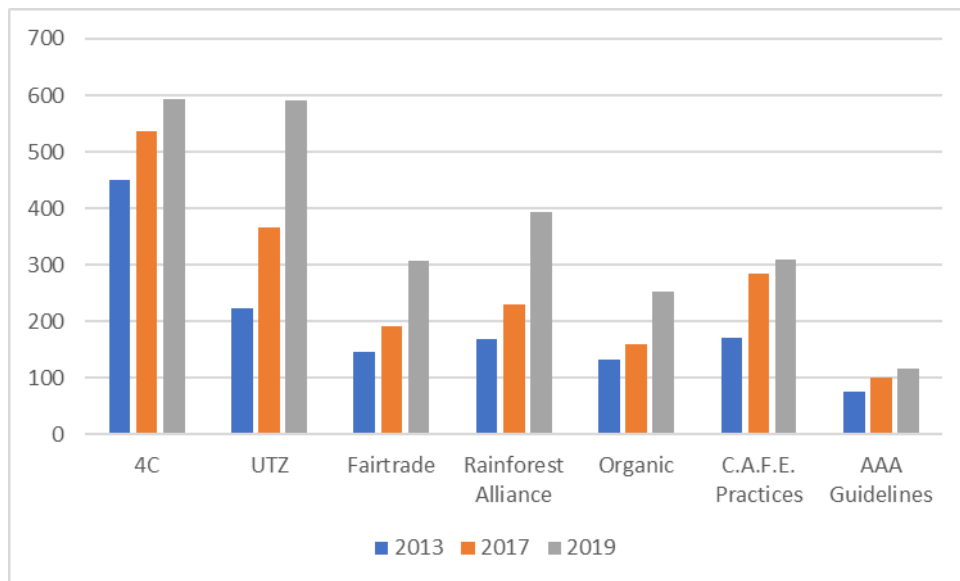
Certaines entreprises disposent également de leurs propres programmes de certification. Ces programmes vous seront proposés par ces entreprises en tant que producteur/exportateur de café afin de vous qualifier en tant que fournisseur. Les plus importants sont :

- [C.A.F.E. Practices](#) de Starbucks : la norme Coffee and Farmer Equity Practices est une directive d'approvisionnement en café vert qui prévoit une évaluation par une tierce partie. Elle garantit que Starbucks s'approvisionne en café cultivé et traité de manière durable. Cette norme prétend mesurer les exploitations en fonction de critères qualitatifs, économiques, sociaux et environnementaux, tous conçus pour promouvoir des pratiques de culture du café transparentes, rentables et durables, tout en protégeant le bien-être des producteurs de café, de leurs communautés et de la planète.
- [Programme AAA](#) de Nespresso : AAA représente la triple priorité accordée à la haute qualité, à la productivité et à la durabilité sociale et environnementale, visant à encourager le développement économique rural et à améliorer les moyens de subsistance et le bien-être des producteurs de café tout en produisant un café de haute qualité. Pour participer au programme, un agriculteur doit produire un profil aromatique spécifique et satisfaire aux exigences de qualité et de durabilité.

Qu'est-ce qui fait de l'Europe un marché intéressant pour le café certifié ?

L'Europe est le plus grand marché mondial du café certifié, dont la demande a augmenté au cours des dernières années. Néanmoins, le secteur européen du café cherche de plus en plus d'autres moyens de traiter les questions de durabilité, car il est devenu évident que la certification n'est pas en soi la seule solution aux problèmes urgents de durabilité. Les effets sur l'avenir du café certifié ne sont pas clairs, mais la demande de cafés certifiés dans un avenir proche devrait continuer à croître.

Figure 1 : Évolution des volumes de café certifié vendus par programme de certification, au niveau mondial, en milliers de tonnes



Source : Baromètre du café, 2020

Le commerce durable et éthique gagne en importance sur le marché européen du café

La durabilité est de plus en plus importante sur le marché européen du café, tant pour les consommateurs que pour les acteurs du secteur. La certification est souvent exigée par les importateurs, les torréfacteurs et les détaillants, car elle est considérée comme une preuve importante de l'engagement envers la durabilité. La certification est devenue essentielle pour les moyennes et grandes entreprises de café, rendant de plus en plus difficile l'accès au marché européen pour les fournisseurs non certifiés. En particulier, les normes de certification telles que Rainforest Alliance/UTZ et 4C sont devenues courantes sur le marché du café général.

