



HAL
open science

Stratégies caféières du Brésil dans le marché mondial

Martine Droulers, Broggio Céline

► **To cite this version:**

Martine Droulers, Broggio Céline. Stratégies caféières du Brésil dans le marché mondial. *Études rurales*, 2008, 180, pp.2007. halshs-00257955

HAL Id: halshs-00257955

<https://shs.hal.science/halshs-00257955>

Submitted on 20 Feb 2008

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Stratégies caféières du Brésil dans le marché mondial

Céline Broggio¹
Martine Droulers²

Le marché mondial du café apparaît marqué, depuis une quinzaine d'années, par une évolution paradoxale des conditions de la production et de l'échange. Alors que la croissance du chiffre d'affaires mondial du secteur est forte, la part qui revient aux producteurs ne progresse pas, voire se réduit. Coexistent ainsi un relatif « boom du café » dans les pays consommateurs et une certaine « crise du café » dans les pays producteurs. Ce paradoxe est étudié dans l'ouvrage récent de B. Daviron et S. Ponte³.

Face à cette évolution contrastée, les réponses des pays producteurs ne sont pas homogènes. On peut distinguer les pays dont la marge d'autonomie demeure faible et ceux qui, pour un ensemble de raisons, présentent une capacité d'adaptation plus structurée. Parmi ces derniers figure le Brésil, nouveau pays industrialisé, dixième puissance économique du monde, premier exportateur de café depuis la fin du 19^{ème} siècle, bien que sa filière caféière, l'une des plus compétitives du monde, ait vu sa place se réduire de 30% à 3% de la valeur des exportations du pays entre 1960 et 2000. Le secteur caféier y connaît, comme ailleurs, depuis une quinzaine d'années, des mutations importantes, tant spatiales qu'organisationnelles.

Les aspects de la réponse brésilienne au *coffee paradox* sont multiples et complémentaires. Face à la tendance mondiale qu'a la valeur ajoutée à se concentrer à l'aval de la filière et dans les pays consommateurs, au détriment des producteurs, le Brésil a réagi par une relance spectaculaire de sa consommation intérieure. Il devient ainsi lui-même l'un des principaux pays consommateurs mondiaux (2^{ème} place) et, de ce fait, en situation de se repositionner plus avantageusement sur ce marché mondial paradoxal. En tant que pays producteur, par ailleurs, il développe également des stratégies qui se déclinent selon trois axes : innovations biotechnologiques et techniques (nouvelles variétés, pratiques culturelles adaptées...), d'une part ; utilisation des moyens de la qualité (signes officiels, marques

¹ Géographe, Maître de conférences à l'Université Jean Moulin (Lyon3)-UMR 5600 Environnement, Ville, Société

² Géographe, Directrice de recherches au CNRS-CREDAL, Paris

³ *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*, par Benoit Daviron et Stefano Ponte, 2005, Londres, Zed Books, 295 p.

commerciales, labels..) en vue d'une segmentation plus efficace des marchés (intérieur et international), d'autre part ; et enfin, construction d'une nouvelle gouvernance de la filière après la fin de l'Accord international sur le café, en 1989.

Dans la mise en œuvre de ces stratégies de réponse, des différences se font jour entre les régions productrices du Brésil. On analysera ici plus spécifiquement le cas de l'Etat du Minas Gerais qui fournit à lui seul plus de 50% de la production brésilienne de café alors que l'Espirito Santo en fournit un cinquième et l'Etat de São Paulo, emblématique de l'histoire caféière brésilienne, à peine 12%. Au Minas Gerais, le café occupe le second poste des exportations, juste derrière le minerai de fer, et cet Etat met en œuvre, plus que d'autres, des stratégies élaborées de certification d'origine, de qualité et d'améliorations culturelles⁴.

On verra dans un premier temps l'évolution de la position du Brésil sur un marché mondial paradoxal où il se place comme grand pays consommateur (1^{er} point), puis les stratégies d'adaptation du Brésil, et de certaines de ses régions productrices en particulier, en tant que grand pays producteur, sur le plan des innovations culturelles et des stratégies marketing (2^{ème} point), du point de vue des diverses stratégies de qualité et de leur déclinaison régionale (3^{ème} point) et enfin, en conclusion, ce qui concerne la réforme de la gouvernance de la filière (4^{ème} point).

1. Le repositionnement stratégique du Brésil dans un marché mondial paradoxal et un marché intérieur segmenté

Selon l'Organisation Internationale du Café (OIC)⁵, le chiffre d'affaires mondial de la filière caféière est passé de 30 milliards de US\$ en 1991 à 70 milliards de US\$ dix ans plus tard. Parallèlement, la part des pays producteurs a baissé, tant en valeur absolue, passant de 9 à 6 milliards de US\$, qu'en valeur relative, passant de 30% à 10 %, en dix ans. La valeur ajoutée de la filière se fait donc de manière croissante dans les pays consommateurs où se réalisent les bénéfices de la progression commerciale du café.

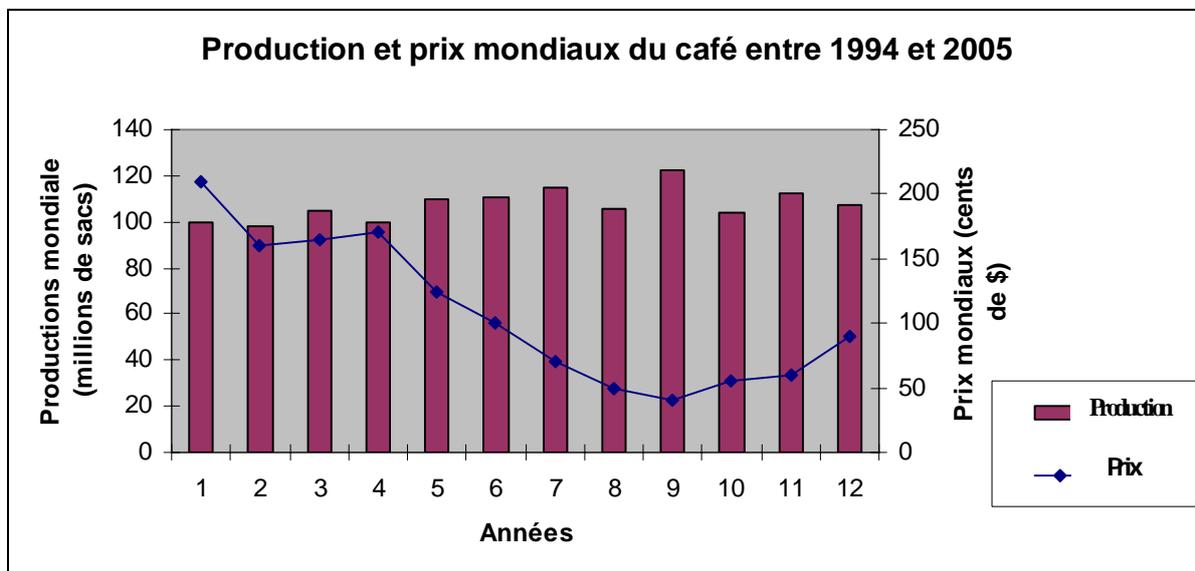
On observe un écart de valeur croissant entre le café vert, une « commodité » achetée pour ses caractéristiques matérielles, dont la valeur stagne, et la boisson finale vendue aux consommateurs européens et américains principalement, mais aussi de plus en plus japonais,

⁴ Voir nos publications antérieures, résultats d'enquêtes menées dans le Minas Gerais en 1995 et 1996.

