



International Coffee Organization
Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

ED 2050/08

4 novembre 2008
Original : anglais

F

Stratégie de mise en valeur du café

1. Le Directeur exécutif présente ses compliments aux Membres et a l'honneur de les informer que le Fonds commun pour les produits de base (FCPB) demande à tous les organes de produits d'élaborer une stratégie claire de mise en valeur qui est revue tous les cinq ans et mise à jour lorsque des changements de situation l'exigent (voir l'Annexe VIII du Manuel FCPB de préparation et de gestion des projets à financer par le FCPB). La stratégie actuelle de mise en valeur du café a été passée en revue et approuvée par le Conseil pour la dernière fois en mai 2004.
2. Les Membres sont invités à envoyer leurs propositions de mise à jour au Directeur exécutif avant le **19 décembre 2008 au plus tard**, pour l'aider à préparer un document révisé qui sera examiné par le Conseil à sa 102^e session du 16 au 20 mars 2008.
3. La stratégie de mise en valeur du café (document EB-3768/01 Rev. 3) et les conclusions de l'atelier FCPB/OIC sur les priorités en matière de mise en valeur du café (document CFC/ICO-8/06) sont joints à la présente à titre d'information. Le texte de l'Accord international de 2007 sur le Café peut être téléchargé à partir du site web de l'OIC.



Organización Internacional del Café
Organizaçáo Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

EB 3768/01 Rev. 3

19 janvier 2004
Original : anglais

F

Stratégie de mise en valeur

Comité exécutif
254^e réunion
29 – 30 janvier 2004
Londres, Angleterre

Stratégie de mise en valeur du café

Contexte

1. L'Organisation internationale du Café est l'Organisme international de produits de base (OIP) chargé du café et habilité à soumettre officiellement des projets au Fonds commun pour les produits de base (FCPB). En qualité d'OIP, l'Organisation est également responsable de la priorité accordée aux projets, de leur formulation et de leur supervision ; elle traite avec les intervenants et recherche la participation des pays bénéficiaires.

2. Le Manuel pour la préparation et la gestion de projets à financer par le Fonds commun pour les produits de base précise que l'OIP désigné est responsable de la formulation d'un projet, lequel commence par la définition précise de la stratégie de développement du produit concerné. *Le présent document constitue une mise à jour de la stratégie de mise en valeur du café qui avait été approuvée par le Conseil international du Café en septembre 2001 et qui figure dans le document EB-3768/01 Rev. 2. Les modifications sont indiquées en italiques. L'ordre des points de la section V a également été modifié.* Le présent document constitue un guide pour le processus de formulation des projets qui seront soumis au FCPB ; les questions relevant de la mise en valeur du café y sont identifiées, les priorités sont dressées et les mesures à prendre sont indiquées. Toutefois, ce document peut également être considéré comme une déclaration générale de priorités stratégiques indépendamment de son rôle référentiel pour les projets. Le présent document comporte les sections suivantes :

- I. Bref profil du café
- II. Coopération internationale en matière de café
- III. Perspectives et potentiel
- IV. Problèmes auxquels se heurte le café
- V. Stratégie de mise en valeur et programme d'action
- VI. Identification des bénéficiaires

Annexes

- I. Statistiques
- II. Liste des pays les moins avancés (PMA) producteurs de café
- III. Liste des propositions de projets formulées à la table ronde du FCPB, au Guatemala
- IV. Liste de propositions de projets formulées à la table ronde régionale du FCPB, en Afrique

Mesure à prendre

Le Comité exécutif est prié d'examiner la stratégie de mise en valeur révisée et, s'il le juge approprié, de recommander au Conseil qu'il l'approuve en mai 2004.

STRATÉGIE DE MISE EN VALEUR DU CAFÉ

I. BREF PROFIL DU CAFÉ

1. Le café a la particularité d'être cultivé dans la quasi-totalité des pays tropicaux non arides. Il y a plus de 50 pays qui produisent d'importantes quantités de café ; pour nombre de ces pays, les recettes provenant des exportations de café sont essentielles pour leur balance des paiements. *En 1999, avant l'effondrement actuel des prix, le café représentait plus de 20% de la totalité des recettes à l'exportation d'au moins neuf pays et, dans certains cas, plus de 50% de ces recettes.* Le café a pour autre particularité, qu'à de rares exceptions près, il est produit dans des pays en développement, dont un nombre significatif font partie des pays les moins avancés. En revanche, la consommation, à l'exception du Brésil qui se situe en deuxième position derrière les États-Unis, est essentiellement le fait des pays industrialisés. Le café est un important facteur de développement, il constitue le gagne-pain de quelque 120 millions de personnes dans le monde. Dans les pays les plus pauvres, il est une source de devises et, comme la production et la récolte du café sont à intensité de main-d'œuvre, il constitue aussi une source importante d'emplois ruraux, tant pour les hommes que pour les femmes.

2. Le caféier produit des fruits qui contiennent un, et le plus souvent deux, "grains de café". Après différentes étapes de transformation, ces grains sont torréfiés et utilisés principalement pour la préparation d'une boisson mondialement connue. Sur les nombreuses variétés botaniques de caféiers, il n'y en a que deux qui, à quelques exceptions près, sont cultivées et commercialisées dans le monde. L'une est le *Coffea arabica*, habituellement dénommé Arabica et qui représente environ 70 pour cent de la production mondiale. L'autre variété est le caféier Robusta, qui provient de l'espèce *Coffea canephora* et est normalement dénommé Robusta. Lorsque les cerises mûres ont été récoltées, deux méthodes sont utilisées pour enlever l'enveloppe ou coque du grain afin d'obtenir du café vert commercialisable : la méthode par voie sèche et la méthode par voie humide.

3. Lorsque l'on a recours à la méthode humide, les grains sont séparés des cerises par une série d'opérations consécutives qui font appel à de grandes quantités d'eau. Il y a d'abord le dépulpage, puis la fermentation pour enlever le mucilage, le séchage et le départage. Lorsque l'on fait appel à la méthode sèche, les cerises récoltées sont placées sur des planches où elles sèchent au soleil pendant environ trois semaines, après quoi le départage peut intervenir. L'époque de la récolte (la campagne) dépend de la zone géographique et du climat. Dans certains pays la récolte commence le 1er avril, alors que dans d'autres pays elle commence le 1 juillet ou le 1 octobre (voir Annexe I, tableau 1 : Production totale des pays exportateurs, campagnes caféières 1998/99 à 2002/03).

4. En dépit du fait qu'il y a une multiplicité de qualités spécifiques négociées dans le monde entier, l'Organisation internationale du Café reconnaît quatre principaux groupes de café (voir Annexe I, tableau 3 : Exportations des pays exportateurs, 1998/99 à 2002/2003) :

- a) *Arabicas doux de Colombie*, exportés par la Colombie, le Kenya et la Tanzanie ;
- b) *Autres Arabicas doux*, exportés par divers pays producteurs d'Arabica ;
- c) *Brésil et autres Arabicas naturels*, exportés par le Brésil, l'Éthiopie et le Paraguay ; et
- d) *Robustas*, généralement produit en Afrique, dans certains pays d'Asie, ainsi qu'au Brésil.

5. D'excellents cafés, au niveau de leurs caractéristiques organoleptiques, peuvent être produits dans ces quatre groupes. Toutefois, ces caractéristiques varient et certains groupes de café sont plus prisés que d'autres lorsqu'il s'agit de certaines préparations et de certaines méthodes de préparation. L'Annexe I présente des données sur les prix des différents groupes (voir tableau 6 : Prix composé et indicateurs de groupe de l'OIC, moyennes mensuelles et annuelles, 1999 à 2003).

II. COOPÉRATION INTERNATIONALE EN MATIÈRE DE CAFÉ

6. Les principaux dossiers concernant le café sont clairement résumés dans le Préambule de l'Accord international de 2001 sur le Café dans lequel les gouvernements Parties à l'Accord reconnaissent :

- L'importance exceptionnelle du café pour l'économie de nombreux pays qui dépendent dans une large mesure de ce produit pour leurs recettes d'exportation et, par conséquent, pour continuer leurs programmes de développement social et économique ;
- L'importance du secteur du café qui est la seule source de revenus pour des millions de personnes, surtout dans les pays en développement, et compte tenu du fait que, dans nombre de ces pays, la production relève de petites exploitations familiales ;
- La nécessité d'encourager la mise en valeur des ressources productives, d'élever et de maintenir l'emploi et le revenu dans l'industrie caféière des pays Membres et d'y obtenir ainsi des salaires équitables, un plus haut niveau de vie et de meilleures conditions de travail ;
- La nécessité d'une étroite coopération internationale dans le domaine des échanges de café afin d'encourager la diversification et l'expansion de l'économie des pays producteurs de café et contribuer à l'amélioration des relations politiques et économiques entre pays exportateurs et pays importateurs de café ainsi qu'à l'accroissement de la consommation de café ;

- La nécessité d'éviter un déséquilibre entre la production et la consommation qui peut donner lieu à de fortes fluctuations de prix, préjudiciables aux producteurs comme aux consommateurs.

7. L'Accord de 2001 représente le principal instrument de coopération internationale en matière de café et constitue, de ce fait, le cadre le plus approprié pour l'établissement d'une stratégie de mise en valeur du café. C'est la raison pour laquelle il convient de mentionner les objectifs spécifiques de l'Accord énumérés dans l'Article premier :

- 1) De promouvoir la coopération internationale sur les questions ayant trait au café ;
- 2) De fournir un cadre pour les consultations intergouvernementales et les négociations, le cas échéant, sur les questions ayant trait au café et sur les moyens de réaliser un équilibre judicieux entre l'offre et la demande mondiales dans des conditions qui assureront aux consommateurs un approvisionnement suffisant de café à des prix équitables et aux producteurs des débouchés à des prix rémunérateurs qui permettront d'équilibrer de façon durable la production et la consommation.
- 3) De constituer, pour les questions ayant trait au café, une instance de consultations avec le secteur privé ;
- 4) De faciliter l'expansion et la transparence du commerce international du café ;
- 5) De servir de centre pour le recueil, la diffusion et la publication de renseignements économiques et techniques, de statistiques et d'études, ainsi que d'éléments de recherche et de développement sur des questions caféières, et de promouvoir ces activités ;
- 6) D'encourager les Membres à développer une économie caféière durable ;
- 7) De promouvoir, d'encourager et d'augmenter la consommation du café ;
- 8) D'analyser et de guider la préparation de projets, dans l'intérêt de l'économie caféière mondiale, pour soumission consécutive aux organismes donateurs ou de financement, selon les cas ;
- 9) De promouvoir la qualité ; et
- 10) De promouvoir des programmes de formation et d'information afin de contribuer au transfert, vers les Membres, de technologies appropriées pour le café.

8. Outre ces objectifs, certains Articles de l'Accord prévoient différentes fonctions et activités.

III. PERSPECTIVES ET POTENTIEL

9. La plupart des pays qui sont tributaires des recettes de leurs produits de base sont contraints de restructurer leurs économies afin de faire face aux mutations d'un environnement économique extérieur souvent hostile. De l'avis général (voir, par exemple, la Résolution Numéro 93 (IV) de la CNUCED), l'objectif qui s'impose à plus long terme est la diversification, c'est-à-dire que les pays en question doivent réduire leur trop forte dépendance sur les produits de base et s'orienter vers le développement industriel. Toutefois, la réalisation de cet objectif s'est heurtée à de longues périodes pendant lesquelles les prix des produits de base étaient au plus bas, cette conjoncture étant due à un excès de l'offre par rapport à la demande ; c'est une situation qui continue à être très grave pour le café. Au début de 2004, le prix indicatif composé de l'OIC avoisinait 56,00 cents EU la livre de café vert, alors que pendant presque toutes les années 80, sa fourchette se situait entre 120 – 140 cents EU la livre. Cette différence représente une chute de 57 pour cent en valeur nominale, mais de 70 pour cent en valeur réelle.