Les cafés certifiés équitables et biologiques étaient autrefois de petits marchés de niche, mais ils ont de plus en plus pénétré les segments généraux du marché européen. Ces normes se retrouvent surtout dans le segment moyen de gamme du marché. La plupart des grands détaillants européens proposent dans leurs magasins une large gamme de cafés certifiés Fairtrade, biologiques ou Rainforest Alliance.

L'importance du commerce durable et éthique en Europe a également créé des opportunités spécifiques pour certains cafés de spécialité certifiés. Bien que la certification soit moins courante dans ce segment, la certification biologique a particulièrement trouvé sa place. Cela s'explique en partie par le fait que les produits biologiques sont considérés par les consommateurs comme plus sains, plus sûrs et de meilleure qualité que les produits alimentaires conventionnels.

Il faut savoir que pour plusieurs importateurs et petits torréfacteurs travaillant avec du café de spécialité, les certifications peuvent se révéler contre-productives. En effet, le marché des spécialités présente déjà de nombreuses caractéristiques des chaînes de valeur durables du café qui vont au-delà de la certification. Par exemple, le marché des spécialités est fortement lié à des pratiques telles que le commerce direct, les contacts étroits entre agriculteurs et acheteurs, les systèmes de traçabilité et les primes de prix basées sur la qualité des grains de café. En général, les importateurs spécialisés et les torréfacteurs à petite échelle contrôlent les bonnes pratiques agricoles et la responsabilité sociale grâce aux relations directes qu'ils entretiennent avec les producteurs. De l'avis de ces importateurs et torréfacteurs, les certifications peuvent également imposer des coûts inutiles aux agriculteurs.

Les initiatives privées de durabilité dans le secteur du café font augmenter la demande de cafés certifiés

Plusieurs questions en matière de durabilité tiennent à cœur aux parties prenantes du secteur du café. Ces questions ont par exemple trait au changement climatique et à la biodiversité. Les sécheresses sur de longues périodes, la hausse des températures, la perte de biodiversité et les fortes pluies [devraient réduire considérablement les zones propices à la culture du café d'ici 2050](#). Les épidémies de maladies végétales ont également été directement liées au changement climatique, par exemple, [l'apparition de la rouille du caféier et du scolyte du caféier](#) en Amérique centrale. 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. Les questions relatives à l'inégalité entre les sexes, aux prix bas, à la volatilité des prix et aux revenus de subsistance constituent de sérieuses préoccupations en matière de durabilité sociale. Le travail des enfants reste également un problème social important dans la production de café.

Ces sujets sources d'inquiétudes en matière de durabilité incitent les acteurs du secteur à prendre des mesures. En conséquence, les principales multinationales du café ont développé leurs propres programmes d'engagement

pour la durabilité. Certains travaillent avec des normes qu'ils ont eux-mêmes élaborées, tandis que d'autres ont décidé de collaborer avec des programmes de certification tiers existants.

Par exemple, bien qu'il ait sa propre norme privée [C.A.F.E. Practices](#), [Starbucks est l'un des plus grands acheteurs de café certifié Fairtrade dans le monde](#). De plus, dans le cadre du [Programme AAA de qualité durable de Nespresso](#), les agriculteurs peuvent choisir de faire certifier les performances AAA de leurs exploitations par les normes Rainforest Alliance ou Fairtrade International. 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 [Coop](#) (Suisse), [REWE](#) (Allemagne), [Ahold Delhaize](#) (Belgique/Pays-Bas) et [Carrefour](#) (France). De nombreux détaillants européens font activement la promotion du café certifié et s'approvisionnent de plus en plus en café certifié pour leurs propres marques de distributeur. Coop (Suisse), par exemple, exige que tous [les produits à base de café soient certifiés selon la norme de Fairtrade Max Havelaar ou 4C](#). Lidl (Allemagne) [s'est engagée à ce que le café de la marque Lidl soit certifié conforme](#) aux normes Fairtrade ou Rainforest Alliance/UTZ ou certifié agriculture biologique.