⁵ Organisme créé en 1962 pour réguler le marché international du café. Il représentait alors une expérience inédite sur la scène mondiale de l'agronégoce. Il fonctionne encore aujourd'hui comme un forum de discussion.

et peut-être chinois, dont la valeur augmente du fait de qualités objectives acquises à l'aval de la filière (torréfaction) et symboliques ou immatérielles incorporées au produit ou à son environnement⁶. A cela s'ajoutent les nouvelles modalités d'organisation du marché, depuis les années 1990, qui mettent en évidence l'importance croissante de grands opérateurs privés assurant davantage la gestion d'une partie des stocks à la place des pays producteurs. Les stocks privés, les stocks flottants et les stocks secrets rendent ainsi plus opaque et imprévisible la fixation des prix pour les pays producteurs. Ces facteurs expliquent les évolutions nettement observables depuis une dizaine d'années : concentration de la valeur ajoutée et redistribution des revenus au profit de l'aval de la filière. Est-ce une tendance inéluctable ? Comment le Brésil y répond-il ?

Tableau 1 – Production et prix mondiaux du café entre 1994 et 2005



Source : OIC, Cyclope - 2006

Au début des années 2000, le Brésil, avec 5 milliards de pieds de caféiers, soit 2,3 millions d'hectares en production et 500 000 en préparation, est toujours le premier producteur mondial de café. Sa production oscille entre 48 millions de sacs (en 2003, la plus importante récolte que le Brésil ait jamais connue) et 28 millions de sacs (en 2004), dont 70% sont des variétés Arabica. Néanmoins, ces tonnages élevés correspondent à peine à 3% de la valeur des exportations du Brésil, contre 50% dans des pays comme l'Ethiopie qui en exporte, pourtant, dix fois moins. Le secteur du café procure quelques 8 millions de postes de travail (directs et indirects) dont plus de 3 millions d'emplois saisonniers à l'époque de la récolte. Il

⁶ Les lieux où l'on consomme le café mettent en scène l'usage de cette boisson (établissements au décor soigné) et l'associent à la mise à disposition de services à la personne (lecture de la presse, connection internet, galerie d'art...).

s'agit d'une des activités qui créent le plus d'emplois agricoles (49 hommes/an pour 100 ha, contre 15 pour le riz et 10 pour la canne à sucre)⁷. On compte encore 250 000 exploitations agricoles caféières dont les trois quarts sont de structure familiale commercialisant moins de 300 sacs/an. La baisse des prix (constante depuis 1997) rend la situation locale des petits producteurs familiaux précaire⁸. Face à cette situation, le secteur coopératif, qui représente le tiers du marché, cherche à améliorer la qualité des productions et à internationaliser les ventes, notamment pour les plus grandes coopératives, telles la Cooxupé ou la Cooparaíso....

Le Brésil exporte en moyenne 25 millions de sacs par an, dont 90% en café vert, essentiellement des cafés traditionnels⁹, et 10% en café soluble, produit pour lequel le Brésil conquiert de nouveaux marchés (est de l'Europe, sud-est asiatique). La filière de production du café engendre au Brésil un mouvement de l'ordre de 1,6 milliard de US\$ par an, soit 4,5% du PIB agricole du pays.

Le fait le plus notable, cependant, est que le Brésil, connu comme principal pays exportateur, est aussi, désormais, l'un des plus grands consommateurs du monde (après les Etats-Unis). Sa consommation interne s'établit, depuis 2004, à 11% de la consommation mondiale soit 5 kg/habitant/an¹⁰, absorbant, depuis les années 2000, plus de 40% de sa production nationale, niveau jamais atteint auparavant. La consommation du Brésil est en augmentation depuis le milieu des années 1980, passant de 6,4 millions de sacs de 60 kg en 1985 à 10,1 millions en 1995, puis à 15,8 millions en 2005.

Tableau 2 - Marché interne du café au Brésil entre 1965 et 2005

Consommation interne	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005
Millions de sacs	8,1	8,9	7,1	7,9	6,4	8,2	10,1	13,2	15,8
Kg par tête	4,5	4,2	3,3	3	2,3	3	3,3	4,4	4,6

Source : Abic, 2006

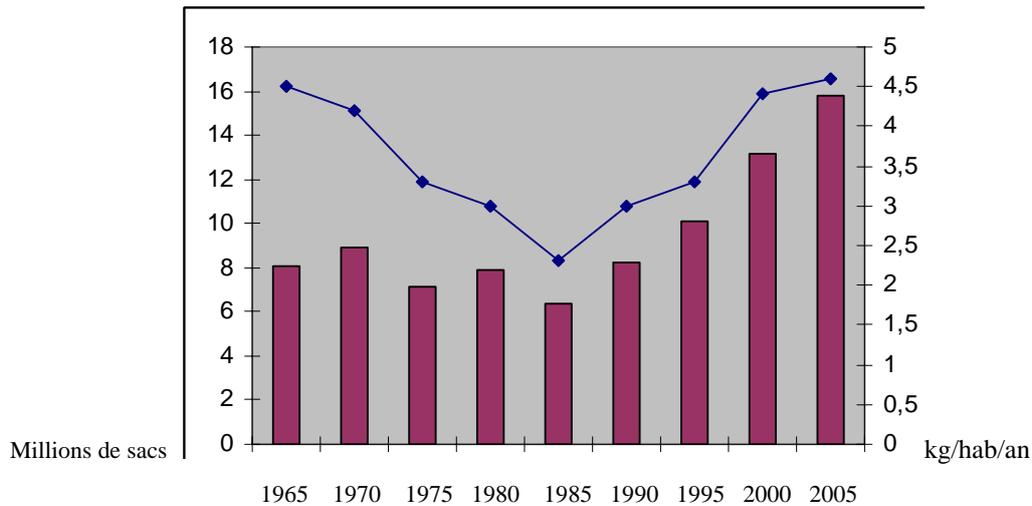
⁷ La mécanisation progressive aggrave cependant la situation des salariés. La cueillette mécanisée réduit, en effet, d'un tiers le coût d'un sac de café et une grande machine remplace entre 200 et 500 hommes/jour.

⁸ En 1996, des études estimaient qu'avec un sac de café il était possible d'acheter un jeune bovin de 100 kg ; en 2000 il en fallait cinq.