10. Quoi qu'il en soit, le café dispose de divers atouts à long terme. Premièrement, il est une source importante d'emplois dans les régions rurales ; deuxièmement, il est dans l'ensemble une culture écologique ; troisièmement, il est un des rares produits agricoles tropicaux aptes à engendrer des revenus pour les producteurs et des devises dures sous forme de recettes à l'exportation. Enfin, il est consommé dans le monde entier sous différentes formes et en fonction de ses qualités, le café "haut de gamme" étant le plus prisé. Ces facteurs sont parfois méconnus, mais le potentiel d'expansion de la consommation demeure considérable dans nombre de pays fortement peuplés.

IV. PROBLÈMES AUXQUELS SE HEURTE LE CAFÉ

11. Le café est la proie de nombreux parasites et de maladies qui doivent être combattus pour protéger les rendements et la qualité. En outre, la commercialisation du café a connu de nombreux changements depuis 15 ans et pendant cette période de nombreux pays se sont orientés vers des systèmes commerciaux libéralisés. L'enjeu consiste à assurer un environnement commercial sain et compétitif dans le cadre d'une économie mondiale où les intérêts des secteurs commerciaux plus musclés ne font pas de tort aux pays en développement moins avantagés. *Le faible niveau des prix de ces récentes années et leur niveau élevé d'instabilité constituent des problèmes évidents, particulièrement pour les millions de petits exploitants dont les revenus dépendent du café.* Enfin, la hausse constante des mesures réglementaires qui sont actuellement introduites pour des raisons écologiques et sanitaires et l'imposition d'obstacles tarifaires visant le café qui présente une valeur ajoutée (ou des produits finis) doivent être soigneusement suivies afin d'éviter des conséquences qui pourraient s'avérer inappropriées ou nuisibles pour le négoce du café et des produits dérivés.

Pauvreté

12. *Le problème de la faiblesse des prix est particulièrement inquiétant et est à l'origine d'un accroissement de la pauvreté et d'un affaiblissement de la qualité. Dans une déclaration à l'Assemblée générale le 3 novembre 2003, la Secrétaire générale adjointe de l'Organisation des Nations Unies, Mme Louise Frechette, a souligné que la chute des prix des produits de base comme le café, qui s'établissent maintenant au tiers de leur niveau des années 90, contribuait à l'accroissement de la pauvreté et entravait la réalisation des objectifs de développement du millénaire. La baisse des revenus dérivés des exportations du café compromet également l'Initiative en faveur des pays pauvres très endettés. L'incidence de la crise sur la pauvreté est évidente dans nombre des communications en provenance des pays producteurs publiées dans le document de l'OIC ICC-89-5 Rev. 1 du 11 septembre 2003. Cette situation rend prioritaires les mesures susceptibles de rétablir un meilleur équilibre entre l'offre et la demande afin d'augmenter les prix du café, étant donné les difficultés rencontrées pour conduire avec succès des activités économiques autres dans un grand nombre de régions productrices de café.*

Questions stratégiques

13. Il s'agit essentiellement de créer une atmosphère plus favorable à la restructuration économique et d'éviter de longues périodes de prix planchers pour les produits de base. Il est donc nécessaire de :

- réduire les fluctuations excessives des prix à court terme et des recettes à l'exportation ;
- maintenir les prix à un niveau rémunérateur pour les producteurs tout en tenant compte des intérêts des consommateurs ;
- améliorer l'accès au marché et la fiabilité de l'approvisionnement ;
- diversifier la production et développer la transformation dans les pays exportateurs ;
- améliorer les structures du marché ;
- renforcer la participation des pays producteurs dans la commercialisation, le transport et la distribution de leurs exportations de produits de base ;
- promouvoir une image favorable du café ;
- faire connaître dans quelle mesure le café contribue au soulagement de la pauvreté et à l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs.
- *encourager l'accroissement de la consommation.*
- *trouver un point d'entente sur la nécessité éventuelle de mesures à tous les points de la chaîne d'approvisionnement, du caféiculteur au consommateur final et pas uniquement du caféiculteur à l'importateur.*

14. La réalisation de ces objectifs devrait se trouver au centre de toute stratégie à long terme de mise en valeur du café.

V. STRATÉGIE DE MISE EN VALEUR DU CAFÉ ET PROGRAMME D'ACTION

15. Les objectifs spécifiques énumérés dans l'Article premier de l'Accord de 2001 sur le Café identifient les grands domaines qu'il convient de prendre en considération. Il en ressort sept principaux domaines stratégiques pour lesquels des actions sont nécessaires et ils peuvent être énumérés plus ou moins par ordre de priorité. Le présent document ne se prête pas à l'identification des projets concernés, mais les Annexes III et IV comportent des listes de concepts de projets identifiés à la table ronde du FCPB qui se réunissait pour examiner la mise en valeur des produits de base en Amérique latine, dans la région des Caraïbes et en Afrique ; ces listes constituent des exemples des domaines d'actions possibles.

16. La stratégie de mise en valeur dérive du principe que l'objectif essentiel est de mettre en place une économie caféière durable, tenant compte des aspects économiques, environnementaux et sociaux de la durabilité tels qu'ils ont été définis à la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement qui a eu lieu à Rio de Janeiro en 1992. Elle aborde ensuite plusieurs questions qui ont une incidence sur la chaîne d'approvisionnement du café. La notion de gestion de la chaîne, qui appelle une analyse de l'incidence des mesures prises tout au long de la chaîne, est capitale. Étant donné que la chaîne d'approvisionnement comprend le consommateur final, les aspects liés à la commercialisation, qui constituent également un élément important du Plan d'action quinquennal du FCPB, reçoivent l'attention qu'ils méritent.

1. Promouvoir une économie caféière durable

17. Il est essentiel que la production de café et sa transformation *tiennent compte des critères de l'Agenda 21 de l'Organisation des Nations Unies pour assurer la durabilité économique, environnementale et sociale.* Il est particulièrement nécessaire que l'environnement économique soit de nature à encourager la stabilité et à susciter un niveau de vie raisonnable pour les populations de la filière du café par *la garantie de revenus suffisants pour les producteurs* tout en se souciant du maintien de la qualité, plutôt que du maintien de la quantité de café produit. L'Organisation souhaite encourager l'amélioration et la diversification d'anciennes plantations de café ; elle souhaite les voir évoluer vers des formules axées davantage sur le marché et plus écologiques, comme les plantations qui produisent du café biologique, des cafés haut de gamme et du café cultivé à l'ombre dans des zones d'anciennes forêts naturelles (voir aussi le point 4 ci-dessous). L'Organisation s'efforce également de promouvoir le recours à des technologies écologiques dans le cadre de la chaîne de production et de transformation, avec une gestion intégrée de la lutte contre les parasites et une technologie améliorée pour le processus de lavage. *L'Organisation reconnaît également*

l'importance sociale des communautés établies de caféiculteurs et les difficultés à trouver d'autres sources de revenus dans beaucoup de régions de caféiculture. L'Organisation établit également des partenariats avec d'autres organismes qui font campagne en faveur de la durabilité.

2. Encourager la consommation

18. Afin de préserver une économie durable du café, il est important de veiller à ce que les augmentations des approvisionnements soient suivies d'accroissements correspondants de la demande. Dans les conditions du marché en vigueur depuis 1999 où l'offre est constamment supérieure à la demande et crée ainsi un affaiblissement des prix, il est particulièrement important de prendre des mesures visant à faire croître la consommation. Cela peut se faire au moyen d'une amélioration de la qualité (voir ci-après) et de projets promotionnels et éducationnels. L'Organisation attache une importance particulière aux programmes ciblés sur les marchés nouveaux ou émergents et sur les pays producteurs. Il s'agit des régions qui présentent le meilleur potentiel de croissance. En ce qui concerne les pays producteurs, une augmentation de leur consommation locale présente également d'autres avantages : elle sensibilise les producteurs aux demandes des consommateurs et aux facteurs liés à la qualité, elle fournit un autre débouché au marché de l'exportation et elle stimule les petites et moyennes entreprises.

3. Améliorer la qualité

19. Le maintien et l'amélioration de la qualité sont des facteurs cruciaux pour assurer la consommation à long terme, ajouter de la valeur au produit et le protéger contre la contamination. Ceci peut être fait par la sensibilisation aux méthodes commerciales appropriées et la connaissance des techniques de préparation d'un café de haute qualité, l'amélioration des méthodes culturelles et des pratiques de transformation, d'entreposage et de transport, ainsi que par la protection contre les parasites, les maladies et la contamination pendant l'entreposage. Afin de préserver une qualité élevée du café, l'Organisation incite à ne pas commercialiser de café contenant l'équivalent de moins de 95% de café vert. L'Organisation soutient également un programme d'amélioration de la qualité du café (créé par la Résolution numéro 407 du Conseil) visant à améliorer les normes de commercialisation et à détourner les cafés de qualité inférieure vers d'autres usages afin d'améliorer la qualité globale pour encourager la consommation et contribuer à un meilleur équilibre du marché.

4. Diversification

20. Dans le cadre de ses efforts visant à résoudre la crise actuelle à laquelle sont confrontés les producteurs de café, l'Organisation encourage la diversification horizontale. De tels programmes englobent les efforts déployés pour entreprendre des projets spécifiques

visant à générer des revenus complémentaires pour les caféiculteurs, comme l'introduction de cultures nouvelles, sans toutefois supprimer la culture du café. Néanmoins, la diversification verticale pour résoudre les problèmes comme la production des cafés de luxe peut avoir des retombées positives encore plus importantes pour les producteurs. Dans son plan quinquennal, le FCPB aborde cette question dans le cadre des questions liées à la commercialisation, en soulignant la nécessité de porter attention aux marchés régionaux et aux sous-produits à valeur ajoutée.

5. Améliorer le marché

21. Nombre de pays exportateurs s'étant maintenant orientés vers des systèmes de commercialisation libéralisés, il convient de s'assurer que les avantages d'une plus grande flexibilité du marché ne sont pas compromis par la suppression des fonctions nécessaires dont s'acquittaient précédemment les offices du café et autres organismes similaires ; il s'agit en effet de veiller à ce que des institutions robustes existent au niveau national et international aux fins de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques et des programmes appropriés. Indépendamment de cela, le secteur du café dans beaucoup de pays exportateurs est composé d'un grand nombre de petits caféiculteurs qui ont besoin d'aide pour renforcer leurs organisations de base, développer leur compétitivité commerciale, accéder au crédit commercial, faire face à la volatilité des prix par le biais de régimes de gestion des risques et susciter des avantages pour leurs communautés. Dans certains marchés importateurs, l'Organisation sera peut-être en mesure de prêter son concours grâce à des programmes de formation et d'information qui contribueront à améliorer l'expertise et les méthodes de négoce, et à faciliter les contacts avec des fournisseurs dans des pays Membres exportateurs. Dans l'intérêt d'une économie de marché saine et compétitive, il est important que les négociants dans les pays producteurs bénéficient d'une certaine expertise commerciale, qu'ils aient accès au crédit et au cadre juridique approprié pour fonctionner convenablement.

22. Il existe des disparités considérables au niveau de la capacité des pays à évaluer les questions liées au négoce du café de façon à bénéficier ultérieurement des résultats. L'Organisation souhaite également évaluer et, le cas échéant, proposer de nouveaux instruments de coopération internationale destinés à suivre certaines tendances du marché du café, lorsque ces instruments présentent un intérêt pour les Membres ; elle recherche éventuellement, pour ce faire, la collaboration de la Banque mondiale, de l'Organisation mondiale du commerce et de diverses organisations régionales.