Ces exemples montrent que les normes de certification font souvent partie de la stratégie de durabilité des négociants, des torréfacteurs de café et des détaillants, ce qui assure une forte demande de cafés certifiés en Europe. Sachez que les acheteurs vous demanderont probablement de respecter leurs codes de conduite en matière de responsabilité des entreprises, en plus des programmes de certification.

Initiatives de développement durable au niveau national et européen

Comme le montrent les engagements et les programmes mentionnés dans la partie ci-dessus, les entreprises et les consommateurs reconnaissent la nécessité d'un secteur du café plus durable. L'intérêt et l'importance de la durabilité pour les entreprises actives dans le secteur du café ne feront que croître et s'intensifier, accordant davantage d'attention à des questions telles que la biodiversité. Toutefois, [les acteurs du secteur s'accordent de plus en plus à dire que l'achat de café certifié ne suffit pas](#) pour répondre aux enjeux de durabilité du café. Cela signifie que les acteurs de l'industrie cherchent également d'autres moyens d'assurer la transition vers un secteur plus durable. Il est difficile de prévoir ce que cela implique pour l'augmentation à venir du nombre de normes de certification.

Outre les initiatives privées en matière de durabilité, les gouvernements aussi prennent des mesures. Par exemple, les politiques d'achats gouvernementaux en Europe occidentale ont accru la demande de café certifié. Ces politiques gouvernementales sont axées sur des critères de durabilité pour l'achat de produits. Le gouvernement néerlandais, par exemple, a élaboré des [directives spécifiques en matière d'achats durables](#) pour les services et les produits qu'il achète. En fonction de l'acheteur et de ses mesures d'exécution, les producteurs devront se conformer aux normes requises (ou s'engager à s'y conformer).

Outre ces initiatives nationales, les choses évoluent également 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 [légalisation 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 rendent compte. 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.

Attention avec le marché du café certifié !

Bien que les acteurs du secteur soient de plus en plus tenus de se conformer aux normes de durabilité, il est important de noter que l'adoption par le marché de cafés certifiés stagne progressivement, alors que la production et la disponibilité de café certifié continuent de croître. Le rapport [Baromètre du café 2020](#) a indiqué que, bien que les volumes absolus d'achats de café certifié puissent être plus importants, les pourcentages des volumes totaux certifiés achetés par les plus grands torréfacteurs ont indiqué un déclin au cours des dernières années.

En outre, bien que le marché absolu des cafés certifiés continue de croître, il y a plus de café certifié sur le marché que de café réellement vendu comme certifié. Selon le Baromètre du café, environ [55 %](#) de la production mondiale totale de café était certifiée en 2019, dont seulement 25 % a été acheté comme certifié par l'industrie dans le monde entier. Cela signifie que de nombreux producteurs ne sont pas en mesure de vendre (tout) leur café certifié au prix fort, ce qui les expose souvent à un risque financier.

C'est dans ce contexte que Fairtrade, en 2020, a ajouté une [nouvelle condition d'entrée pour les organisations cultivant ou commercialisant du café](#). Il est désormais exigé que les producteurs souhaitant certifier leur coopérative démontrent qu'il existe un acheteur certifié Fairtrade prêt à acheter leur produit.

En outre, une [étude du Center for Global Development](#) sur la relation entre la certification et les questions de rentabilité, de productivité et de durabilité indique que l'impact de la certification sur les producteurs n'offre pas

toujours des résultats positifs évidents. L'une des raisons de ces résultats est qu'il n'existe souvent pas de données de base. Certaines des principales questions concernant l'impact de la certification sont les suivantes :

- Les résultats de la certification du café varient selon le lieu et les conditions.
- Les approches uniques ne fonctionnent souvent pas.
- Il existe d'autres moyens d'assurer la durabilité de la production de café. Le changement climatique, en particulier, nécessite une approche plus ciblée.