⁹ Ainsi, des 3,5 millions de sacs de café de qualité importés aux Etats-Unis, le Brésil ne représentait qu'une part de 5%, contre 32% à la Colombie et 14% au Guatemala (ABIC, 1999).

¹⁰ Les plus grands consommateurs sont les Finlandais avec 11 kg/habitant/an, suivis par les Allemands avec 8 kg/habitant/an.

Consommation interne de café au Brésil entre 1965 et 2005 (en kg/hab/an)



Source : Abic, 2006

A cette augmentation en volume s'ajoute une certaine progression en qualité. Les marques de café expresso ont fait un bond au Brésil sur un marché émergent caractérisé par une consommation qui croît de 30% par an¹¹. De son côté, l'industrie de la torréfaction, qui absorbait traditionnellement la part non exportable des cafés verts de qualité inférieure et parvenait à des prix particulièrement bas en rémunérant peu les producteurs et en pratiquant un brûlage fort dissimulant les impuretés du produit (maïs, orge, paille...), a dû considérablement améliorer la qualité de la production destinée au marché intérieur. Ce marché interne, largement négligé, présentait, en 1985, le plus bas niveau de consommation de café par tête, avec 2,3 kg par habitant et par an. Les deux tiers des Brésiliens considéraient alors leur café comme de mauvaise qualité. Depuis lors, une progression forte a fait doubler la consommation annuelle par habitant, permettant de retrouver le niveau des années 1960, de l'ordre de 5 kg *per capita*, ce qui, compte tenu de l'évolution de la population, correspond à un doublement du nombre de millions de sacs consommés.

Cependant, le marché intérieur est encore peu segmenté, 82% des ventes de café s'opérant dans les supermarchés. Pourtant la valorisation de l'aval de la filière et la segmentation du marché intérieur se manifestent par l'internationalisation que connaît l'industrie de la torréfaction. En témoignent les récentes acquisitions des entreprises Café do Ponto, Seleto et União par la Sara Lee (américaine), de l'entreprise Três Corações par la Strass-Elite (israélienne), du torréfacteur Nova Suíça et de l'entreprise exportatrice Piumhi,

¹¹ Près de 4000 établissements, servant 200 000 tasses par semaine, sont recensés pour la seule ville de São Paulo.

par la Segafredo (italienne). Ces avancées des multinationales dans le marché favorise une plus grande diffusion des innovations (nouveaux produits, nouveaux emballages, nouveaux processus de fabrication) et de plus grandes exigences chez les consommateurs. Les ventes du café expresso passent de 10 000 sacs par an en 1994 à 180 000 en 2000.

Cette forte internationalisation de la filière café destinée au marché intérieur, au niveau de la torréfaction comme des marques de produits, montre que les méthodes qui ont réussi dans les pays consommateurs sont mises en œuvre, de manière comparable, au Brésil. Cette évolution remarquable de la stratégie du secteur caféier brésilien, en rupture avec celle conduite depuis un siècle, constitue une réponse efficace aux conditions actuelles de l'organisation des marchés.

Ainsi, la réorientation de son marché interne constitue une première réponse du Brésil au *coffee paradox*. Dans un contexte où une part croissante de la valeur ajoutée revient, en effet, aux opérateurs de l'aval de la filière dans les pays consommateurs, le Brésil affirme ainsi sa position dans le club des pays consommateurs où son secteur caféier tente de développer les mêmes stratégies et rechercher les mêmes avantages que dans les autres grands pays consommateurs en valorisant davantage la segmentation du marché du produit final.

Toutefois, si le Brésil se repositionne rapidement en tant que pays consommateur, il développe également, en tant que pays producteur, un ensemble de stratégies, à l'amont, pour répondre aux contraintes du *coffee paradox*.

2. Innovations culturelles et nouvelles stratégies marketing

A partir du début des années 1990, un modèle de production agricole technicisé s'implante dans les pays producteurs, et singulièrement au Brésil. L'augmentation du volume de la production et l'amélioration vers des produits de qualité représentent une adaptation aux marchés mondiaux dérégulés depuis la fin, en 1989, des clauses économiques de l'Organisation Internationale du café (OIC).

Les producteurs sont dans l'obligation de moderniser leurs systèmes de production et de première transformation du produit pour améliorer les rendements qui passent, au Brésil, de 9 sacs/ha au milieu des années 1980 à 15 sacs/ha 20 ans plus tard. Cette modernisation conduit, à partir de 2000, à un endettement croissant des producteurs qui investissent mais voient les prix de vente baisser parfois au dessous de leurs coûts de production. C'est ainsi

que le secteur du café entreprend une restructuration profonde qui concerne d'abord les innovations culturelles et le marketing.

Tableau 3 - Principaux Etats brésiliens producteurs de café

Etats	Aire cultivée (ha)	Production Millions sacs	Part de la prod. Brésil 2005	Nombre caféiculteurs	Emplois filière	% du Pib agricole
Minas Gerais	1 000 000	15,2	47%	100 000	4 600 000	18,8
Espirito Santo	520 000	8	24%	56 000	2 000 000	-
São Paulo	210 000	3,2	10%	25 000	800 000	-

Source : Contag/Oxfam - 2005

Au Brésil, on observe depuis les années 1990, un déplacement des cultures du café vers des latitudes plus basses, c'est-à-dire des terres plus chaudes, pour s'éloigner des risques de gelée fréquents au sud du 21^{ème} degré de latitude australe. Le Brésil recentre ainsi ses productions caféières pour disposer au mieux de deux atouts qui favorisent la qualité du café : le séchage au soleil qui assure une bonne teneur en sucre, indispensable dans la composition d'un café expresso et l'altitude, qu'offre le Plateau Central, ce qui explique la percée des cafés du Cerrado. En effet, les analyses sur la qualité gustative du café soulignent qu'aux altitudes élevées (plus de 950-1000 mètres), le café est meilleur ; il a moins de défauts et son acidité est réduite¹².

De plus, la recherche de la qualité s'effectue à tous les stades de la production, depuis l'usage des variétés les plus adaptées aux sols, jusqu'aux systèmes de plantation, d'irrigation, de cueillette et de conditionnement. L'Entreprise brésilienne de recherche agronomique (Embrapa) fait des recherches sur les nouvelles variétés qui répondent le mieux aux spécificités des sols et de l'exposition : la traditionnelle *Mundo Novo* est remplacée par les variétés *Icatu* et *Catuai*, souches plus résistantes aux maladies et qui permettent des plantations plus denses. La préoccupation environnementale conduit à des investissements en nouvelles technologies, non seulement pour la mise au point de plantes plus résistantes, mais aussi pour l'organisation plus intégrée des systèmes de production incluant des procédures de développement durable.