23. Dans la mesure où le marché fonctionne à l'aide de divers mécanismes qui déterminent les prix, il est, en outre, nécessaire d'étudier l'ensemble des facteurs qui ont une influence sur les échanges et, de ce fait, sur les cours du café et leurs fluctuations, qu'il s'agisse des opérations à terme ou des transactions effectuées par différents intervenants.

6. Rechercher et développer de nouvelles technologies

24. De nouvelles technologies sont en voie d'élaboration dans différents domaines, notamment une transformation par voie humide plus écologique, la sélection des plants, les plants transgéniques, l'amélioration des processus de fabrication du café soluble et le commerce électronique. Il est important que les progrès technologiques appropriés soient développés, évalués et diffusés dans l'intérêt de la communauté caféière mondiale et il convient également de promouvoir l'intensification des échanges d'information entre producteurs.

7. Protection contre les parasites et les maladies

25. Des mesures à l'encontre des parasites et des maladies sont nécessaires non seulement pour protéger les économies des pays producteurs et le gagne-pain des populations caféières, mais aussi pour protéger la qualité du produit. Lorsque des programmes de protection sont mis au point, il convient de s'assurer que ces programmes sont aussi écologiques que possible. De tels programmes pourraient porter, notamment, sur la conservation du matériel génétique des espèces de café sauvages menacées par la destruction rapide de forêts naturelles, ainsi que sur la résistance aux parasites et aux maladies, la tolérance aux conditions culturales difficiles, le potentiel de rendement, la qualité de la tasse et la finesse de sa préparation technologique.

8. L'aide d'urgence

26. Lorsqu'un cas de force majeure intervient et que, de ce fait, les populations ont souffert d'une forte baisse de la production, il peut *parfois* être opportun d'encourager la mise en place de programmes destinés à restaurer la capacité de production, à condition que l'augmentation de cette capacité ne nuise pas à l'équilibre de l'offre et de la demande. De telles interventions permettent de conserver la disponibilité commerciale de cafés caractérisés, de protéger contre l'exploitation de l'avantage comparatif, enfin et surtout de fournir une source d'emplois étant donné que la culture du café est à forte intensité de main-d'œuvre. Dans le cadre de cette stratégie, l'accent est mis sur la promotion d'études et le concours technique donné aux pays qui ont connu de graves catastrophes naturelles et/ou la guerre.

27. Dans les pays en reconstruction et afin de soulager la pauvreté des familles et les aider à se réinsérer, l'Organisation entreprend de promouvoir la régénération des plantations de café (accordant un appui spécial à la mise en valeur de variétés de café résistantes aux maladies et aux plants susceptibles d'un rendement élevé) et des systèmes de commercialisation.

VI. IDENTIFICATION DES BÉNÉFICIAIRES

28. Les groupes de bénéficiaires ciblés sont les populations qui vivent dans le dénuement, les populations et les économies fortement tributaires du café, les zones où le café n'est pas un choix car il est une des seules possibilités économiquement viables et les régions où la culture du café constitue une source stable d'emplois ruraux qui, s'ils disparaissaient, risqueraient de provoquer des mouvements perturbateurs de population se déplaçant vers les zones urbaines ou encore la culture de produits néfastes pour la société. De nombreux pays producteurs de café figurent parmi les pays les moins avancés ; ils sont énumérés dans l'Annexe II et constitue une catégorie qui doit être ciblée avec efficacité dans le cadre de toute action de soutien du café.

Annexe I – Statistiques

Annexe II – Liste des pays les moins avancés producteurs de café

Annexe III – Liste des propositions de projets formulées à la table ronde du FCPB, au Guatemala

Annexe IV – Liste des propositions de projets formulées au cours de la table ronde du FCPB en Afrique (Le Caire, 1999)

STATISTIQUES

Tableau

- 1 Production totale des pays exportateurs
Campagnes caféières *1998/99 à 2002/03*
- 2-A Consommation intérieure des pays exportateurs
Années caféières *1998/99 à 2002/03*
- 2-B Consommation dans les pays importateurs
Années caféières *1998/99 à 2002/03*
- 2-C Consommation dans les pays non membres
Années civiles *1998 à 2002*
- 3 Exportations des pays exportateurs, toutes destinations,
Années caféières *1998/99 à 2002/03*
- 4 Importations de café des pays importateurs, toutes sources confondues
Années caféières *1998/99 à 2002/03*
- 5 Valeur des exportations de café sous toutes ses formes de
chaque pays exportateur, toutes destinations, par rapport
à la valeur des exportations de l'ensemble des produits
de base (en pourcentage)
Années civiles *1998 à 2002*
- 6 Prix indicatifs
Prix composé et indicateurs de groupes de l'OIC
Moyennes mensuelles et annuelles *1999 à 2003*

TABLE 1

**TOTAL PRODUCTION OF EXPORTING COUNTRIES
CROP YEARS 1998/99 TO 2002/03**

(000 bags)						
Crop year commencing		1998	1999	2000	2001	2002
TOTAL		106 123	114 523	112 334	109 483	119 947
	<i>1 April</i>	<i>49 737</i>	<i>44 776</i>	<i>44 850</i>	<i>46 429</i>	<i>60 405</i>
Angola	(R)	85	55	50	21	56
Bolivia	(A)	150	184	173	124	149 1/
Brazil	(A/R)	34 650	32 345	32 005	33 950	48 480
Burundi	(A/R)	356	501	337	257	433 1/
Ecuador	(A/R)	1 206	1 198	871	893	731
Indonesia	(R/A)	8 458	5 499	6 947	6 731	5 668 1/
Madagascar @	(R/A)	992	427	366	147	445
Malawi	(A)	64	59	63	60	44 1/
Papua New Guinea	(A/R)	1 351	1 387	1 041	1 041	1 108
Paraguay	(A)	34	28	31	31	30 1/
Peru	(A)	2 022	2 663	2 596	2 749	2 900
Rwanda	(A)	222	308	273	307	280 1/
Zimbabwe	(A)	147	122	97	118	81 1/
	<i>1 July</i>	<i>2 633</i>	<i>3 061</i>	<i>2 861</i>	<i>2 601</i>	<i>2 734</i>
Congo, Rep. of @	(R)	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	280	328	313	285	239 1/
Dominican Republic	(A)	422	694	437	432	426
Haiti	(A)	442	402	422	402	413 1/
Philippines	(R/A)	685	739	775	759	721
Tanzania	(A/R)	739	837	821	624	824
Zambia	(A)	62	58	90	96	108
	<i>1 October</i>	<i>53 753</i>	<i>66 686</i>	<i>64 623</i>	<i>60 453</i>	<i>56 808</i>
Benin @	(R)	0	0	0	0	0
Cameroon @	(R/A)	1 114	1 370	1 113	686	801 1/
Central African Rep. @	(R)	214	241	122	75	92 1/
Colombia	(A)	11 024	9 398	10 532	11 999	11 714 1/
Congo, Dem. Rep. of	(R/A)	644	457	433	430	392 1/
Costa Rica	(A)	2 350	2 404	2 253	2 166	1 976
Cote d'Ivoire @	(R)	1 991	6 321	4 846	3 492	2 680 1/
El Salvador	(A)	2 056	2 599	1 706	1 667	1 442
Equatorial Guinea @	(R)	1	0	0	0	0
Ethiopia	(A)	2 745	3 505	2 768	3 756	3 693
Gabon @	(R)	4	2	0	1	1
Ghana	(R)	45	44	38	17	25 1/
Guatemala	(A/R)	4 893	5 120	4 940	3 669	4 265 1/
Guinea	(R)	140	112	114	101	109 1/
Honduras	(A)	2 195	2 985	2 667	3 036	2 497
India	(A/R)	4 434	5 495	4 526	4 970	4 588 1/
Jamaica	(A)	29	39	37	30	45 1/
Kenya	(A)	1 173	1 502	988	992	899 1/
Liberia	(R)	5	5	5	5	5
Mexico	(A)	4 801	6 219	4 815	4 200	4 000 1/
Nicaragua	(A)	1 073	1 532	1 595	1 116	1 124
Nigeria	(R)	46	43	45	41	48 1/
Panama	(A)	192	167	170	160	140
Sierra Leone	(R)	24	76	28	15	13
Sri Lanka	(R/A)	35	38	43	31	32
Thailand	(R)	916	1 271	1 692	548	707 1/
Togo @	(R)	321	263	197	116	80 1/
Trinidad and Tobago	(R)	17	16	14	14	14
Uganda	(R/A)	3 298	3 097	3 205	3 166	2 910
Venezuela	(A)	1 001	717	956	821	961 1/
Vietnam	(R)	6 972	11 648	14 775	13 133	11 555

1/ Derived on the basis of estimated gross opening stocks in crop year 2003/04

2/ Estimate to be confirmed by the Member

3/ Estimated

TABLE 2-A

DOMESTIC CONSUMPTION OF EXPORTING COUNTRIES
CROP YEARS 1998/99 TO 2002/03

(000 bags)						
Crop year commencing		1998	1999	2000	2001	2002
TOTAL		24 841	24 620	25 940	26 873	27 196
	<i>1 April</i>	<i>14 894</i>	<i>14 517</i>	<i>15 188</i>	<i>15 476</i>	<i>15 763</i>
Angola	(R)	30	20	20	20	20
Bolivia	(A)	45	60	60	60	60
Brazil	(A/R)	12 200	12 750	13 000	13 250	13 500
Burundi	(A/R)	2	2	2	2	2
Ecuador	(A/R)	300	230	200	200	150
Indonesia	(R/A)	2 000	1 250	1 667	1 667	1 667
Madagascar @	(R/A)	167	56	90	128	217
Malawi	(A)	2	1	1	1	1
Papua New Guinea	(A/R)	1	2	2	2	2
Paraguay	(A)	20	20	20	20	20
Peru	(A)	120	120	120	120	120
Rwanda	(A)	3	2	2	2	0
Zimbabwe	(A)	4	4	4	4	4
	<i>1 July</i>	<i>1 686</i>	<i>1 745</i>	<i>1 717</i>	<i>1 740</i>	<i>1 752</i>
Congo, Rep. of @	(R)	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	200	200	213	220	224
Dominican Republic	(A)	325	325	325	340	340
Haiti	(A)	330	340	340	340	340
Philippines	(R/A)	810	862	820	821	829
Tanzania	(A/R)	17	14	15	15	15
Zambia	(A)	1	1	1	1	1
	<i>1 October</i>	<i>8 261</i>	<i>8 358</i>	<i>9 035</i>	<i>9 657</i>	<i>9 681</i>
Benin @	(R)	0	0	0	0	0
Cameroon @	(R/A)	100	100	75	69	69
Central African Republic @	(R)	19	21	12	10	4
Colombia	(A)	1 600	1 400	1 400	1 400	1 400
Congo, Democratic Rep. of	(R/A)	200	200	200	200	200
Costa Rica	(A)	223	299	249	255	263
Côte d'Ivoire @	(R)	50	50	317	317	317
El Salvador	(A)	192	153	101	144	153
Equatorial Guinea @	(R)	0	0	0	0	0
Ethiopia	(A)	1 633	1 633	1 667	1 833	1 833
Gabon @	(R)	1	1	0	0	0
Ghana	(R)	1	1	1	1	1
Guatemala	(A/R)	300	300	300	300	300
Guinea	(R)	50	50	50	50	50
Honduras	(A)	138	168	230	200	200
India	(A/R)	895	954	917	1 134	1 134
Jamaica	(A)	15	11	12	10	9
Kenya	(A)	50	50	50	50	50
Liberia	(R)	5	5	5	5	5
Mexico	(A)	1 108	1 150	1 305	1 500	1 500
Nicaragua	(A)	127	130	176	181	185
Nigeria	(R)	40	40	40	40	40
Panama	(A)	67	67	67	67	67
Sierra Leone	(R)	5	5	5	5	5
Sri Lanka	(R/A)	30	30	30	30	30
Thailand	(R)	433	433	500	500	500
Togo @	(R)	2	2	2	2	2
Trinidad and Tobago	(R)	14	14	14	14	14
Uganda	(R/A)	100	120	120	150	160
Venezuela	(A)	613	621	690	690	690
Vietnam	(R)	250	350	500	500	500