Conseils :

- Activez la fonction « Traduction » de votre navigateur pour lire les études dans votre langue maternelle.
- Pour en savoir plus sur l'évolution générale de la certification sur le marché du café, consultez notre [étude sur les statistiques et les perspectives du commerce du café](#).
- Lisez le rapport du Centre du commerce international sur la [situation des marchés durables](#) pour plus d'informations sur les statistiques et les tendances émergentes concernant la durabilité dans le secteur du café.
- Consultez [le site web de la Commission européenne](#) pour en savoir plus sur les marchés publics écologiques et durables dans l'Union européenne.
- 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.
- Consultez le [Baromètre du café 2020](#) pour plus d'informations sur l'évolution des certifications sur le marché européen du café.

Quels pays européens offrent le plus d'opportunités pour le café certifié ?

En général, les plus grands marchés pour le café certifié se trouvent en Europe du Nord et de l'Ouest. Mais les détaillants dont les magasins sont situés dans toute l'Europe stimulent la demande dans toute la région. Les pays où la demande des consommateurs pour des produits durables, y compris le café, est élevée, offrent également des possibilités intéressantes pour les cafés certifiés. Parmi les marchés les plus intéressants pour le café certifié figurent l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la Suisse, le Danemark et la Suède. N'oubliez pas qu'il y a actuellement plus de café certifié produit que vendu. Par conséquent, assurez-vous toujours que la certification est économiquement viable pour vous et qu'elle garantit des relations à long terme avec les acheteurs.

Le marché du café certifié Rainforest Alliance/UTZ

Le regroupement d'UTZ et de Rainforest Alliance au sein d'une seule et même organisation a permis une très large couverture du marché en Europe. Bien que les deux normes aient fusionné en 2018, [la reconnaissance mutuelle pour le café n'a été formalisée qu'en juillet 2020](#). Ainsi, les données de certification pour chaque programme sont données séparément.

Le café certifié Rainforest Alliance/UTZ est principalement vendu en gros volumes aux marchés généraux en Europe. Entre 2015 et 2019, les ventes mondiales de café certifié UTZ ont augmenté de **14 %**, principalement en raison de la demande croissante des détaillants européens et des marques spécialisées en Europe et en Amérique du Nord. L'Italie et la Finlande ont enregistré la plus forte augmentation d'acteurs de la chaîne d'approvisionnement du café certifiés UTZ au cours des dernières années.

Les produits de café certifiés UTZ sont largement disponibles aux Pays-Bas, en Allemagne, en Italie, en Suisse et dans les pays nordiques. Dans ces pays, [de nombreux détaillants](#), tels que Ahold, Aldi, Ikea, Jumbo, Kaufland et Lidl, ainsi que des torréfacteurs et des marques de café, tels que Jacobs Douwe Egberts, Lavazza, Paulig et Tchibo, proposent leurs propres produits de marques de distributeur certifiés par la norme UTZ.

Entre 2018 et 2019, les ventes d'Arabica certifiés Rainforest Alliance ont augmenté de 20 %, tandis que les ventes de Robusta ont augmenté de 12 %. Ces augmentations sont principalement dues à l'accroissement de la demande en Amérique latine et en Europe. Les plus grands marchés pour les produits de café certifiés Rainforest Alliance en Europe se trouvent au [Royaume-Uni](#), [en Allemagne](#), [aux Pays-Bas](#), [en Suède](#) et [en France](#). [Nespresso](#) est une marque de café bien connue et populaire en Europe qui est certifiée par le label Rainforest Alliance. Les grands détaillants européens travaillent également avec du café certifié Rainforest Alliance, comme les Allemands [Kaufland](#), [Lidl](#) et [REWE](#), le Britannique [ASDA](#) et les grands torréfacteurs comme [Lavazza](#).

Le marché du café certifié Fairtrade

Le Royaume-Uni (RU) est le plus grand marché Fairtrade, ses ventes au détail globales Fairtrade atteignant plus de **1,8 milliard d'euros** en 2018. Le Royaume-Uni est également le [premier marché pour le café certifié](#)

[Fairtrade](#), [Sainsbury's](#), [Waitrose](#) et [Marks & Spencer](#) sont des exemples de détaillants britanniques qui ont converti l'intégralité de leurs lignes de café de marque de distributeur à Fairtrade. [Greggs](#), la plus grande chaîne de boulangerie du Royaume-Uni, a fait progresser les ventes de café Fairtrade dans le segment hors foyer au Royaume-Uni.