De nouveaux processus, tel celui dit du café-cerise déulpé avant séchage (CD), qui permet de raccourcir la période de séchage tout en assurant une meilleure qualité gustative aux grains de café vert, se diffusent chez les petits producteurs. Dans les nouvelles zones de production caféière - Cerrado Mineiro et Baiano - la mécanisation est appliquée par des

¹² Voir les études du pôle de technologie en qualité du café de l'Université Fédérale de Lavras, UFLA-MG et du laboratoire de l'Entreprise de recherche agricole du Minas Gerais, EPAMIG, campus UFLA.

producteurs déjà capitalisés, qui utilisent également l'irrigation pour améliorer les rendements. Plus de 100 000 ha de plantations de café sont d'ores et déjà équipés en matériel d'irrigation. Les producteurs familiaux se regroupent, relancent les coopératives afin de favoriser la diffusion des techniques modernes au plus grand nombre. Parallèlement, l'usage de l'imagerie satellitaire et des systèmes d'information géographique se développe pour la gestion des cultures et le repérage des sols présentant les meilleures aptitudes ou potentialités pour la densification des plantations et la diversification des systèmes. Ce domaine constitue un champ de recherche prometteur des formations agronomiques des universités de Viçosa et Lavras (Minas Gerais).

Avec la création d'un Consortium National de Recherche sous la direction de l'Embrapa, toute la filière du café se trouve ainsi touchée par la diffusion des **transformations technologiques et culturelles**. Au niveau local, des groupements de recherche sont mis en place tant pour l'amélioration des pratiques culturelles que des systèmes de commercialisation. Un thème transversal domine dans l'ensemble toutes les recherches, celui de la qualité.

La formation des prix et les éléments qui constituent la valeur ajoutée dans la filière café diffèrent à l'amont, où dominent traditionnellement des critères de quantité (malgré le rôle des stratégies de qualité pour infléchir les prix) et à l'aval, où la valeur ajoutée dépend davantage de critères qualitatifs et de la segmentation des marchés. Le fait de conduire des politiques de qualité à l'amont peut-il contribuer à sortir une partie de la production des aléas du marché, à affermir les prix et à valoriser convenablement le café au niveau du producteur ? La réponse est certainement positive si ces démarches sont accompagnées d'une **stratégie marketing** construite.

De plus en plus, les caféiculteurs brésiliens s'organisent pour l'exportation. Des acteurs de toute taille, entreprises ou coopératives, cherchent à exporter, même des quantités parfois modestes, pour se positionner sur de nouvelles niches de marché, établir des partenariats avec les importateurs des principaux pays consommateurs (EUA, Allemagne, Italie, Japon) et consolider peu à peu leur position. Des sites internet sont créés, des campagnes d'information lancées et des concours d'excellence organisés. Des associations, telle la BSCA - *Brazil Specialty Coffee Association*, ou *Association brésilienne de cafés de qualité*¹³, ne vendent pas de café directement mais garantissent à l'acheteur la qualité et la

¹³ Créée en 1991 sur le modèle de l'ASCA *American Specialty Coffee Association*, par un groupe de producteurs du Minas Gerais de retour d'une exposition aux Etats-Unis.

traçabilité des cafés de spécialités brésiliens afin de fidéliser les décideurs du secteur du café et les formateurs d'opinion. Il s'agit donc de garantir la fourniture de cafés de qualité exceptionnelle qui proviennent de régions caféières où les producteurs maîtrisent leur produit et sont organisés en filière pour répondre aux critères du marché international. Les caféiculteurs, formés et informés, tendent à écourter le circuit de commercialisation en étant mis en relation directe avec l'acheteur final, ce qui leur procure de meilleurs profits, les rendant toujours plus performants.

Il peut s'agir aussi bien de régions traditionnellement productrices, comme la Mogiana de São Paulo ou le sud Minas, que de régions plus nouvelles comme le Cerrado de Minas Gerais, la Vallée du Jequetinhonha, ou encore les *chapadas* de la Bahia. La qualité du café, lorsqu'elle se distingue, tend à s'identifier fortement aux caractéristiques d'une région. Il en ressort une nouvelle image pour les cafés du Brésil, beaucoup plus diversifiée et liée à des terroirs aussi bien qu'à des exigences de production.

Dans cette recherche de la qualité, le rôle de l'entreprise italienne Illycaffé¹⁴, qui commercialise parmi les meilleurs cafés expresso du monde 100% arabica, est primordial. En effet, Illycaffé, en faisant du Brésil son fournisseur stratégique, a contribué à bousculer la caféiculture brésilienne en distinguant la qualité exceptionnelle de certains de ses cafés, trop souvent perdue dans de mauvais mélanges. L'entreprise, qui achète directement le café vert chez les producteurs, leur propose également des formations ; elle les valorise enfin par l'attribution, depuis 1991, d'une distinction très reconnue, le « prix Brésil de qualité du café expresso »¹⁵. La localisation des dix lauréats primés chaque année montre clairement, dans un premier temps, l'émergence de la région du Cerrado du Minas Gerais dont les producteurs obtiennent l'essentiel des prix entre 1992 et 1998, puis un élargissement vers les autres régions du Minas Gerais, le Sud du Minas en particulier. L'Etat de São Paulo conserve une place à peu près constante, grâce à la qualité *mogiana*, tandis que les Etats du Paraná et de l'Espirito Santo (ce dernier spécialisé en robusta) sont peu représentés.

¹⁴ Entreprise familiale italienne fondée à Trieste en 1933 qui opère actuellement dans 70 pays par 40 000 points de vente qui servent 5 millions de tasses de café expresso par jour. Elle traite 250 000 sacs de café par an, la moitié provenant du Brésil.

¹⁵ Le lauréat du concours Illycaffé obtient un prix d'un montant de 30 000 US\$, le second 20 000, le troisième 10 000.... jusqu'au dixième. Les cinquante producteurs suivants reçoivent une distinction et leur café une mention internationale.

Tableau 4 - Distribution géographique de 110 prix « Brésil qualité du café expresso Illy » (1991 - 2001)

Années	Cerrado de Minas	Sud Minas	Autres régions Minas	São Paulo	Autres Etats
1991	5	3		2	
1992	9			1	
1993	9			1	
1994	7			3	
1995	8			2	
1996	7			3	
1997	10				
1998	10				
1999	2	3		4	1 (PR)
2000	4	3	3		
2001	2	1	3	3	1 (ES)

Source : Illy, 2002

La recherche de la qualité et les innovations culturelles s'appuyant sur des stratégies de marketing renouvelées se diffusent donc fortement dans les principales régions productrices du Brésil.