TABLE 2-B

DISAPPEARANCE IN IMPORTING COUNTRIES
COFFEE YEARS 1998/99 TO 2002/03

(000 bags)

	October-September				
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
TOTAL 1/	62 143	60 562	62 183	60 611	62 918
<i>All Importing Members</i>	<i>43 086</i>	<i>41 881</i>	<i>42 767</i>	<i>41 907</i>	<i>42 710</i>
U.S.A.	19 057	18 681	19 416	18 704	20 208
<i>European Community</i>	<i>35 164</i>	<i>33 612</i>	<i>34 336</i>	<i>33 419</i>	<i>34 258</i>
Austria	1 105	905	1 123	1 002	855 2/
Belgium/Luxembourg	1 099	1 054	1 358	1 271	1 714
Denmark	841	826	833	827	790
Finland	988	969	961	961	979 2/
France	5 434	5 365	5 358	5 394	5 162
Germany	10 513	9 410	9 651	9 141	9 468
Greece	594	767	688	699	886 2/
Ireland	119	97	128	134	149
Italy	4 977	5 122	5 221	5 212	5 402
Netherlands	1 771	1 677	1 862	1 567	1 834 2/
Portugal	737	769	716	782	738
Spain	3 354	3 131	2 921	2 972	2 812
Sweden	1 267	1 217	1 214	1 253	1 349
United Kingdom	2 365	2 303	2 302	2 204	2 120 2/
<i>Other importing countries</i>	<i>7 922</i>	<i>8 269</i>	<i>8 431</i>	<i>8 488</i>	<i>8 452</i>
Cyprus	56	51	71	49	51 2/
Japan	6 261	6 732	6 826	6 958	6 764
Norway	767	660	687	683	700
Singapore 3/	0	0	0	0	0 2/
Switzerland	838	826	847	798	937

1/ Includes USA and Singapore as monthly information is available

2/ Estimated

3/ Adjusted for net exports when necessary

TABLE 2-C

**CONSUMPTION IN NON-MEMBER COUNTRIES
(NET IMPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE FROM ALL SOURCES)
CALENDAR YEARS 1998 TO 2002**

(000 bags)					
	1998	1999	2000	2001	2002
TOTAL	17 880	17 714	18 686	20 773	21 000 1/
Importing non-members	17 957	17 974	19 235	21 534	
Europe	7 396	7 072	7 648	9 485	
Bosnia and Herzegovina	314	84	63	112	179
Bulgaria	294	357	271	349	338
Croatia	320	337	327	337	356
Czech Republic	523	623	550	655	646
Estonia	90	97	99	110	
Hungary	652	730	733	740	709
Latvia	133	121	112	158	
Lithuania	146	157	172	203	
Poland	1 797	1 768	1 765	1 958	1 952
Romania	584	506	551	631	737
Russian Federation	1 523	1 228	1 729	2 801	3 301
Serbia and Montenegro	460	451	644	671	731
Slovakia	240	266	262	308	298
Slovenia	162	174	177	193	201
Others	156	172	192	261	
Africa	2 614	2 797	3 191	2 828	
Algeria	1 407	1 518	1 778	1 456	
Egypt	116	140	95	79	112
Morocco	445	373	503	490	505
South Africa, Rep. of	236	289	366	298	322
Tunisia	147	164	174	233	230
Others	263	314	275	271	
Asia	3 614	3 665	3 903	4 609	
Armenia	104	115	135	180	172
China	95	83	105	32	25
Israel	457	395	287	358	
Jordan	110	101	157	126	191
Korea, Rep. of	988	1 087	1 246	1 258	1 306
Lebanon	337	315	310	462	
Saudi Arabia	338	358	403	372	446
Syrian Arab Republic	268	277	221	641	
Taiwan	260	303	376	417	446
Turkey	286	265	291	299	408
United Arab Emirates	139	136	95	151	
Others	231	230	275	312	
Latin America	869	885	945	974	
Argentina	640	642	623	636	522
Chile	127	155	218	214	
Others	103	88	105	124	
North America	2 427	2 480	2 526	2 614	
Canada	2 317	2 303	2 377	2 535	2 302
Puerto Rico	95	165	131	66	
Others	15	12	18	14	
Oceania	1 038	1 074	1 021	1 024	
Australia	856	906	832	765	976
New Zealand	183	168	186	257	275
Others	-1	1	2	2	
Producing non-members	-77	-260	-549	-761	
Malaysia	101	-9	-244	-489	-508
Others	-178	-251	-305	-272	

Note: Table excludes data for the USA and Singapore

A negative sign indicates net exports

1/ Estimated

TABLE 3

EXPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE BY EXPORTING COUNTRIES TO ALL DESTINATIONS
COFFEE YEARS 1998/99 TO 2002/03

	Coffee years				
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
TOTAL	83 842	89 237	89 965	85 917	87 453
<i>Colombian Milds</i>	12 071	10 977	11 530	11 998	12 168
Colombia	10 292	9 035	9 437	10 625	10 478
Kenya	1 096	1 196	1 220	794	849
Tanzania	683	747	874	579	841
<i>Other Milds</i>	25 705	29 083	25 065	22 177	22 621
Bolivia	109	115	73	67	82
Burundi	391	463	314	250	552
Costa Rica	2 092	1 984	2 111	1 881	1 676
Cuba	80	127	90	87	58
Dominican Republic	161	189	102	114	141
Ecuador	901	834	763	567	667
El Salvador	1 812	2 490	1 714	1 473	1 320
Guatemala	4 593	4 901	4 414	3 330	3 965
Haiti	98	62	97	49	73
Honduras	2 086	2 857	2 470	2 617	2 439
India	3 426	4 500	3 715	3 441	3 449
Jamaica	21	30	29	28	25
Malawi	52	55	70	53	39
Mexico	4 136	5 164	3 637	2 893	2 561
Nicaragua	955	1 302	1 445	920	978
Panama	147	78	70	78	84
Papua New Guinea	1 374	1 050	1 060	1 026	1 144
Peru	2 204	2 311	2 418	2 689	2 664
Rwanda	282	304	267	274	275
Venezuela	582	96	26	131	271
Zambia	57	59	88	98	105
Zimbabwe	146	112	92	112	53
<i>Brazilian Naturals</i>	24 700	20 830	23 041	27 927	29 846
Brazil	22 934	18 816	21 612	25 977	27 559
Ethiopia	1 757	2 005	1 418	1 939	2 277
Paraguay	10	9	11	11	10
<i>Robustas</i>	21 366	28 347	30 329	23 815	22 818
Angola	58	30	17	10	15
Congo, Dem. Rep. of	448	333	222	171	192
Ghana	78	35	34	16	24
Guinea	74	28	64	48	59
Indonesia	5 430	5 204	5 372	4 118	4 529
Nigeria	6	3	5	1	8
<i>OAMCAF</i>	4 469	7 851	5 893	4 222	3 400
Benin	0	0	0	0	0
Cameroon	1 027	1 272	1 145	617	732
Central African Rep.	194	188	104	100	38
Congo, Rep. of	0	0	0	0	0
Cote d'Ivoire	2 264	5 834	4 270	3 284	2 363
Equatorial Guinea	1	-	0	0	0
Gabon	3	-	2	1	1
Madagascar	670	277	177	107	188
Togo	310	279	195	114	78
Philippines	9	4	3	6	9
Sierra Leone	19	64	13	10	8
Sri Lanka	16	1	3	1	2
Thailand	417	960	1 184	93	207
Trinidad and Tobago	4	2	-	-	-
Uganda	3 648	2 917	3 075	3 153	2 810
Vietnam	6 689	10 914	14 442	11 966	11 555

TABLE 4

IMPORTS BY IMPORTING COUNTRIES FROM ALL SOURCES
COFFEE YEARS 1998/99 TO 2002/03

(000 bags)

	October-September				
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
TOTAL 1/	79 451	80 874	81 267	81 075	84 629
<i>All Importing Members</i>	<i>56 128</i>	<i>55 417</i>	<i>59 018</i>	<i>59 055</i>	<i>60 336</i>
U.S.A.	22 561	24 540	21 150	20 966	23 365
<i>European Community</i>	<i>47 522</i>	<i>46 739</i>	<i>49 933</i>	<i>49 808</i>	<i>51 278</i>
Austria	1 525	1 251	1 578	1 520	1 444 2/
Belgium/Luxembourg	3 344	3 443	3 722	3 783	3 988
Denmark	1 088	1 054	1 074	1 088	1 044
Finland	1 216	1 112	1 083	1 053	1 084 2/
France	6 725	6 639	6 917	6 943	6 690
Germany	14 776	14 056	15 404	15 514	16 211
Greece	675	842	895	920	1 013 2/
Ireland	128	150	179	171	214
Italy	5 986	6 256	6 501	6 567	6 825
Netherlands	2 802	2 787	3 025	2 718	3 143 2/
Portugal	810	919	828	892	854
Spain	4 008	3 842	4 095	4 126	4 159
Sweden	1 449	1 393	1 404	1 484	1 614
United Kingdom	2 990	2 995	3 228	3 029	2 995
<i>Other importing countries</i>	<i>9 368</i>	<i>9 595</i>	<i>10 184</i>	<i>10 301</i>	<i>9 986 0</i>
Cyprus	57	52	75	53	54 2/
Japan	6 618	6 829	7 073	7 277	6 946
Norway	772	664	695	688	708
Singapore	762	917	1 099	1 054	928 2/
Switzerland	1 159	1 133	1 242	1 229	1 350

1/ Includes USA and Singapore as monthly information is available

2/ Estimated

TABLE 5

**VALUE OF EXPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE BY EACH EXPORTING COUNTRY
TO ALL DESTINATIONS AS A PERCENTAGE OF THE VALUE OF EXPORTS OF ALL COMMODITIES
CALENDAR YEARS 1998 TO 2002**