L'Allemagne est également un important marché Fairtrade en Europe. Environ [5 %](#) des ventes totales de café allemand ont été certifiées Fairtrade en 2019. Le nombre total de produits de café Fairtrade vendus dans les canaux de vente au détail et par le segment hors foyer en Allemagne a atteint environ 350 produits en 2019.

La Suisse est également un marché relativement important pour les produits du commerce équitable, avec des ventes au détail atteignant [817 millions d'euros](#) en 2018. Les ventes globales du commerce équitable en Suisse ont augmenté de 13 % entre 2017 et 2018. La part Fairtrade dans les produits du café en Suisse a atteint, selon les estimations, [11 %](#) du marché total, ce qui correspond à l'utilisation de 7 600 tonnes de café vert certifié Fairtrade en 2019. La Suisse a également enregistré la plus forte consommation de produits du commerce équitable par habitant en Europe, avec plus de [95 €](#) dépensés par personne en 2018.

Les [marchés à plus forte croissance pour le café Fairtrade sont l'Irlande, la Finlande et le Danemark](#), qui ont connu des taux respectifs de croissance annuels moyens de 36 %, 35 % et 25 % entre 2016 et 2017. En Irlande, par exemple, [la croissance des ventes de café Fairtrade est stimulée](#) par le fait que [Bewley's](#), la principale entreprise de café et de thé du pays, s'est engagée à ne vendre que des grains de café issus d'une production Fairtrade depuis 2017. Les grandes chaînes de café [Insomnia](#) et [Starbucks](#) contribuent également de manière importante à la croissance des ventes de produits Fairtrade dans le pays.

Le marché du café certifié biologique

Chiffres généraux du marché biologique

Le marché bio européen est le deuxième plus grand marché intérieur biologique, juste après les États-Unis d'Amérique. Les ventes au détail de produits biologiques européennes ont atteint [45 milliards d'euros](#) en 2019. Entre 2015 et 2019, les ventes au détail de produits biologiques européennes ont enregistré une augmentation annuelle moyenne de [11 %](#). [La crise liée à la COVID-19 a stimulé la demande d'aliments et de boissons biologiques](#), ces derniers étant considérés comme plus sains et plus sûrs que les produits conventionnels.

[L'intérêt croissant pour un mode de vie sain en Europe](#) est l'un des moteurs de la demande croissante de produits biologiques. La perception commune est que les produits obtenus par des moyens biologiques réduisent l'exposition des consommateurs aux produits chimiques et aux pesticides de synthèse. Les consommateurs qui se mettent davantage à la place d'autrui achètent (également) des produits biologiques afin de réduire l'exposition des agriculteurs aux toxines.

En Europe, le plus grand marché national pour les produits biologiques est l'Allemagne. En 2019, les ventes au détail de produits biologiques en Allemagne ont atteint [12 milliards d'euros](#), soit près de 27 % de l'ensemble du marché européen. Le deuxième marché bio européen est la France, ses ventes au détail de produits biologiques s'élevant à 11,3 milliards d'euros en 2019, suivie de l'Italie avec 3,6 milliards d'euros. Connaissant un taux de croissance de plus [13 %](#) sur 2019, la France est l'un des marchés biologiques les plus dynamiques d'Europe. Parmi les autres marchés à forte croissance figurent la Belgique, avec un taux de croissance de 11 %, et l'Espagne, avec 12 %.

Marché du café biologique

Les importations totales de café vert par l'Union européenne (UE) en 2019 se sont élevées à 4,3 millions de tonnes. Cette année-là, les importations de café biologique par l'UE ont atteint 130 000 tonnes, soit [3,0 % des importations totales de café vert](#). Entre 2018 et 2019, les importations de café biologique ont augmenté de 12 %.

Ces volumes d'importation montrent que le segment biologique est encore un marché de niche en Europe. Néanmoins, la croissance du marché européen du café biologique est estimée à plus de [10 %](#) par an sur la période 2020-2030.