3. Valorisation de la qualité : les régions combinent le terroir, le bio et l'équitable

A quoi servent les signes de qualité et les certifications dont sont de plus en plus souvent porteurs les produits de la filière caféière ? Malgré les coûts et les contraintes qu'imposent de telles démarches (cahier des charges de production, exigences environnementales, exigences sociales, coût de la certification et des contrôles...), elles se diffusent largement car elles permettent aux acteurs de la filière, y compris les producteurs, d'espérer un meilleur revenu. Pour reprendre l'une des thèses de l'ouvrage de Daviron et Ponte, on soulignera que l'origine du paradoxe du café réside dans la différence de valorisation existant entre le café vert vendu par les producteurs agricoles et le café-boisson acheté par les consommateurs. En effet, les consommateurs achètent aujourd'hui du café à un prix élevé en raison de l'image véhiculée par ce produit - terroir, respect de l'environnement ou de la biodiversité, caractère équitable, etc. – autant que pour ses seules caractéristiques intrinsèques - arôme, teneur en caféine, etc. Tant que les producteurs agricoles et leurs organisations ne contrôleront pas, au moins en partie, cette valorisation immatérielle et celle des qualités intrinsèques qui dépendent de l'amont de la filière, ils continueront de percevoir de faibles revenus. La mise en place de marques et certifications de qualité vise cet objectif.

- Cafés de terroir et d'origine

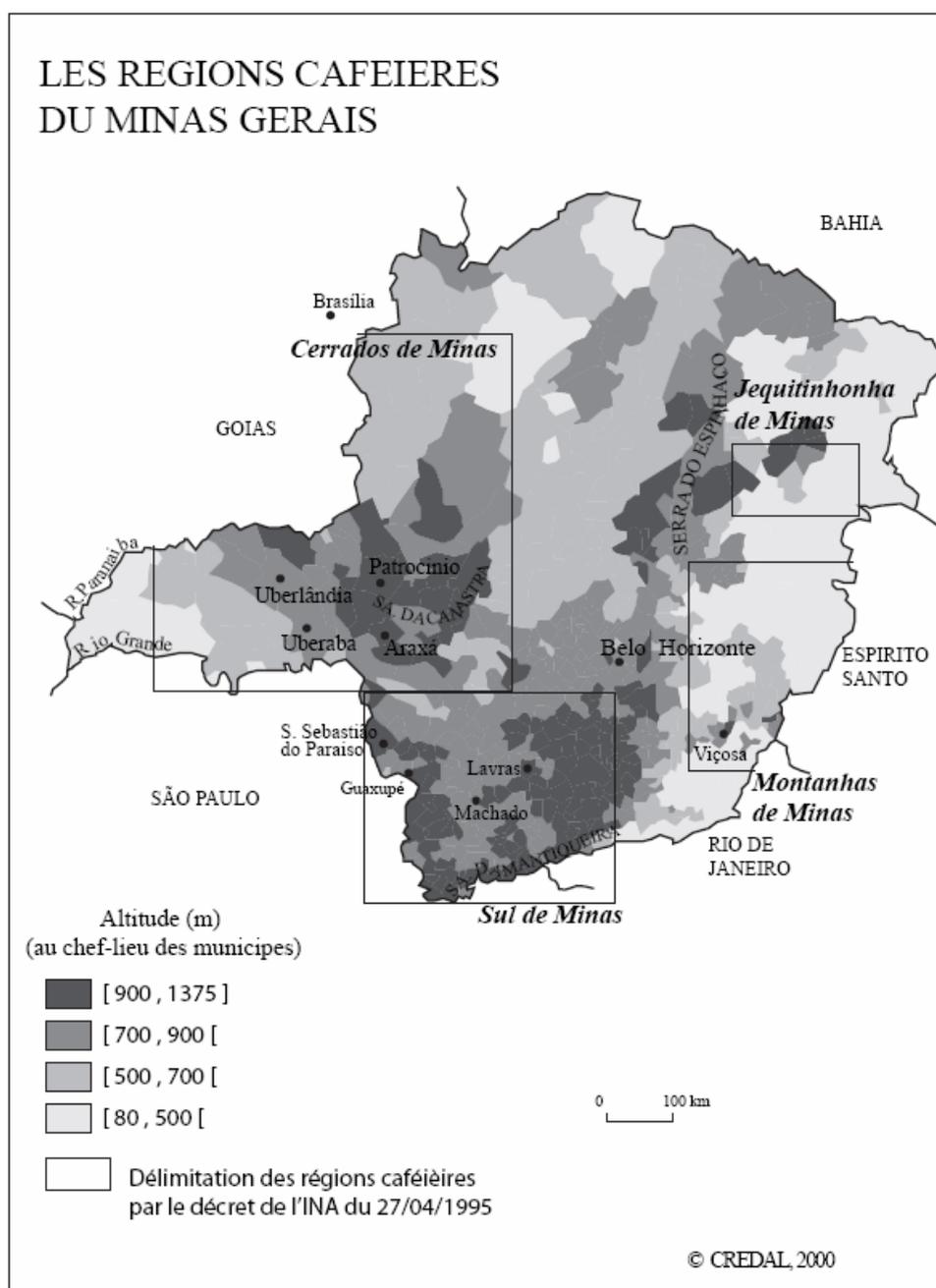
La valorisation de la qualité par l'origine géographique et l'identification des terroirs caféiers constitue un créneau supplémentaire pour mieux valoriser les cafés régionaux. Depuis

la fin des années 1990, les acteurs de la filière brésilienne de café élaborent une méthodologie pour distinguer les types de café par régions géographiques¹⁶. C'est ainsi que six grandes régions d'origine du café sont délimitées au Brésil : 1) caféiculture des Cerrados; 2) caféiculture des montagnes; 3) caféiculture Robusta; 4) caféiculture des Zonas de Arenito; 5) caféiculture du Nordeste 6) caféiculture de l'Amazonie.

A son tour, pour conforter sa position de leader, l'Etat du Minas Gerais lance, en 1996, un ambitieux Programme intitulé "Certicafé" visant à assurer l'expansion de la culture du café tout en préservant la qualité et la compétitivité du café *mineiro*. L'Institut Agricole, *Instituto Mineiro de Agropecuária* (IMA), est chargé d'élaborer la procédure de certification d'origine. Il délimite tout d'abord, par un décret d'avril 1995, quatre régions productrices de café pour quatre certificats d'origine : le sud Minas, entre les parallèles 21° 13' et 22° 10' de latitude et 44° 20' et 47° 20' de longitude ; le Cerrado de Minas entre les parallèles 16° 37' et 20° 13' de latitude et 45° 20' et 49° 48' de longitude, les montagnes du Minas entre 18° 35' et 21° 26' de latitude et 40° 50' et 43° 36' de longitude et Jequitinhonha de Minas entre les parallèles 17° 05' et 18° 09' de latitude et 40° 50' et 42° 40' de longitude.

¹⁶ Le pays qui ne disposait ni de tradition ni de législation dans ce domaine, a beaucoup étudié depuis dix ans les pratiques européennes en la matière.

Carte 1 – Les régions caféières du Minas Gerais



Le Conseil Exécutif du Certicafé a, par la suite, donné l'autorisation aux syndicats et associations de producteurs d'émettre les certificats d'origine et de qualité selon un cahier des charges précis. Parallèlement, les producteurs deviennent de plus en plus attentifs aux tendances du marché et à leur insertion dans la filière. Ils participent à des rencontres (*circuito sul-mineiro de caféicultura*), à des foires-expositions, s'approprient de nouvelles techniques et ont recours à des techniciens spécialisés pour acquérir des gains de productivité.