(percent)	1998	1999	2000	2001	2002
<i>Colombian Milds</i>					
Colombia	18.84	12.29	9.17	7.10	7.28
Kenya	10.84	11.03	8.52	4.97	3.61
Tanzania	19.31	14.50	11.89	8.00	3.73
<i>Other Milds</i>					
Bolivia	1.35	1.32	1.16	0.73	0.72
Burundi	81.36	77.29	77.89	52.10	55.13
Costa Rica	7.11	4.95	4.43	3.40	2.99
Cuba	1.66	0.77	1.10	0.68	
Dominican Republic	7.65	2.97	2.30	1.36	1.53
Ecuador	2.41	1.76	0.92	0.95	0.84
El Salvador	19.72	20.80	22.70	9.58	8.52
Guatemala	22.63	24.48	21.18	12.36	12.09
Haiti	6.53	2.36	2.50	2.63	1.24
Honduras	28.03	22.00	24.45	12.20	14.29
India	1.37	1.07	0.98	0.57	0.49
Jamaica	1.33	1.94	2.53	2.52	2.90
Malawi	1.86	1.17	1.20	0.90	0.50
Mexico	0.55	0.43	0.39	0.18	0.14
Nicaragua	31.67	25.83	26.23	17.78	13.50
Panama	3.13	1.85	1.09	0.80	1.18
Papua New Guinea	11.85	8.09	5.10	4.26	4.71
Peru	4.98	4.33	3.16	2.54	2.45
Rwanda	49.79	68.47	67.97	46.14	61.49
Venezuela	0.21	0.28	0.02	0.02	0.06
Zambia	0.66	0.96	1.08	1.15	
Zimbabwe	2.17	1.25	0.72	0.62	
<i>Brazilian Naturals</i>					
Brazil	5.07	5.12	3.22	2.43	2.27
Ethiopia	67.37	56.58	51.66	30.96	33.64
Paraguay	0.11	0.08	0.13	0.13	
<i>Robustas</i>					
Angola	0.15	0.08	0.02	0.01	0.04
Congo, Dem. Rep. of	13.72	6.03	2.75	2.05	
Ghana	0.08	0.37	0.10	0.09	
Guinea	1.93	0.76	0.38	0.61	
Indonesia	1.21	0.90	0.50	0.38	0.45
Nigeria	0.01	-	-	-	-
<i>OAMCAF</i>					
Benin	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cameroon	3.96	5.75	4.24	2.78	
Central African Republic	5.63	9.75	5.69	1.77	
Congo, Rep. of	0.00	0.00	0.00	0.00	
Cote d'Ivoire	8.76	4.97	9.44	4.55	2.73
Equatorial Guinea	0.03	0.01	-	0.00	
Gabon	0.01	0.01	-	-	
Madagascar	26.80	13.77	3.12	0.90	
Togo	1.39	6.44	3.72	1.77	1.44
Philippines	0.01	-	-	-	-
Sierra Leone	57.44	38.15	22.93	0.23	0.71
Sri Lanka	0.04	0.03	-	0.01	-
Thailand	0.12	0.07	0.07	0.05	0.01
Trinidad and Tobago	0.09	0.05	0.02	0.01	-
Uganda	59.02	52.86	27.24	21.44	22.21
Vietnam	6.42	4.89	3.18	2.27	1.83

The percentages contained in this table are derived from the value of exports of all forms of coffee as provided by Members and information on the value of exports of all commodities

TABLE 6

ICO GROUP AND COMPOSITE INDICATOR PRICES
MONTHLY AND ANNUAL AVERAGES
1999 to 2003

(US cents/lb)

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Annual average
ICO composite indicator													
1999	97.63	92.36	89.41	85.72	89.51	86.41	78.21	77.22	71.94	76.36	88.22	95.63	85.72
2000	82.15	76.15	73.49	69.53	69.23	64.56	64.09	57.59	57.31	56.40	52.18	48.27	64.25
2001	49.19	49.39	48.52	47.31	49.38	46.54	43.07	42.77	41.17	42.21	44.24	43.36	45.60
2002	43.46	44.30	49.49	50.19	47.30	45.56	44.70	42.79	47.96	50.79	54.69	51.68	47.74
2003	54.04	54.07	49.61	51.87	53.19	48.90	50.89	52.22	54.10	51.72	49.81	52.44	51.91
Colombian Milds													
1999	123.07	116.92	117.05	114.02	123.95	121.45	107.05	105.28	97.77	103.69	126.76	140.35	116.45
2000	130.13	124.73	119.51	112.67	110.31	100.30	101.67	91.87	89.98	90.25	84.01	75.81	102.60
2001	75.33	76.70	76.94	78.25	80.92	74.38	69.70	73.50	68.80	62.88	64.89	62.33	72.05
2002	62.51	62.67	68.27	69.76	65.95	62.94	60.60	58.10	64.15	67.92	70.70	65.38	64.91
2003	67.27	67.47	62.16	64.4	65.74	61.61	64.87	65.65	67.55	66.17	64.39	66.68	65.33
Other Milds													
1999	112.96	105.48	105.39	102.11	111.07	107.21	94.85	91.37	84.31	94.20	113.38	124.46	103.90
2000	111.11	103.44	100.73	94.61	94.15	86.44	87.35	76.92	75.78	76.66	71.54	66.16	87.07
2001	65.98	67.19	66.50	66.13	69.22	63.90	58.72	59.72	58.07	56.40	58.85	56.72	62.28
2002	58.25	59.12	64.47	65.43	61.40	58.57	56.48	54.27	60.67	65.73	69.87	64.16	61.54
2003	65.57	66.41	61.75	64.69	66.26	61.04	62.95	63.89	66.41	64.3	62.28	64.86	64.20
Brazilian Naturals													
1999	99.43	91.72	88.90	86.14	96.29	91.69	78.13	76.67	70.43	78.74	98.41	109.47	88.84
2000	97.68	91.51	89.93	86.46	87.23	78.32	79.89	70.57	71.14	72.28	68.95	64.39	79.86
2001	62.38	62.50	60.35	55.11	57.19	51.86	46.43	46.49	42.42	38.63	42.82	42.21	50.70
2002	43.14	43.17	48.70	49.70	45.39	43.00	43.31	40.18	44.53	46.08	49.25	46.55	45.25
2003	49.31	48.97	43.77	48.55	51.12	46.88	49.5	52.48	54.86	52.81	50.73	54.79	50.31
Robustas													
1999	82.29	79.23	73.42	69.32	67.94	65.59	61.56	63.07	59.57	58.52	63.05	66.79	67.53
2000	53.18	48.86	46.25	44.45	44.32	42.68	40.82	38.25	38.83	36.14	32.81	30.38	41.41
2001	32.40	31.58	30.52	28.49	29.54	29.17	27.43	25.82	24.27	23.24	23.68	24.35	27.54
2002	22.81	24.37	29.10	29.34	28.32	28.42	28.60	27.88	32.08	33.33	37.93	38.06	30.02
2003	41.18	40.67	37.17	37.42	37.8	34.21	35.35	36.3	37.35	35.88	34.11	35.9	36.95

LISTE DES PAYS LES MOINS AVANCÉS (PMA)

Pays les moins avancés, membres du Fonds commun pour les produits de base et de l'Organisation internationale du Café.

Pays	Région
Angola	Afrique
Bénin	Afrique
Burundi	Afrique
Congo, République démocratique	Afrique
Éthiopie	Afrique
Guinée	Afrique
Guinée équatoriale	Afrique
Haïti	Amérique
Madagascar	Afrique
Malawi	Afrique
Ouganda	Afrique
République centrafricaine	Afrique
Rwanda	Afrique
Tanzanie	Afrique
Togo	Afrique
Zambie	Afrique

**LISTE DES PROPOSITIONS DE PROJETS FORMULÉES
À LA TABLE RONDE DU FCPB, AU GUATEMALA**

Propositions ayant trait à la production

1. “Recherches dans le domaine des technologies de séchage du café”
(par ex. technologie solaire)
Pays : Costa Rica, Équateur, Jamaïque et Guatemala
2. “Établissement de centres de lavage et de transformation du café”
Pays : Haïti, Cuba
3. “Mise en œuvre d’un système d’information informatisé portant sur tous les domaines d’activité de la chaîne du café”
Pays : Costa Rica, Équateur, Guatemala
4. “Intensification des échanges d’information entre producteurs”
Pays : Haïti
5. “Facilitation de la constitution de coopératives à l’intention des petits exploitants”
6. “Recherches sur les méthodes permettant d’endiguer les nouvelles maladies qui frappent le café”
7. “Adoption d’une démarche agro-écologique destinée à minimiser l’utilisation de produits chimiques et de pesticides”
Pays : Cuba
8. “Amélioration de la qualité du café”
Pays : Honduras
9. “Mesures destinées à augmenter le rendement du café”
Pays : Honduras, Cuba

Propositions ayant trait à la consommation

10. “Augmentation de la consommation de café de qualité dans l’industrie du tourisme”
Pays : Cuba
11. “Élaboration de politiques et de stratégies destinées à surmonter les déséquilibres des marchés”
Pays : Mexique, Haïti

III-2

12. “Étude sur les effets salutaires, pour la santé, de la consommation de café”
Pays : Costa Rica
13. “Facilitation de la constitution de marchés à créneaux”
Pays : Cuba
14. “Exploitation du café biologique et élaboration de procédures de certification économiquement viables”
Pays : Cuba

AUTRES PROPOSITIONS

15. “Adoption de mesures permettant de réduire la longue chaîne d’intermédiaires”
Pays : Haïti
16. “Diversification des cultures”
Pays : Honduras
17. “Identification de mesures agro-sylvicoles appropriées en vue de trouver des alternatives à la production de café”
Pays : Honduras
18. “Augmentation des produits caféiers à valeur ajoutée dans les pays producteurs”
19. “Recyclage des déchets du café pour en faire des engrais naturels et du compost”
20. “Traitement des eaux usées provenant des stations de lavage”
21. “Décomposition des coques du café pour constituer des engrais facilement maniables”
Pays : Jamaïque

**LISTE DES PROPOSITIONS DE PROJETS FORMULÉES
AU COURS DE LA TABLE RONDE DU FCPB EN AFRIQUE
(Le Caire, 1999)**

Groupe de travail II - café, cacao et thé

Président : M. Fred Mwesigye, Ministère du tourisme, du commerce et de l'industrie,
Ouganda

Secrétaire : M. Caleb Dengu, Directeur adjoint des projets du FCPB

Le Groupe de travail a identifié les principaux problèmes et on a constaté que ces problèmes sont communs aux trois produits de base et se retrouvent dans tous les pays ; des solutions éventuelles ont été identifiées.

1) Crédit pour financer les intrants

On a constaté avec inquiétude que le crédit préalablement accordé aux petits exploitants pour financer les intrants s'est effondré et a maintenant disparu dans la majorité des pays producteurs. Ce phénomène a entraîné une baisse continue de la production par hectare, la chute des revenus et une pauvreté croissante.

On a proposé que le FCPB élabore et pilote des régimes de crédit pour le financement des intrants, avec un minimum de coûts transactionnels. Il a été décidé de choisir la Tanzanie pour approfondir ce projet qui sera intitulé : **“Élaboration et pilotage de régimes de crédit appropriés à l'intention des petits producteurs dans certains pays africains”**.

2) Coopératives ou organisations de producteurs

On a constaté que depuis la suppression des offices de commercialisation, les petits producteurs sont coupés les uns des autres et vulnérables. De ce fait, leur capacité réceptive par rapport à la recherche, les services de vulgarisation, les renseignements sur les prix, s'est réduite ; leur accès au crédit et leur pouvoir de négociation sont également affaiblis. Cet état de choses a augmenté les risques auxquels les petits producteurs doivent faire face, de même que le coût des transactions.

On a suggéré qu'il serait utile que le FCPB finance un projet destiné à mobiliser et à structurer les associations de producteurs dans les différents secteurs de produits de base grâce à une formation accordée à de futurs responsables dans le domaine de la vulgarisation et de la gestion en coopérative. Le Nigéria et l'Ouganda ont aimablement accepté d'approfondir ce projet intitulé : **“Création et renforcement**

des organisations de producteurs de café dans certains pays africains". On a relevé, cependant, que le FCPB ne pouvait pas prêter son appui lorsqu'il s'agit de la constitution d'institutions.

3) **Vieillesse des plantations et des exploitants**

On a constaté avec inquiétude que, dans certains pays, les plantations ont plus de quarante ans et que les exploitants ont plus de soixante ans. Dans certains pays, les jeunes exploitants ne s'impliquent pas dans les secteurs de production du café et du cacao.

On a pensé qu'il serait utile de mettre au point des régimes d'incitation à l'intention des exploitants ; ces régimes comporteraient du nouveau matériel génétique pour des variétés résistantes aux maladies et un montage financier. Avec le concours de l'Organisation interafricaine du café, le Nigéria a aimablement accepté d'approfondir ce projet intitulé : **"Rajeunissement des secteurs de production du café et du cacao par le soutien des jeunes exploitants et la promotion des variétés à rendement élevé et résistantes aux maladies"**.