En Allemagne, le café biologique est largement disponible et consommé. En 2019, le volume des ventes de café bio a augmenté de [14 %](#), à un rythme nettement supérieur à celui du café classique. La part de marché du bio dans les ventes de café a atteint environ 4,3 % en 2019, et la [demande devrait encore augmenter](#). L'Allemagne étant le plus grand marché de produits biologiques et le plus grand importateur de café d'Europe, les exportateurs de café y trouveront certaines des meilleures opportunités pour le café biologique. Toutefois, les exportateurs devront également faire face à un marché concurrentiel, l'Allemagne étant connue pour être la destination privilégiée des producteurs de café certifié biologique. Parmi les négociants allemands qui gèrent les cafés biologiques, citons [Bernhard Rothfos](#), [InterAmerican Coffees](#), [List + Beisler](#) et [Rehm & Co](#).

La France, deuxième marché européen pour les aliments et boissons biologiques, offre également des possibilités intéressantes aux exportateurs de café biologique. En ce qui concerne le café torréfié, les volumes de vente ont atteint [185 000 tonnes](#) en 2018, dont environ [3 %](#) étaient biologiques. [Le potentiel de croissance du café biologique est grand en France](#), car le thé et les infusions détiennent des parts de produits biologiques respectives de 12 % et 33 %, elles sont donc beaucoup plus importantes.

La Belgique figure également parmi les plus importants marchés de café biologique en Europe. Parmi tous les produits à base de café en vente, on estime que [52 %](#) contenaient un label bio en 2019. D'autres marchés

intéressants pour le café biologique sont le Danemark et la Suède. [Le café figure parmi les principaux produits biologiques vendus au détail](#) dans ces pays. Le Danemark est le pays dont la part de marché des produits biologiques est la plus élevée au monde. Un peu plus de [12 %](#) de tous les produits alimentaires vendus au Danemark étaient certifiés biologiques en 2019, alors que seuls 7,6 % l'étaient en 2014. La Suède a atteint une part de ventes au détail de produits biologiques de [9,0 %](#).

Le marché du café certifié 4C

Il y a généralement moins de données disponibles sur la demande et les marchés du café certifié 4C. En 2020, [702 000 tonnes](#) de grains de café vert certifiés 4C ont été achetées dans le monde, marquant une augmentation de 18 % depuis 2019. Le café certifié 4C atteint tous les marchés généraux en Europe.

Conseils :

- Trouvez des importateurs spécialisés dans les produits biologiques sur le [site web d'Organic-bio](#).
- Pour en savoir plus sur l'évolution de la production et du marché biologiques, consultez le rapport (en anglais) [The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends 2021](#) [Le monde de l'agriculture biologique : Statistiques et tendances émergentes 2021].
- Consultez les sites web nationaux Fairtrade de votre pays cible pour vous tenir au courant des développements sur ce marché, par exemple l'organisation nationale de la [France](#), de l'[Allemagne](#) ou de la [Suisse](#).

Quelles sont les tendances qui peuvent se traduire par des opportunités sur le marché européen du café certifié ?

La durabilité est devenue courante sur le marché européen du café. Il est donc de plus en plus important pour les exportateurs de café de communiquer sur leurs pratiques durables. Si possible, communiquez vos efforts pour réduire votre empreinte carbone et partagez des histoires sur vos projets d'agroforesterie, si vous en avez un. La neutralité carbone et l'agroforesterie font de plus en plus partie des politiques de durabilité des grands acteurs industriels européens. En outre, il existe un marché croissant pour les cafés doublement certifiés avec les labels Fairtrade et bio.

Marché en expansion des cafés certifiés « Fairtrade » et biologiques en Europe

Les consommateurs européens recherchent de plus en plus de produits éthiques, tant d'un point de vue social qu'écologique. C'est notamment le cas du café. La combinaison Fairtrade et de la certification biologique dans le café gagne en popularité sur les marchés de consommation en Europe. Entre 2015 et 2019, le volume mondial de ventes de café vert qui a été certifié par les deux normes a marqué une croissance de 5,5 % d'année en année, s'élevant à [131 000 tonnes](#) en 2019. La popularité de cette double certification devrait continuer à croître.