Depuis lors, on constate que les quatre régions productrices de café du Minas Gerais ont diversement réussi à se placer sur le marché de la qualité. La plus innovatrice sur ce créneau est le Cerrado, nouvelle région caféière du plateau central brésilien, caractérisée par le dynamisme d'une association de producteurs tournée d'emblée vers un café de qualité et qui a conquis rapidement une excellente place sur les marchés internationaux ; le sud Minas se présente sous un autre jour, comme une région plus densément et anciennement peuplée, où les unités de production caféière sont familiales et les coopératives fortes¹⁷.

Le **Café du Cerrado (Brésil)** constitue la première indication géographique de café du monde qui caractérise le produit de cette région du Brésil encore dénommée le « triangle minier », plateau entre 800 et 1100 mètres d'altitude au nord-ouest de l'Etat du Minas Gerais. Région ouverte à la caféiculture depuis le début des années 1980 avec l'arrivée d'agriculteurs originaires du Paraná, les plantations s'y étendent aujourd'hui sur plus de 160 000 hectares pour à peine 4000 exploitations, d'une superficie souvent supérieure à 200 ha. Outre l'usage de techniques modernes et une bonne productivité (20 sacs/ha), le café récolté est, sur le plan gustatif, l'un des meilleurs du Brésil. La région fournit 20% de la production *mineira* et 12% de la production brésilienne (3 millions de sacs). La capitale régionale, Patrocínio, concentre les activités et les organisations professionnelles du secteur caféier.

L'organisation de la filière y est originale. Les associations de caféiculteurs se sont regroupées, à partir de 1992, au sein d'une entité souple, le Conseil des Associations de Caféiculteurs du Cerrado (CACCER), dans l'objectif de valoriser la qualité du café de la région¹⁸ à un moment où, devant l'effondrement des prix sur le marché international, il devenait vital pour la caféiculture brésilienne de se transformer et de valoriser ses meilleurs cafés. La qualité du café du Cerrado ayant été repérée et primée par Illycaffé, le CACCER prend l'initiative de lancer la marque « Café do Cerrado Mineiro » comportant une échelle de classification (or, argent, bronze). Il est habilité à autoriser les producteurs adhérents à l'utiliser, jusqu'à ce qu'il obtienne la certification d'origine par l'IMA en 1997. Pour faciliter les opérations commerciales, le CACCER crée une centrale de coopératives du café du

¹⁷ Nous n'analyserons pas ici les deux régions productrices de l'est du Minas Gerais (zone de la Mata au sud et de Jequitinhonha au nord), régions de moyenne montagne entre 600 et 1000 mètres, où les caféiers couvrent 350 000 hectares ce qui représente 30% de la production *mineira* (5,5 millions de sacs lors de la récolte 2005/2006). Les petits producteurs y sont dominants et le processus de certification progresse lentement.

¹⁸ Le CACCER regroupe 9 associations dans un périmètre de 48 *municípios*. La première d'entre elles, l'ACARPA, Association des Caféiculteurs de la Région de Patrocínio, avait trois objectifs : l'usage adéquat de la technologie; une stratégie de *marketing* et la commercialisation directe sans intermédiaires. Deux associations déjà existantes, celles de Araguari et São Gotardo rejoignent la précédente et d'autres sont créées pour la circonstance : Araxá, Campos Altos, Carmo do Paranaíba, Coromandel, Monte Carmelo, puis Paracatú en 1997.

Cerrado, l'Expocaccer, qui s'occupe des opérations de conditionnement et de vente directe afin de s'affranchir des firmes exportatrices.

Que recouvre l'appellation « Café du Cerrado » ? Est-il possible de préciser les qualités gustatives particulières de ce café ? Peut-on le mélanger à des grains provenant d'autres régions ? Un accord passé entre l'ABIC et le CACCER réglemente l'utilisation commerciale de l'appellation « Café du cerrado » : il faut qu'il y ait au minimum 70% de café cerrado, le reste pouvant être complété par un bon arabica. Si le café provient intégralement des municipes adhérant au CACCER, il pourra porter la mention « 100% Cerrado ». Dans ce cas l'entreprise torréfactrice paie 0,10 reais par kg au CACCER. Cet accord avec les torréfacteurs, obtenu par le CACCER, souligne la reconnaissance de la qualité du produit, y compris sur le marché national. Cependant, le contrôle de l'utilisation de l'appellation « Café du cerrado » se révèle encore imprécise. La « preuve par la tasse » (*prova de xícara*), conduite par l'Institut technologique d'aliments de Campinas (ITAL), organisme évaluateur, montre qu'il est quasiment impossible de distinguer si le café utilisé dans les mélanges provient du Cerrado ou d'une autre région. Le café du Cerrado se distingue cependant d'un autre arabica, notamment en ce qui concerne l'acidité et l'amertume.

Tableau 5 - Evaluation sensorielle descriptive de qualité de la boisson café

Type de café	Fragrance poudre	arome	Saveur résiduelle	corps	défauts	acidité	amertume
<i>Café idéal</i>	10	10	9	9	1	3	4
100% arabica	7,1	6,62	7,42	6,72	2,72	5,24	3,3
90% arabica + 10% conillon	7,4	6,66	6,72	6,42	3,2	3,14	3,94
100% Cerrado	6,94	6,75	7,11	7,06	2,53	3,17	5,13
50% Mogiana + 50% Cerrado	7,6	7,4	7,87	7,4	1,78	3,38	4,62

Source ITAL - Campinas

- Cafés biologiques et solidaires

Les cafés de spécialité, biologiques et certifiés avec le label de “commerce équitable”, ont été présentés comme des solutions alternatives pleines de promesses pour l'agriculture familiale. Leur production est d'ailleurs en pleine croissance, leur prix est de deux à cinq fois supérieur à celui du café conventionnel et la demande croît au rythme de 20% par an. Avec une production de 100 000 sacs de **café biologique** par an, le Brésil, qui en exporte 70 000, se place sur ce nouveau créneau de marché qu'encourage l'*Associação dos Produtores de Café Orgânico do Brasil*. Cette orientation constitue-t-elle une stratégie efficace pour sortir de la crise la caféiculture familiale ?

Le producteur brésilien de café organique peut recevoir jusqu'à 245 US\$ pour un sac de 60 kilos, alors que la valeur payée pour un café de type *commodity* est de l'ordre de 100 US\$, parfois moins. La possibilité d'obtenir ce meilleur prix incite les caféiculteurs à conclure des contrats avec des torréfacteurs nord-américains ou japonais. Cependant, il faut noter que la certification implique un coût qu'il n'est intéressant de consentir que si le produit peut être orienté vers le marché correspondant. Dans un premier temps, de telles pratiques sont difficilement accessibles aux agriculteurs pauvres, car elles supposent des connaissances techniques et donc un indispensable encadrement¹⁹. On observe ainsi que la certification en mode de production biologique concerne davantage des grands producteurs. La surface des producteurs de café biologique dans le Minas Gerais est supérieure à la moyenne, de l'ordre de 200 à 300 ha (Saes & al., 2001).