4) **Gestion de la demande**

On a reconnu que les augmentations de la production doivent être équilibrées par des hausses de la consommation. Or, la consommation intérieure de café est très faible en Afrique par comparaison à d'autres boissons chères, comme le coca-cola. On a suggéré qu'il serait utile de procéder à une promotion accrue à l'intérieur et à l'extérieur de l'Afrique. Les pays ont demandé que le FCPB finance des promotions pour certains marchés africains. Le Centre international du commerce et l'Organisation interafricaine du café ont accepté d'approfondir ce projet intitulé : **"Promotion de la consommation de café en Afrique"**.

5) **Baisse des prix du café, du cacao et du thé**

On a constaté que les prix payés aux producteurs continuent à baisser, alors que les prix des produits finis sont en augmentation. On a pensé que, dans les filières, un ou plusieurs intermédiaires perçoivent une part disproportionnée du prix payé par le consommateur. On a estimé que le marché de référence doit être associé aux consommateurs, en raison de l'écart des prix de New York ou de Londres par rapport aux prix payés par les consommateurs.

On a suggéré qu'il serait utile que le FCPB finance une étude sur le système d'estimation des prix de revient et de fixation des prix dans la chaîne qui va du producteur au consommateur ; ceci permettra de déterminer les parts perçues par les divers intervenants dans la chaîne. L'OIC et l'ICCO parraineront conjointement la préparation de ce projet intitulé : **“Analyse de la structure des prix du café et du cacao du producteur au consommateur”**.

6) **Financement**

On a constaté que, pour les intervenants autochtones, le financement de la production, du négoce et de la commercialisation est une contrainte très pesante. On a suggéré qu'il serait utile que le FCPB dégage des lignes de crédit assorties de taux d'intérêt compétitifs sur le plan international. Ces lignes de crédit seraient proposées aux organisations autochtones par le biais d'institutions financières locales. On a, toutefois, noté que le FCPB est limité dans sa capacité d'octroyer des prêts pour des projets à l'intention d'emprunteurs dont le statut est à caractère privé, ou encore, lorsque d'importantes ressources financières sont nécessaires. Le Kenya a aimablement accepté d'approfondir ce projet intitulé : **“Crédit structuré aux fins de la production et du négoce du café et du cacao dans certains pays africains”**.

7) **Capacité de recherche et offre de nouvelles variétés**

On a constaté que, en Afrique, il y a une contraction de la capacité de recherche imputable à une absence de soutien. Il est nécessaire de renforcer la capacité de recherche afin de pouvoir fournir aux producteurs africains des variétés de plants à rendement élevé et résistantes aux maladies. On a suggéré qu'il serait utile que le FCPB finance l'apport d'un tel matériel en renforçant les instituts de recherche dans certains pays producteurs. Le Zimbabwe et l'Organisation interafricaine du café ont proposé d'approfondir cette proposition de projet intitulée : **“Sélection de plants de café à rendement élevé et résistants aux maladies pour la relance des plantations en Afrique”**.

8) **Instrument de préparation de projet**

Le Groupe de travail a demandé si le FCPB pouvait faciliter la préparation de ces projets par le biais d'instruments de préparation de projet, lorsque cette solution est possible, afin de permettre au pays pilotes et aux institutions concernées de développer ces projets interafricains.



International Coffee Organization
Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

CFC/ICO

No. 8/06

27 octobre 2006
Original : anglais

F

Atelier

**Rapport sur l'atelier FCPB/OIC sur les
priorités en matière de mise en valeur du café
27 septembre 2006**

1. Un atelier organisé par le Fonds commun pour les produits de base (FCPB) et l'Organisation internationale du Café (OIC) a eu lieu au siège de l'OIC le mercredi 27 septembre 2006, sous la présidence de Mme Josefa Sacko, Secrétaire général de l'Organisation interafricaine du café (OIAO). Cent trente-cinq participants inscrits, essentiellement des délégués auprès du Conseil international du Café, y ont assisté en compagnie de plusieurs observateurs. L'objectif de cet atelier était d'aider le FCPB à élaborer un plan d'action quinquennal pour la période 2008 – 2012 sur les questions ayant trait au café. Dans le cadre de ce processus, l'OIC, en tant qu'organisme international de produit (OIP) chargé du café, avait été invitée à recenser les domaines prioritaires en matière d'assistance afin d'orienter l'OIC et le FCPB quant aux projets sur le café à soumettre au FCPB. L'Annexe I contient la liste des contributions des Membres et des documents distribués à l'atelier.

2. Dans son discours liminaire, Mme Sacko s'est félicitée de l'occasion qui était donnée aux Membres de l'OIC de faire part de leurs priorités en matière de projets ; elle a noté que le FCPB avait deux comptes de financement des projets de mise en valeur, le premier pour les propositions de projets sur les systèmes du marché et le deuxième pour les propositions de projets de mise en valeur des produits de base. Le Directeur exécutif de l'OIC, M. Néstor Osorio, a remercié le FCPB de son souhait d'examiner les suggestions des Membres de l'OIC, qui pourrait favoriser la mise en place d'une collaboration efficace entre les deux organisations. Il a noté que le FCPB était un bailleur de fonds important pour les projets de mise en valeur du café au travers desquels il a contribué de façon exemplaire à améliorer les conditions du secteur du café. Les deux organisations doivent faire face aux nouvelles priorités du secteur, y compris l'augmentation de la consommation dans les pays producteurs, qui est une priorité importante pour parvenir à un équilibre entre l'offre et la demande.

3. M. Getachew Gebre-Medhin, Responsable de politiques générales, Unité de gestion et d'évaluation des programmes (FCPB), a fait un exposé sur l'approche du programme du FCPB à l'appui de produits de base spécifiques, compte tenu des besoins prioritaires en matière de mise en valeur (document CFC/ICO No. 6/06). M. Caleb Dengu, Premier Directeur de projets (FCPB), a fait un exposé intitulé "Les éléments clés de la compétitivité du secteur du café – une perspective de développement" et M. Pablo Dubois, Chef des opérations (OIC), a présenté la perspective de l'OIC sur les priorités en matière de mise en valeur du café (document CFC/ICO No. 5/06).

4. Plusieurs délégués ont souligné l'importance de l'augmentation de la consommation, par exemple sur les marchés intérieurs, en tant que moyen d'équilibrer l'offre et la demande. Des efforts supplémentaires doivent être faits pour aider les pays producteurs à valoriser leur produit. Cette question concerne également le développement des infrastructures qui est un domaine prioritaire pour le FCPB. Les délégués ont souligné que la politique générale et les priorités en matière de café devaient être fixées par les Membres de l'OIC car ce domaine était de leur ressort et ils ont noté que le FCPB ne devait pas avoir de préjugés sur les priorités en matière de café. On a fait valoir que certains projets bénéficient d'un appui important de la part des Membres producteurs de l'OIC qui souhaiteraient que le FCPB examine leur financement même si le Fonds commun semble parfois considérer qu'ils sont en dehors de son domaine de compétence. Il a également été suggéré que le FCPB fasse appel à des consultants nationaux et régionaux pour les projets.

5. En réponse à ces points, M. Getachew a noté que, d'après l'expérience du FCPB, la promotion générique ne se traduit pas par une amélioration mesurable de la commercialisation de produits de base spécifiques et que les demandes de financement de propositions visant à augmenter la consommation pourraient être supérieures à ses ressources, qui étaient limitées. Le but du FCPB est de parvenir à des résultats mesurables en matière de réduction de la pauvreté et la promotion ne se traduirait pas par des améliorations directes des conditions de vie des pauvres. Toutefois, certains aspects pourraient bénéficier d'un appui, comme le développement des marchés à créneaux dans les pays particulièrement touchés par la libéralisation du commerce, ou comme la valorisation, par exemple le conditionnement et la distribution de café sur les marchés intérieurs. La formation est un aspect important mais le FCPB ne peut pas financer de projets de formation n'ayant pas de lien avec la mise en valeur des produits de base ; il existe d'autres institutions qui peuvent aider en matière de développement des ressources humaines. Il a prié les Membres de veiller à ce que les propositions soient conformes aux priorités du FCPB et répondent aux critères de sélection afin d'éviter de gaspiller les ressources de l'OIC et du FCPB. Le FCPB souhaite aborder les problèmes rencontrés par les pays producteurs pour permettre à ces derniers de commercer efficacement au sein du système international, y compris la qualité, l'accès aux marchés, la sécurité alimentaire, la diversification ou les variétés de meilleure qualité. Enfin, il a souligné que le FCPB n'avait pas l'intention d'imposer ses vues aux organismes internationaux de produits mais que son mandat lui imposait néanmoins des limites.

6. Le Chef des opérations a ajouté qu'à de nombreux égards, le FCPB et l'OIC n'étaient pas éloignés l'un de l'autre. L'accroissement de la consommation dans les pays producteurs est une stratégie importante qui pourrait avoir un effet multiplicateur en termes d'activités économiques nouvelles et d'emplois dans ces pays grâce au développement de l'industrie ; il fournit également aux pays une expérience précieuse avant qu'ils se lancent dans l'exportation de café transformé. Il a également souligné qu'il était important de définir des priorités pour les projets du secteur du café en fonction des politiques générales élaborées par les Membres de l'OIC et présentées à cet atelier.

AFRIQUE

7. Le représentant de la Côte d'Ivoire a noté que le mandat de l'OIC relatif aux domaines prioritaires de travail était fixé dans l'Accord de 2001, y compris l'Article 31 (Études et recherche). Conformément à ce mandat, toutes les activités liées à des projets doivent avoir pour objectif la mise en place d'une économie caféière mondiale durable, ce qui implique que les projets doivent porter sur les conditions économiques de production et de distribution du café. Il a souligné l'importance des mesures prises par les pays producteurs et les pays consommateurs pour augmenter la consommation sous sa forme traditionnelle et sous des formes nouvelles. Les petits exploitants jouent un rôle important dans la caféiculture et dans l'économie caféière mondiales. Les projets devraient les sensibiliser à la notion d'une économie caféière durable et les résultats positifs des projets devraient permettre aux caféiculteurs d'améliorer leurs pratiques agricoles. Tous les caféiculteurs ne sont pas membres de coopératives ou d'associations. Il faudrait tenir compte de ce fait dans la formulation et la mise en œuvre des projets et il conviendrait d'envisager de renforcer leurs moyens pour augmenter le nombre des caféiculteurs organisés en coopératives. La mise en œuvre efficace des projets est tributaire d'infrastructures matérielles et institutionnelles de base, y compris des routes et moyens de communication, mais aussi des infrastructures sociales (éducation, eau potable et santé). Les activités entreprises dans le cadre de la viabilité économique devraient être liées aux activités destinées à renforcer la durabilité sociale. Le Groupe des pays africains a proposé les domaines prioritaires ci-après :

- Soutien aux petits producteurs d'Afrique : cette priorité devrait comprendre notamment l'identification de nouveaux modèles destinés à renforcer les capacités des producteurs et à leur permettre de mieux s'organiser, avec le soutien du FCPB. Cette priorité pourrait comprendre l'amélioration de la qualité de la production des producteurs de Robusta, à destination des marchés à créneaux.
- Renforcement des capacités du secteur privé : on s'est inquiété de l'affaiblissement de la plupart des institutions du café pendant la période qui a suivi la libéralisation et du fait que, dans de nombreux pays, le secteur privé est encore à l'état embryonnaire.
- Production durable de café : les objectifs clés de cette priorité seraient d'améliorer la qualité du café et d'assurer la diversification de façon à rendre le café plus compétitif et à accroître les revenus des exploitants.