En Allemagne, on estime que [23 000 tonnes](#) de café Fairtrade ont été vendues en 2019, dont environ 77 % étaient aussi certifiées biologiques. À titre de comparaison, en 2014, les ventes de café certifié Fairtrade ont atteint près de [17 000 tonnes](#), dont environ 66 % étaient certifiées biologiques. [GEPA](#), Kaffa d'[Original Food](#) et [Rapunzel](#) sont des marques allemandes populaires qui proposent une gamme de cafés biologiques et Fairtrade.

Les détaillants européens proposent également de plus en plus de cafés sous marque de distributeur qui sont à la fois biologiques et certifiés Fairtrade. Citons par exemple la [ligne Barissimo](#) d'ALDI et les [cafés de la ligne No.1 de Waitrose](#). Les détaillants suisses proposent également de plus en plus de produits sous marque de distributeur qui sont à la fois biologiques et certifiés Fairtrade. Le principal détaillant suisse [Coop](#) possède environ 25 marques de distributeur, dont [Naturaplan](#) qui est la plus importante pour les cafés biologiques. Les [capsules de café Naturaplan](#) de Coop sont un exemple de produit de marque privée suisse certifié biologique et Fairtrade.

L'intégration de la durabilité en Europe

Outre les efforts de certification, les acteurs de l'industrie du café en Europe sont de plus en plus engagés dans d'autres activités de durabilité. 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, auxquelles participent les parties prenantes européennes :

- La [Global Coffee Platform](#), qui est une plateforme de durabilité multipartite.
- Conservation International a lancé le [Sustainable Coffee Challenge](#), qui vise à faire évoluer la production de café vers des pratiques totalement durables. Il a mobilisé les gouvernements, les entreprises privées et les institutions de recherche pour qu'ils prennent des engagements en matière de durabilité. Début 2021, plus de [164 partenaires de 38 pays](#) ont rejoint le défi, dont une série de détaillants, de torréfacteurs, d'importateurs et de marques européens.
- [SAFE Platform](#), qui est une plateforme de connaissances multipartite visant à transformer les paysages du café et du cacao en Amérique latine.

On constate également une augmentation du nombre d'initiatives de durabilité au niveau national. Par exemple, aux Pays-Bas, plusieurs acteurs publics et privés ont lancé en 2019 le [Futureproof Coffee Collective](#). Cette initiative vise à calculer (et à payer) le « vrai prix » du café, qui inclut les coûts sociaux et environnementaux de la production du café. Plus de vingt petites et moyennes entreprises de café font partie de cette initiative, comme [Kinti Coffee](#), [Fairtrade Original](#) et [Mocca d'Or](#).

En Allemagne, par exemple, sept détaillants (Aldi Nord, Aldi Sud, Lidl, dm, REWE, Kaufland et Tegut) se sont fixé [pour objectif d'œuvrer en faveur d'un revenu et d'un salaire de subsistance pour les agriculteurs de leurs chaînes d'approvisionnement](#), ce qui inclut la chaîne d'approvisionnement en café. Dans un premier temps, le groupe se concentre sur les chaînes d'approvisionnement de ses propres marques de distributeur.

La neutralité carbone et l'agroforesterie sont des thèmes importants en matière de durabilité

Comme expliqué dans les sections ci-dessus, les producteurs, les consommateurs et les acteurs de l'industrie se soucient des questions de durabilité dans le secteur du café. Une attention accrue est accordée au changement climatique, à la perte de biodiversité et à la garantie d'un revenu vital pour les producteurs et leurs familles.

Nombre de ces questions ne sont pas spécifiquement abordées par la législation mais sont couvertes par les codes de conduite ou les politiques de durabilité des importateurs ou des détaillants. Des engagements en faveur de la neutralité carbone et des pratiques agroforestières sont de plus en plus souvent ajoutés à ces codes et politiques.

L'agroforesterie dans les exploitations de café consiste à faire pousser du café à l'ombre d'autres arbres. De cette manière, les systèmes agroforestiers contribuent à créer des écosystèmes sains et à renforcer la résilience au changement climatique. Dans le même temps, ils génèrent un revenu durable grâce à de multiples cultures de rente et contribuent à réduire l'empreinte carbone. Par exemple, Nespresso, en collaboration avec le [PUR Projet](#), a mis en œuvre des projets d'agroforesterie dans le but de devenir 100 % neutre en carbone. [The Coffee Quest](#), un importateur néerlandais de spécialités, met également en œuvre des systèmes d'agroforesterie sur les sites d'approvisionnement en café.

