



Conseil international du Café
119^e session
13 – 17 mars 2017
Londres (Royaume-Uni)

Politique nationale du Pérou en matière de café

**Déclaration de M. Claudio De la Puente,
Ambassadeur du Pérou au Royaume-Uni,
à la 119^e session du Conseil international du Café
le 16 mars 2017**

1. Au niveau institutionnel et dans le cadre de la politique nationale du café, l'un des développements les plus récents a été la réactivation du Conseil national du café qui a été créé en 2002 et est constitué des principales entités gouvernementales et privées actives dans le secteur du café national. Le Conseil est présidé par le Ministre de l'agriculture et de l'irrigation et inclut également les principales associations de producteurs et de négociants du café.
2. Les responsabilités du Conseil comprennent l'identification, l'analyse et la proposition du cadre juridique et de directives pour le développement du secteur du café péruvien à court, moyen et long terme.
3. Les réunions du Conseil ont repris en 2016 et des représentants du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) et du Secrétariat d'État à l'économie (SECO) ont participé à sa troisième session, en vue d'étudier les options en termes de coopération visant à renforcer l'institutionnalisation de l'industrie du café péruvienne.
4. Dans le domaine de la production, il est intéressant de noter qu'en 2016 une augmentation du volume de la production intérieure de café a été enregistrée pour la troisième année consécutive, avec un total de 257 600 tonnes. Cela représente une augmentation d'environ 20% par rapport à l'année précédente, due en partie aux mesures prises par le Gouvernement et les caféiculteurs péruviens pour réduire les effets des ravageurs dans le cadre du Plan national de lutte contre la rouille des feuilles du café, qui a été lancé en 2013 et mis en œuvre dans 11 régions productrices de café du pays.

5. Un autre développement important dans le secteur a été la mise en place du Plan national de replantation de caféiers, grâce auquel 40 000 hectares de caféiers ont été replantés ce jour.

6. En termes de promotion d'un produit, "Marca Café", qui doit être lancé prochainement est remarquable et vise à améliorer la disponibilité d'approvisionnements en café péruvien de grande qualité, à promouvoir l'augmentation des exportations et à chercher à diversifier les marchés.