En ce qui concerne le **café équitable ou solidaire**, il est peu produit au Brésil compte tenu des critères que les entreprises qui certifient mondialement ces productions imposent (très petits producteurs). Cependant le caractère très évolutif de la certification équitable et solidaire rend envisageable une place croissante du Brésil occupe sur ce segment de marché.

La région du Sud Minas est particulièrement concernée par les enjeux de telles certifications. Elle correspond à une zone rurale densément peuplée, comprenant une centaine de municipes et totalisant 2 millions d'habitants, dont un tiers de ruraux. Dans cette zone de moyenne montagne, entre 800 et 1200 mètres d'altitude, les caféiers couvrent plus de 500 000 hectares. Près de 80 000 exploitations²⁰ y fournissent 55% de la production *mineira*, ce qui représente le quart de la production brésilienne. Il s'agit d'un véritable système productif localisé, fondé sur un savoir-faire agroindustriel traditionnel. La densité des producteurs conduit à la structuration d'un territoire agricole multifonctionnel. Dans cette région où le café constitue les trois quarts du revenu des exploitations caféières, la structure coopérative est forte (l'association des coopératives du Sud Minas regroupe 67 000 membres), le tissu des PME dense et les écoles agricoles dynamiques. On calcule que le café, qui procure 600 000 emplois directs et indirects, fait circuler dans la région 500 millions de US\$ (Emater MG, 2002). Les producteurs se plaignent, toutefois, du mauvais état des routes qui les isole et rend les échanges plus difficiles.

¹⁹ L'Institut de Certification Forestière et Agricole (Imaflora) vérifie la conformité des pratiques des producteurs qui doivent être adéquates aux normes de conservation des écosystèmes et respecter la réglementation du travail. De plus, du fait de la diversité des signes de qualité et des exigences des cahiers des charges des importateurs, il peut advenir que des volumes de production répondant à une qualité donnée demeurent invendus et soient finalement commercialisés comme du café traditionnel (Piketty & al., 2005).

²⁰ 80% des exploitations ont moins de 50 ha et la superficie moyenne plantée est de 10 ha.

Dans cette région du Sud Minas, des initiatives originales se sont faites jour. La *Brazil Specialty Coffee Association*, ou *Association brésilienne de cafés de spécialité* (BSCA), évoquée plus haut, créée à Alfenas en 1991, promeut la production de cafés de qualité en organisant, notamment, un concours annuel de “Café Gourmet” pour distinguer les meilleurs cafés de la région²¹. La dernière des initiatives en date est celle d’un centre d’excellence du café ouvert à Machado en 2001, soulignant le dynamisme de la région au centre de laquelle les trois municipes de Poço Fundo, Machado et Campestre, qui forme le coeur du système caféier le plus intensif, se lancent résolument vers la production de café biologique. Le siège de l’Association des Producteurs de *Café Orgânico* du Brésil (ACOB) se trouve localisé à Machado²². A côté, la coopérative des producteurs familiaux de Poço Fundo (Coopfam) est devenue une référence en matière de café biologique²³ ; passée d’abord par les processus de certification solidaire (Max Havelaar), elle possède aujourd’hui deux certificats, celui de la BCS Oko-Garantie et celui de la *Fair Trade Labelling Organization*, FLO. Les producteurs n’utilisent aucun produit chimique et emploient comme engrais du fumier, de l’écalure de café et du tourteau de ricin (*mamona*).

Pour dynamiser l’expérience de développement territorial impulsée par le café, les acteurs de la filière mobilisent le pouvoir politique de l’Etat du Minas Gerais, s’efforçant de labelliser au mieux leurs cultures, d’affirmer les indications géographiques de qualité et de moderniser les systèmes de commercialisation pour exporter davantage. L’exemple de la région du sud Minas montre que les stratégies de qualité peuvent aussi bénéficier à la petite agriculture familiale. Dans cette région où la majorité des propriétés ont entre 10 et 100 ha et sont peu capitalisées, les programmes du gouvernement tentent d’augmenter leur productivité et de les insérer dans le marché en expansion des cafés de spécialité : gourmet, d’origine, équitable, biologique...

²¹ Ce concours découle d’un projet Café Gourmet de l’OIC, qui vise la promotion des cafés de haute qualité dans les cinq pays suivants : Brésil, Papouasie-Nouvelle Guinée, Ouganda, Burundi et Ethiopie. Au Brésil ont été sélectionnées dix fermes (*fazendas*) servant de modèle à ce type de production : cinq dans le sud Minas, deux dans le Cerrado, deux à São Paulo, une dans la Bahia.

²² Dans le municpe de Machado un quart de la surface, soit 12.480 ha, est plantée de caféiers.

²³ La Coopfam compte 210 adhérents, 115 sont certifiés et ont mis sur le marché 5000 sacs en 2005 et 12000 en 2006 de café arabica de haute qualité vendu au prix Fairtrade, ce qui a permis la construction d’une unité de transformation et de stockage.

4. Une gouvernance renouvelée

Le café a constitué historiquement le point d'appui de l'industrialisation brésilienne, d'où l'intérêt stratégique que porte, de longue date, à ce secteur l'Etat fédéral (exportations, ressources fiscales). Le système agro-industriel du café a ainsi été durablement réglementé par un organisme d'Etat, l'Institut Brésilien du café (IBC), créé en 1952, dont la mission première était de valoriser le café brésilien sur le marché international. Cette organisation, complétée depuis 1987 par un Fonds de Défense de l'économie caféière (Funcafé)²⁴, a atteint ses limites. Les industries locales, protégées par ce système, ont perdu en efficacité, accumulant les retards technologiques, le manque d'expertise et fournissant au marché des productions de faible qualité.

Les industriels tentèrent de réagir en créant, dès 1973, une association pour remédier à cette situation, l'Association brésilienne des Industries du Café (ABIC), chargée de défendre les intérêts de ses adhérents, d'offrir des garanties de qualité et des outils de gestion, cherchant à mieux segmenter le marché. Dans le cadre de cette coopération public/privé prudente, il fallut cependant attendre encore plus d'une décennie pour qu'un signe de garantie de qualité puisse être finalement créé par l'ABIC en 1989 (le *selo de pureza*), étape importante de la reconquête du marché intérieur. Les entreprises liées au secteur du café adhèrent largement à cette démarche et aux tests, vérifications et analyses qu'elle impose (220 entreprises en 1990, 540 en 2000).