En ce qui concerne la neutralité carbone, une [Climate Neutral Certification](#) a été créée pour le marché européen. Ce label est décerné aux entreprises qui compensent et réduisent l'ensemble de leurs émissions de gaz à effet de serre, dans le but de parvenir à des émissions nulles en 2050. Plusieurs [marques de café ont obtenu ce label](#), comme les produits de café néerlandais de la marque de distributeur [G'woon](#). G'woon est la marque de l'organisation d'achat [Superunie](#) qui représente 13 organisations de détail indépendantes aux Pays-Bas.

Pour vous démarquer de vos concurrents, il est devenu plus important pour vous, en tant qu'exportateur de café, de mettre en avant vos contributions, par exemple, à la neutralité carbone et à la protection de la biodiversité. Il est important de communiquer clairement vos initiatives au moyen d'outils tels que des images, des vidéos, des infographies et des témoignages. Veillez à ce que les résultats et l'impact de ces initiatives soient également documentés et mesurés de manière structurée et transparente.

Au Costa Rica, la neutralité carbone a été adoptée dès les premiers jours. Lisez [cet article pour savoir comment un collectif de café au Costa Rica est devenu neutre en carbone](#).

Conseils :

- Vous envisagez de certifier votre café ? Avant de vous lancer dans un programme de certification, assurez-vous que le label fait l'objet d'une demande suffisante sur votre marché cible et qu'il sera rentable pour votre produit, toujours en concertation avec votre acheteur potentiel.
- Outre la promotion de votre certification, faites également la promotion d'autres aspects durables et éthiques de votre processus de production. Il convient de noter que, outre la certification, la transparence de la chaîne d'approvisionnement est devenue de plus en plus importante. Cela signifie que vous devez être en mesure de prouver un lien clair et direct entre le producteur et le consommateur.
- Consultez [notre étude comment faire des affaires avec les acheteurs de café européens](#) pour obtenir plus de conseils sur la commercialisation et la promotion de votre café.
- Pour en savoir plus sur les programmes individuels d'approvisionnement durable, consultez leurs sites Web respectifs ou les [exigences des acheteurs de café](#) du CBI.
- Sachez que la certification ne veut pas nécessairement dire quelque chose sur la qualité de votre café. Si vous souhaitez exporter du café de haute qualité sur le marché européen, renseignez-vous sur les notes de dégustation sur le site Web de la [Specialty Coffee Association \(SCA\)](#).
- Consultez [notre étude sur les tendances du café](#) pour en savoir plus sur les tendances actuelles du marché européen.
- Consultez le site web de la [Global Coffee Platform](#) pour en savoir plus sur les efforts de durabilité au niveau mondial.
- Consultez le [site web Standards Impact](#) mis en place par l'[ISEAL Alliance](#), qui offre un aperçu des études les plus récentes sur l'impact et l'évaluation de la certification.
- Trouvez des partenaires commerciaux potentiels en Europe en consultant les listes des [opérateurs certifiés Fairtrade](#), [des marques de café européennes certifiées Rainforest Alliance](#), [des acteurs de la chaîne d'approvisionnement en café certifiés UTZ](#) et des [importateurs européens de café biologique](#).

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](#).

Citation :

Lisanne Groothuis : chargée d'études de marché



« Les cafés certifiés trouvent un grand marché en Europe. Cela s'explique en grande partie par l'importance des détaillants en tant que principaux canaux de vente du café en Europe, et par leur engagement ferme envers la certification. Cependant, en tant qu'exportateur de café, vérifiez toujours la demande, les canaux de marché possibles et le retour sur investissement avant de vous engager sur la route de la certification. »

Jeroen Krufft : Expert du CBI



« Rainforest Alliance/UTZ demeure dominant pour le café en Europe, car c'est le moyen le plus facile pour les détaillants classiques de se conformer aux exigences de durabilité. Les certifications biologiques et Fairtrade restent très peu nombreuses, mais la tendance est à la hausse. La sur-certification reste un problème car seule la moitié du café certifié est exportée en tant que telle. »