- Diversification : il n'est pas certain que cette priorité soit vraiment intéressante eu égard à l'augmentation des obstacles au commerce et aux nouveaux enjeux comme la sécurité alimentaire et les problèmes éthiques. Sa viabilité à long terme doit être examinée.
- Promotion de la consommation : le FCPB devrait comprendre l'importance de la promotion de la consommation par la diffusion d'une information objective sur la santé et la nutrition, et revoir sa position de façon à pouvoir accorder un soutien à la promotion, et particulièrement au développement de la consommation intérieure dans les pays producteurs. On a souvent dit que le secteur privé devrait se charger de cette dernière activité mais, dans certains pays, le secteur privé est pratiquement non existant. Le Groupe des pays africains a recommandé de prendre en considération la promotion de la consommation et d'en informer le Directeur général du FCPB.
- Régénération caféière : la production de café a considérablement baissé en Afrique. Il n'a pas été proposé de faire de nouvelles plantations mais de régénérer les plantations existantes dans les pays touchés par la guerre civile ou par des crises internes. Le FCPB devrait être en mesure d'aider ces pays à recouvrer leurs niveaux de production, compte tenu des crises.
- Rentabilité des prix : le FCPB pourrait faire plus pour aider les producteurs en fournissant une assistance spéciale par le biais du premier compte, à la hauteur du financement des projets sur la gestion des risques.
- Les projets doivent provenir des pays bénéficiaires : parfois, des projets naissent dans des pays dont les autorités et les directeurs nationaux de projets ignorent l'existence, ce qui rend difficile toute évaluation de l'impact de ces projets sur le pays. Le FCPB devrait s'assurer que les projets proviennent bien des pays bénéficiaires.

8. En réponse à ces points, le représentant du FCPB a noté que la priorité aux petits exploitants était conforme à la politique du FCPB et à son objectif de réduction de la pauvreté. La santé et la nutrition sont des questions importantes mais les projets portant sur la recherche de base ne peuvent pas recevoir de soutien car ils peuvent donner des résultats partiels ou nuls et nécessiter des recherches supplémentaires. Le deuxième compte du FCPB est destiné à la recherche appliquée comme la diffusion de variétés génétiques améliorées. En ce qui concerne la régénération, la préoccupation du FCPB est que les projets ne créent pas de déséquilibre de l'offre sur le marché. L'OIC devrait justifier les circonstances exceptionnelles de telles propositions sans qu'aucune garantie puisse être donnée quant à leur approbation, eu égard à la récente crise d'excédent de l'offre de café.

ASIE ET OCÉANIE

9. Le délégué de l'Inde a noté que le développement des marchés devrait bénéficier d'un soutien car si les producteurs peuvent vendre leur café dans leur pays, ils pourront valoriser leur produit et augmenter leurs revenus. La question de l'exportation de produits à valeur ajoutée pourrait alors être envisagée. Les pays producteurs devraient également être prêts à investir dans ce domaine. Il est important d'examiner les moyens de parvenir aux meilleurs résultats et de rechercher les sources de financement les plus appropriées et il a prié le FCPB de tenir compte de ces facteurs. Aucun autre point important n'a été soulevé en dehors de ceux qui ont déjà été examinés et de la nécessité de donner la priorité aux petits exploitants au niveau mondial.

AMÉRIQUE CENTRALE

10. Le représentant du Guatemala a signalé plusieurs problèmes qui pourraient intéresser la région de l'Amérique centrale. Comme d'autres délégués l'ont déjà noté, ce n'est pas au FCPB de définir la politique générale d'une organisation de produits de base mais il doit en tenir compte lorsqu'il définit sa propre politique générale d'appui aux projets ; dans le cas contraire, il approuve des projets sans rapport avec la stratégie du secteur concerné. Il est également important de coordonner les efforts engagés dans les projets mis en œuvre dans plusieurs pays afin de maximiser leur impact et d'éviter de gaspiller des ressources. Il a appelé l'attention sur les domaines suivants :

- L'amélioration de la qualité est importante et devrait être associée avec une bonne productivité. Au Guatemala, les approches ont porté notamment sur l'étude des altitudes de culture du café, qui s'est traduite par une amélioration de la qualité. On a ensuite adopté une approche régionale dans le cadre de laquelle l'importance a été accordée à la saveur et à l'arôme des cafés de spécialité. Cette approche peut être recommandée dans la mesure où le marché demande ce type de produit.
- Valeur ajoutée : la valeur ajoutée est assurée par l'industrialisation mais, également dans le cas du Guatemala, au moyen d'une stratégie mettant l'accent sur la qualité régionale et la différenciation des caractéristiques du café de chaque pays. Des stratégies similaires pourraient être élaborées avec succès. La question des origines est également pertinente dans la mesure où des pays différents produisent des cafés différents.
- Questions écologiques : ces questions sont importantes non seulement pour une bonne transformation du café mais également eu égard aux bénéfices de la caféiculture pour l'environnement : production d'oxygène, piégeage du carbone, protection des sources d'eau et alternative énergétique au bois de brûlage évitant la destruction des ressources des forêts naturelles.

- Petits producteurs : les propositions d'un appui spécifique aux petits producteurs nécessitent une promotion spécialisée, le recensement des marchés à créneaux et la fourniture d'information sur le marché.
- Diversification des revenus : il existe de nombreuses options pour améliorer et diversifier les revenus dans les zones caféicoles. Bien que le FCPB ne considère pas qu'il soit pertinent de financer un projet portant sur le tourisme, la proposition portait sur le café et le tourisme plutôt que sur le tourisme en tant qu'activité isolée, et pourrait se traduire par une valeur ajoutée comme des emplois supplémentaires et une contribution à l'environnement.
- Le FCPB devrait se pencher sur le potentiel du café en matière de valeur ajoutée et de sa contribution potentielle. Au Guatemala, une étude a été entreprise sur le potentiel des régions caféicoles en matière de production d'énergie hydroélectrique, qui offre la possibilité de produire de l'énergie et de diversifier les revenus.
- Les questions liées à la formation concernent notamment la qualité, l'agronomie, la commercialisation, la valeur ajoutée, le commerce et les questions organisationnelles. Les petits producteurs ont besoin d'une vision d'ensemble plus cohérente et d'une infrastructure organisationnelle pour pouvoir planifier et bénéficier d'économies d'échelle.
- Du point de vue du café et de la santé, la consommation intérieure est très importante et bien avancée dans des pays comme le Brésil. Il conviendrait de s'assurer que les consommateurs de café n'ont pas d'inquiétudes quant à la santé et d'améliorer les normes applicables au café.
- Enfin, la question de la sécurité alimentaire est importante et des mesures ont été prises au Japon et dans d'autres pays dans ce domaine. Il est très important de sensibiliser les producteurs à l'emploi rationnel des produits agrochimiques.

11. Le représentant du Honduras a déclaré que l'amélioration de la qualité au niveau mondial était une priorité fondamentale. Sur cette base, les pays pourraient travailler à d'autres priorités comme la promotion, la diversification et la régénération des plantations. Ces thèmes sont importants pour l'avenir du secteur caféier. Il a noté que le FCPB devrait actualiser ses priorités pour tenir compte des changements du marché mondial et de ces questions dans son prochain plan d'action quinquennal 2008 – 2012.

12. Le représentant du Mexique a déclaré que l'enjeu, eu égard aux changements à venir à l'OIC, est le suivant : comment assurer la compatibilité des projets avec la politique générale du FCPB. En ce qui concerne les projets portant sur le développement des marchés, il est intéressant que les petits producteurs s'intègrent graduellement à la chaîne de valeur ajoutée. Il s'agit d'une tâche importante si le marché intérieur n'a pas été préalablement développé. Tant que ces marchés n'existent pas, les producteurs sont soumis à la loi de la jungle. Il est

important d'assurer que de tels projets s'intègrent bien dans le cadre de la politique du FCPB et d'envoyer un message politique, à savoir qu'ils font partie de l'approche stratégique de l'OIC.

13. En réponse à ces points, le représentant du FCPB a noté que le domaine de l'environnement devrait être lié à la mise en valeur du produit de base, donnant l'exemple des projets du Cameroun et du Guatemala où les exploitants utilisent la forêt pour la mise en valeur durable de produits agricoles, dans le cadre de propositions bénéficiant du soutien du FCPB. La durabilité dans le contexte de production d'un produit de base est acceptable et il a ajouté que le FCPB a également financé plusieurs projets sur des effluents industriels dans le contexte de la valorisation.

AMÉRIQUE DU SUD

14. Le représentant du Brésil a souligné les points ci-après comme importants pour la stratégie des projets :

- Importance de la recherche-développement, des investissements dans les programmes de technologie et de formation. Le Brésil a acquis une grande expérience dans ces domaines, ce qui explique le succès de son économie caféière.
- Petits producteurs : cette question doit être abordée sous l'angle général plutôt que sous l'angle des pays pauvres ou de régions particulières, dans la mesure où près de 90% de la production mondiale de café est assurée par les petits producteurs. Même dans des pays comme le Brésil, où l'agriculture commerciale joue un rôle important, les petits producteurs sont responsables de 75% à 80% de la production du Brésil.
- Promotion : le Brésil a doublé sa consommation au cours des dix dernières années, grâce à un programme national qui a abordé des questions comme le café et la santé, le label de qualité et des aspects concernant la valorisation dans la totalité de la chaîne de production du café. Il s'agit d'une approche qui peut être importante en termes d'augmentation de la consommation et qui dépasse le débat sur la promotion, question prioritaire ou non. La question de l'augmentation de la consommation est essentielle pour les pays producteurs et l'expérience du Brésil, qui a fait l'objet d'un exposé au Comité de promotion, est importante.

15. Le représentant de la Colombie a déclaré que les sujets portant sur la durabilité écologique, sociale et économique suscitaient de l'intérêt. La qualité est importante et une priorité supplémentaire concerne l'adoption de nouvelles techniques de séchage et de lavage et de techniques respectueuses de l'environnement. Le développement organisationnel est essentiel car, sans lui, il est très difficile d'entreprendre des travaux de vulgarisation ou de fournir un soutien aux petits producteurs. Les petits producteurs ont besoin d'outils et, dans ce cadre, l'étude sur l'analyse des coûts-avantages des différentes initiatives concernant la durabilité pourrait être très importante. L'information et les connaissances sont également

importantes. Le site web du Guide du café du Centre du commerce international est une initiative intéressante, bien que le FCPB n'ait pas considéré qu'elle réponde à ses priorités, comme le Répertoire du café de CABI, contenant des renseignements et des informations techniques destinés particulièrement aux petits producteurs.

16. En réponse à ces points, le représentant du FCPB a déclaré qu'à plusieurs occasions, le Brésil avait aidé le FCPB à élaborer des projets et à renforcer des capacités. En ce qui concerne le projet sur l'analyse des coûts-avantages, cette étude ne rentre pas dans le cadre du mandat du FCPB mais si elle est conduite et qu'elle formule des recommandations concrètes qui doivent être appliquées, le FCPB pourrait être en mesure d'apporter son soutien (voir également le paragraphe 5 sur la formation). Le FCPB souhaite apporter son soutien mais dispose de ressources financières limitées pour appuyer les projets et a dû prendre une décision sur le financement d'une étude coûtant plusieurs millions de dollars qui pourrait ne pas avoir d'incidences directes sur la réduction de la pauvreté, ou de projets ayant un impact direct comme l'assistance aux pays touchés par des crises. Le FCPB a récemment financé une étude de 120 000 dollars EU entreprise par l'Organisation internationale du cacao (ICCO) concernant une analyse de la chaîne de valeur dans plusieurs pays producteurs d'Afrique et au Brésil ; une telle proposition rentrerait mieux dans le cadre d'une soumission au FCPB.

CONSOMMATEURS

17. Le représentant de la Communauté européenne (Finlande) a noté que la discussion avait favorisé un échange de vues constructif. Il est nécessaire de renforcer la coopération entre les deux organisations en matière de planification et de préparation des projets. Il est important de poursuivre ce dialogue et d'adopter une approche constructive. Il espère que le FCPB fera part à ses organes directeurs des inquiétudes des Membres.