Au-delà de ce travail avec les entreprises, l'ABIC a entamé une série d'actions dans les médias, les écoles publiques, les foires et les expositions ; elle s'est efforcée de mobiliser les chercheurs sur de nouveaux projets, d'organiser des sessions de formation et des séminaires. Durant les années 1990, une nouvelle gouvernance du secteur s'affirme ainsi progressivement. En effet, la suppression de l'IBC, qui régulait les stocks et les prix, laisse un vide institutionnel que les acteurs de la sphère privée s'efforcent d'occuper. Ainsi, l'ABIC participe d'abord à la création du Comité Brésilien du Café (CBC) qui regroupe les quatre segments de la filière : culture, industrie de torréfaction, industrie du soluble et exportation, Cet organisme paritaire est désormais au centre du nouveau dispositif institutionnel. Des députés fédéraux se saisissent également du dossier et agissent au sein d'une commission spéciale chargée de promouvoir le débat sur la gestion du Funcafé et la reconstruction d'un appareil institutionnel en vue d'améliorer la compétitivité de l'agronégoce du café. Cette

²⁴ Ce fond alimenté par une quotité prélevée sur le café exporté et dont les ressources étaient mises à la disposition des producteurs, est actuellement doté de 3 milliards de US\$. Il permet d'organiser et d'orienter la politique du café en ce qui concerne la recherche, la gestion des stocks, le marketing.

commission recommande la création d'une instance de « dialogue démocratique et de décision », le Conseil Délibératif de la Politique Caféière (CDPC), qui se présente comme « un système de gouvernance innovateur visant à renforcer une gestion partagée entre le public et le privé » (Agroanálisis, 2006). Le front parlementaire du café comptait, fin 2006, 125 députés et 6 sénateurs. Une fois encore, le secteur caféier innove dans un partenariat public-privé renouvelé, le café étant, de plus, le seul produit qui dispose d'une relation formellement établie avec le législatif fédéral.

Cependant, ces nouveaux dispositifs peinent parfois à répondre entièrement aux attentes des caféiculteurs, d'autant que ceux-ci se sont trouvés, entre 2001 et 2004, dans une conjoncture de prix bas : (entre 34 et 56 US\$/sac pour des coûts de production entre 70 et 95 US\$/sac). Une consultation effectuée par la commission spéciale du café de la chambre des députés, en 2006, montre que 40% des agents de l'agronégoce du café déclarent que le CDPC n'a pas été capable d'élaborer une politique structurante pour le secteur, et 35% disent qu'il n'a pu le faire qu'en partie. Parmi les innovations institutionnelles, on relève encore celle d'un Centre d'intelligence du café (CIC), créé par le gouvernement du Minas Gerais en 2005, pour gérer les informations stratégiques du secteur, monter des bases de données et diffuser des rapports de recherche. La filière du café semble donc avoir, dans l'ensemble, répondu au défi de mettre en place un arrangement politique et institutionnel de dialogue entre les instances ministérielles, les élus et les organisations professionnelles, tout en continuant à moderniser la caféiculture brésilienne.

En ce qui concerne le marché mondial, les principaux enjeux qu'aborde la caféiculture brésilienne portent sur le secteur des cafés solubles et sur l'ouverture de nouveaux marchés en Asie. Le café soluble constitue un marché en croissance sur lequel les pays producteurs traditionnels sont peu présents. Ainsi, l'Allemagne (qui ne produit pourtant pas un seul grain de café) représente 11% des exportations mondiales de café soluble, alors même que la part du Brésil n'est que de 15%. Entre 1995 et 2002, tandis que les exportations de café soluble des pays consommateurs augmentaient de 174%, celles des pays producteurs n'augmentaient que de 20%. Cette situation explique la pugnacité dont fait montre le Brésil pour l'élargissement de ses échanges. Au début de 2006, l'industrie brésilienne du café soluble a déposé une plainte auprès de l'Organisation mondiale du commerce contre l'Union européenne afin de réclamer l'égalité de traitement avec les autres pays pauvres exportateurs ; en effet, le café soluble brésilien est taxé à 9% à son entrée dans l'UE, davantage que les cafés en provenance de Colombie, Amérique centrale et Afrique. L'enjeu du développement de ce créneau est crucial, car le café soluble est en pointe sur les marchés émergents d'Asie.

Les acteurs brésiliens de la filière café comptent, en effet, sur l'élargissement du marché mondial, notamment vers l'Asie, et sur la diversification des produits d'exportation (café torréfié et café soluble). En observant les évolutions récentes du premier produit d'exportation du Brésil, le fer, dont le prix mondial, dopé par la demande chinoise, a pratiquement doublé entre 2003 et 2006, les acteurs de la filière café misent sur le fait que la Chine, à l'exemple du Japon, puisse se mettre à consommer du café. Déjà, au pays du soleil levant, le *cafezinho* est très apprécié et, en 2005, les importations se sont élevées à 7 millions de sacs (dont 1,7 en provenance du Brésil) alors que la Chine n'en importe encore que 250 000. Les coopératives brésiliennes ont ainsi signé des *joint venture* avec des torréfacteurs chinois pour installer des chaînes de maisons du café en Chine, ouvrant ainsi, peut-être, un nouveau chapitre de l'histoire du café brésilien sur le marché mondial.

Bibliographie

- Agroanálisis, (2006), Revue de la Fondation Getúlio Vargas, novembre 2006, Cahier spécial Café, 30 p.
- Broggio C., Droulers M. et Grandjean P. (1996), Dynamique territoriale de la caféiculture brésilienne, *L'Information Géographique*, vol. 60, n°5, p. 184-197.
- Broggio C., Droulers M. et Grandjean P. (1997) « Les nouveaux enjeux du développement de la caféiculture brésilienne, le cas du Minas Gerais », *GEODOC* N°44, Série MOCA, N°6 Montagnes et Café, Université de Toulouse-Le Mirail, 85 p.
- Cyclope (2006), *Les marchés mondiaux*, Economica, « Le café » pp 375-380.
- Daviron B. et Ponte S. (2005) *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*, Londres, Zed Books, 295 p.
- Piketty M. G., Sousa M. C. et Dirigo I. (2005), « Certification environnementale et durabilité au Brésil, le café bio et le bois », Paris SFER, 2005, 15 p.
- Revue du Cirad*, (2003), Cafés : terroirs et qualité, Ed. Cirad, 154 p.
- Saes M.S.M., Sousa M.C. Spers E.E., Scare R.F., Silveira R.L.F., *Diagnóstico sobre o sistema agroindustrial de cafés especiais e qualidade superior no Estado de Minas Gerais*. São Paulo, SEBRAE-MG/PENSA/FIA, 2001, 158 p.
- Vitrolles D. Mafra L. et Cerdan C. (2006) « Enjeux et perspectives de développement des indications géographiques au Brésil, une analyse à partir de deux produits de l'Etat du Minas Gerais » Communication au 3ème colloque international du réseau SYAL « Systèmes Agroalimentaires localisés » Alimentation et Territoires « ALTER 2006 ». Disponible <http://www.rimisp.cl/getdoc.php?docid=9808>