

Un produit mondialisé : le café :

Définition des termes : **Carte 4 page 81**

La caféiculture est **limitée à la zone tropicale et équatoriale, il existe deux variétés de cette plante :**

- **L'arabica** 65 % de la production, **c'est le café de meilleure qualité** qui nécessite des précipitations abondantes et une chaleur modérée, donc il est cultivé dans les montagnes tropicales mais pas au dessus de 1 500 m d'altitude. Il est le plus cher.
- **Le robusta** 35 % de la production mondiale, en augmentation constante, **il est plus fort en caféine**. Le robusta nécessite le maintien d'une chaleur constante, une humidité bien répartie toute l'année, il est cultivé avant tout dans les plaines. (**production plus intensive**)

Les chiffres clés du café :

- **Première denrée agricole échangée** dans le monde (avant le blé...)
- **Deuxième marchandise commercialisée après le pétrole.**
- 2,5 à 3 milliards de tasses de café sont bues chaque jour / **500 millions de consommateurs**
- **120 millions d'emplois** (*en particulier des exploitations familiales de petites tailles*)
- **10 millions d'hectares pour la caféiculture**

D'origine **éthiopienne**, le café est consommé au **Moyen Orient** jusqu'au XVIème siècle, d'où le nom donné à l'arabica. *Son commerce débute à partir d'ailleurs à partir du port d'Al Mokha au Yémen...* **Avec la colonisation et l'augmentation de la demande en Europe, le marché devient mondial au XIXème siècle** (*la variété robusta est alors mis en culture*)

Le café est donc la **culture commerciale par excellence**, un produit essentiellement pour être exporté. Le commerce du café illustre bien la mondialisation parce **qu'il met en relation deux types d'espaces diversifiés au moyen de flux commerciaux** mais aussi car il uniformise une consommation (*la pause café est devenue universelle*)

Problématique: Comment le marché du café s'inscrit-il dans la mondialisation et ses tentatives de régulation?

I) Le café, une culture du Sud pour des consommateurs du Nord : Carte 5 page 81

Les grands producteurs de café 70 pays	Brésil 30 % production Vietnam, Colombie : 10-12 % chacun. (85% de la production Asie, Amérique latine)
Les grands marchés de consommation	Union européenne: 67 % Etats Unis 22 % (89% de la consommation en Occident !)

La caféiculture nécessite en général une main d'œuvre abondante car le café récolté nécessite de nombreuses opérations de traitement pour l'obtention du café vert. **Après l'extraction du café vert, il faut nettoyer et trier les grains pour la préparation du café marchand.**

La plantation traditionnelle de quelques hectares domine encore dans la production de café : 70 %. Elle cultive le café d'ombre. Une strate supérieure composée par des arbres forestiers de pousse rapide créent un microclimat propice à la croissance et la production du caféier. Une strate intermédiaire composée de bananiers, d'arbres fruitiers. La strate des caféiers et la strate basse, manioc, maïs, voire canne à sucre. Ainsi en cas de baisse des prix le petit producteur d'une plantation traditionnelle dispose de ressources alternatives.

II) Les acteurs du commerce du café : une stratégie mondiale : Document 6 page 82

Le café passe entre les mains de **nombreux intermédiaires**. En premier lieu, des intermédiaires locaux, qui achètent aux producteurs le café vert pour le compte d'un grossiste ou d'un exportateur pour le marché international (*localisé dans le « Sud »*). Les exportateurs vendent ensuite à des sociétés de négoce international puis aux torréfacteurs, **notamment aux FTN agroalimentaires** (*localisées dans le Nord*) **qui s'occupent du traitement du café après la torréfaction. (opération qui consiste à chauffer les grains pour leur donner plus de goût)**

Documents 10 et 11 page 83 : L'Ethiopie contre Starbucks

Cf : Starbucks a un chiffre d'affaire supérieur à celui du Nicaragua...)

Une poignée de transnationales des pays développés domine donc le marché du café, 70 % du marché mondial. Ces firmes (Nestlé, (nescafé, nespresso) Kraft, (carte noire, grand mère, Jacques Vabre) Procter and Gamble) maîtrisent la filière du café, de l'achat des sacs aux petits producteurs à la torréfaction et la distribution dans les pays riches (grande ou petite). Elles profitent de la concurrence internationale entre les pays du Sud pour acheter le café et mélange en général les deux variétés, arabica et robusta pour obtenir un prix intéressant

III) L'organisation du marché du café et les tentatives de régulation : Document 7 page 82

Jusqu'en 1989, la filière café était encadrée par les Etats qui, **par le biais de l'accord international sur le café**, agissaient **sur le volume de l'offre en appliquant des contingents d'exportation, quotas, destinés à assurer la stabilité du marché donc des prix.**

Aujourd'hui le marché n'est plus organisé. Dans un contexte de **libéralisation**, les mécanismes d'intervention ont été supprimés. **Les cours du café, fixés par les bourses de New York (pour l'arabica) et de Londres (pour le robusta), sont très fluctuants.** Une offre supérieure à la demande et des stocks à écouler ont conduit à leur effondrement entre 1997 et 2004 et à la ruine de nombreux petits producteurs.

Document 14 page 84.

Pour faire remonter les cours, **l'Organisation internationale du café, OIC**, qui regroupe producteurs et consommateurs, dont les Etats-Unis, cherche par une série d'accords à ajuster offre et demande en augmentant par exemple, la **consommation de cafés de qualité, café gourmet, café de luxe** : 10 % des cafés dans le monde.

Le but est ainsi de réduire les conséquences d'une chute des prix dans les pays producteurs (*endettement, exode rural, émigration, remplacement du café par des cultures de coca et d'opium*)

Un commerce plus équitable du café : Document 13 page 84 + Etude de documents

Le commerce équitable une forme de commerce mondial qui **garantit le respect des droits fondamentaux des personnes** (refus du travail des enfants, du travail forcé ou de l'esclavage) **et encourage les modes de production préservant l'environnement**

Mise en place par des ONG britanniques et néerlandaises dans les années 60 (Ex: Max Havelaar créée en 1988 aux Pays-Bas)

Les Cinq engagements du Commerce Équitable

1. **Solidaire** : Travailler en priorité avec les petits producteurs les plus défavorisés dans une démarche durable.
2. **Direct** : Acheter le plus directement possible pour maximiser la marge du producteur
3. **Juste** : Garantir un prix d'achat juste, celui-ci va permettre au producteur de vivre décemment.
4. **Transparent** : Donner toute l'information sur le produit et les circuits commerciaux.
5. **Qualitatif** : Valoriser les savoir-faire traditionnels et les ingrédients naturels.

Conclusion :

Le café constitue un **bon exemple de produit mondialisé**. En effet, il est présent dans une grande partie du monde : **dans les pays du sud pour la production, dans les pays du nord pour la consommation**. Son commerce est contrôlé par des **FTN du Nord** qui exploitent les populations des pays du sud, lesquelles sont dépendantes du commerce du café et doivent donc subir les conséquences parfois négatives du commerce du café. Les tentatives de régulation sont limitées le commerce équitable ne représente aujourd'hui que 2 % du commerce mondial du café.