18. Le représentant des États-Unis d'Amérique a déclaré que la relation entre l'OIC et le FCPB était importante. L'atelier a lieu au moment où les Membres discutent du rôle et des priorités futurs de l'OIC, y compris de l'Accord de 2001. Ce processus aura des implications sur les objectifs futurs de l'OIC ainsi que sur les projets et les priorités stratégiques en la matière. Il devrait être terminé au cours de la prochaine année et définira la relation de l'OIC avec le FCPB et d'autres organisations. L'OIC et ses priorités subiront vraisemblablement des modifications et il est important d'être conscient que les priorités en matière de projets ne peuvent pas être fixées définitivement à l'heure actuelle et pourront changer au cours des prochains mois ou années.

19. Le Président du Comité de promotion a présenté le document CFC/ICO No. 2/06. Il a souligné l'importance de la satisfaction du consommateur. Cet objectif pourrait être atteint par un soutien à des programmes de sélection (génétique appliquée) visant à lutter contre les défauts du café. Il est également important de tirer parti des défauts du café en les valorisant. Une autre priorité concerne la manutention post-récolte et l'assurance qualité des opérations

comme le dépulpage, la fermentation, le lavage, le séchage et l'entreposage. Le séchage est un point critique particulier de la chaîne du café et des techniques de terrain appropriées et des techniques de transformation doivent être vulgarisées. L'accès aux marchés et le développement des marchés sont également importants et la production de café de meilleure qualité est un élément clé pour la satisfaction du consommateur. En ce qui concerne la relation entre l'OIC et le FCPB, il a suggéré que l'OIC fasse une présélection des propositions destinées à être soumises au FCPB ; le FCPB apportant son soutien à des projets pilotes ; si ces derniers donnent des résultats positifs, la Banque mondiale envisagera alors de les développer en projets à grande échelle (voir également le paragraphe 23 ci-après). En ce qui concerne l'évaluation, il serait souhaitable d'introduire un système d'examen des résultats des projets. Cela pourrait être fait par des tiers indépendants qui effectueraient une vérification technique des projets. Il a souligné le risque important, dans les pays producteurs, de propagation de la trachéomycose du café qui pourrait être transmise par voie aérienne à d'autres continents. Il serait important d'étudier une coopération avec des centres de recherche comme le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD), qui s'efforce d'identifier des gènes résistant à la maladie. Enfin, il a déclaré que le projet intitulé "Amélioration de la qualité du café en Afrique orientale et centrale au moyen de méthodes de transformation améliorées" avait pour objectif de libérer les petits exploitants des intermédiaires en améliorant les méthodes de transformation primaire au niveau du village. En cas de réussite, ce projet constituera un modèle important pour les petits exploitants du monde entier.

20. Le délégué de la Suisse a déclaré qu'il était important que le FCPB comprenne les inquiétudes des Membres et que l'OIC comprenne les contraintes du FCPB. Il serait utile que les deux secrétariats travaillent ensemble pour concilier les souhaits des Membres de l'OIC et les possibilités du FCPB. L'exposé du Président du Comité de promotion a été utile, particulièrement en ce qui concerne la relation entre l'OIC et le FCPB.

OBSERVATEURS

21. Le représentant de CABI a fait un exposé sur le café africain, y compris les problèmes des caféiculteurs et des décideurs. L'Afrique doit repenser son industrie caféière, à la lumière des problèmes de production comme la fertilité des sols, le manque d'eau et les pertes dues aux parasites et aux maladies, et des nouvelles réalités extérieures comme le réchauffement de la planète et la compétition technologique et financière. Des solutions doivent être trouvées, avec l'encouragement d'institutions, dans les domaines suivants : connaissances nouvelles, micro-commerce et amélioration de la qualité. L'expérience récente des projets indique que la voie à suivre comprend notamment une collaboration entre les caféiculteurs et les institutions nationales, la recherche d'adaptation sur les contraintes clés de la production, de la formation, de la vulgarisation, etc. L'expérience de CABI suggère que l'Afrique doit repenser la caféiculture en fonction des défis du siècle. Des actions concertées au moyen de toutes les techniques disponibles sont nécessaires : campagnes très médiatisées au moyen de

messages subtils diffusés dans de nombreux médias, renforcement soutenu des institutions et initiatives de micro-commerce. Le projet FCPB/OIC sur la trachéomycose et le projet FCPB/Illy/OIC visant à améliorer la qualité du café en Afrique orientale et centrale au moyen de méthodes de transformation améliorées sont de bons exemples de solutions.

22. Le représentant de la Banque mondiale s'est félicité de la possibilité de participer. La Banque accueillera également favorablement la possibilité de participer à une réunion informelle pour discuter des idées de projets et des blocages existants. Son Groupe de gestion des risques des produits de base (CRMG) travaille en étroite coopération avec l'OIC et le FCPB depuis plusieurs années pour élaborer des stratégies visant à réduire l'écart entre les producteurs vulnérables en raison de la volatilité des prix et les marchés financiers internationaux disposant de produits pouvant réduire l'exposition aux risques de prix, et améliorer la rentabilité et la solvabilité. La Banque a coopéré à plusieurs programmes sur le café et d'autres produits de base en Afrique, avec l'OIC et le FCPB, et d'autres programmes sont en cours en Amérique latine. Des progrès importants ont été faits et des enseignements ont été tirés dans le cadre des projets engagés au Salvador et en Tanzanie. Les travaux de la Banque mondiale ont été évalués de façon positive en 2005 et en conséquence, le CRMG est prêt à intensifier ses travaux en faisant appel à du personnel de projet local dans chaque pays et à des partenariats locaux pour assurer la formation et le renforcement des capacités.

23. Le représentant de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) a déclaré que le FCPB était un partenaire important et la seule organisation qui s'occupait du financement des produits de base, et que l'OIC était un acteur clé de l'économie caféière. La CNUCED n'est pas engagée dans des projets spécifiques sur le café à l'heure actuelle mais cela pourrait changer à l'avenir. Ses travaux en matière de diversification, qualité, financement, y compris le financement structuré des producteurs, et d'analyse générale sont importants pour le secteur du café. En ce qui concerne le financement, son approche est novatrice, et s'appuie sur les maillons forts de la chaîne de valeur pour financer les maillons plus faibles.

SUGGESTIONS VISANT À AMÉLIORER LES PROCÉDURES DES PROJETS

24. Mme Lilian Volcán, Responsable des projets (OIC), a fait un exposé sur le rôle du Comité virtuel de présélection (CVP) qui, dans le cycle des projets, procède à une évaluation des projets et contribue de façon significative à rationaliser le processus d'examen des nouvelles propositions avant leur approbation par l'OIC. Elle a souligné que, s'agissant des auteurs des propositions, des retards dans la reformulation des propositions peuvent ralentir le cycle des projets et elle a appelé l'attention sur le fait que la présélection effectuée par l'OIC avait également pour objectif de formuler des recommandations techniques, conformément aux points figurant dans le projet de liste témoin d'évaluation des propositions de projets sur le café (document CFC/ICO No. 4/06), qui peut encore faire l'objet de suggestions de la part

des Membres¹. Le Comité exécutif a demandé au Directeur exécutif d'envisager une modification du mandat du CVP pouvant inclure une recommandation sur le fait de savoir si les propositions doivent être ou non approuvées. L'OIC examinera les suggestions des Membres et s'efforcera d'améliorer le processus d'évaluation des projets. En rapport avec le financement par le FCPB, plusieurs questions doivent être examinées à la lumière des procédures du nouveau plan d'action quinquennal qui sera adopté par le FCPB, comme la mesure dans laquelle le FCPB pourra accorder aux pays bénéficiaires des instruments de préparation de projets au cas où les nouvelles propositions doivent être reformulées, ainsi que sa politique générale sur l'association d'un financement par prêt et par don et d'un cofinancement. S'agissant de la reformulation des propositions de projets, l'OIC cherche également à développer des liens avec des institutions multilatérales qui pourraient être en mesure d'apporter une aide en la matière, comme l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), avec laquelle un Protocole d'Accord a été signé.

25. Au cours des discussions sur ce point, des inquiétudes ont été soulevées au sujet de retards dans les projets, entre le moment de leur conception et celui de leur approbation par le FCPB. Des retards importants peuvent faire perdre son actualité au projet. Le temps est un facteur important et la question de la période qui s'écoule entre l'approbation et la mise en œuvre d'un projet doit être abordée afin d'éviter de gaspiller des ressources. On a également fait valoir qu'en ce qui concerne les procédures des projets, il existe des propositions de modification de l'Accord et de renforcement de ce domaine, y compris en matière de suivi et d'évaluation. Il serait utile que le Secrétariat et les Membres discutent de cette question et que le FCPB fasse connaître son avis sur la façon dont il conçoit son rôle par rapport à celui des organismes internationaux de produits pour l'évaluation et l'approbation des projets.

26. En réponse à ces points, le représentant du FCPB a noté que le FCPB envisageait la possibilité d'éclaircir les procédures des projets et les documents relatifs à la politique générale, à l'occasion d'un atelier qui permettrait aux représentants des OIP de formuler leurs suggestions. Le Comité exécutif du FCPB doit approuver une telle manifestation et le FCPB en informera l'OIC en temps opportun.

DISCOURS DE CLÔTURE / PROCHAINES ÉTAPES

27. La Présidente a clos la réunion en remerciant les Membres et observateurs de leurs contributions et en recommandant que les secrétariats du FCPB et de l'OIC collaborent dans l'objectif d'harmoniser les questions soulevées pendant l'atelier. Elle a renouvelé la demande faite au FCPB de prendre en considération dans son plan d'action quinquennal la question de l'augmentation de la consommation dans la mesure où tous les Membres avaient souligné qu'il s'agissait d'une priorité particulière et d'un moyen important de parvenir à un équilibre

¹ Les observations sur le projet de liste témoin de sélection des propositions de projets sur le café, figurant dans le document CFC/ICO No. 4/06, peuvent être envoyées par courriel à volcan@ico.org avant le 15 novembre 2006.

entre l'offre et la demande. La question des petits exploitants rentre dans le cadre du mandat du FCPB et les projets devraient être axés sur la demande. Enfin, la question de l'évaluation technique est très importante eu égard à la nécessité d'évaluer les résultats pratiques des projets.

CONCLUSIONS

28. L'OIC considère que les discussions ont été un instrument important pour soulever et fixer des priorités clés en matière de mise en valeur du secteur du café, traduisant les politiques des Membres de l'OIC. Les Membres ont remercié chaleureusement le FCPB de son précieux soutien en matière de projets et de la possibilité de soumettre à cet atelier une stratégie visionnaire permettant d'aborder les questions centrales du développement du secteur du café.

29. Comme la région Afrique l'a noté, les institutions du café ont été affaiblies pendant la période post-libéralisation ; le renforcement des capacités est donc particulièrement important. L'OIC a toujours souligné la nécessité de renforcer les institutions du café dans l'intérêt d'une économie commerciale durable et compétitive permettant aux pays producteurs de disposer de l'expertise commerciale nécessaire, d'un accès approprié aux crédits et d'un cadre juridique permettant un fonctionnement efficace. D'une manière générale, tous les projets sur le café devraient être analysés en fonction de leur contribution à la durabilité du secteur du café, compte tenu des trois aspects de la durabilité, à savoir économique, écologique et social.

30. Eu égard à ces considérations, les priorités stratégiques ci-après ont été définies par les participants :

- **Développement des marchés :** les projets visant à encourager la consommation intérieure dans les pays producteurs sont essentiels pour le développement de la viabilité économique. Non seulement ils stimulent le développement des petites et moyennes entreprises, la sensibilisation des producteurs aux besoins des consommateurs et les progrès techniques mais ils contribuent également à la production de produits à valeur ajoutée. La commercialisation intérieure de tels produits fournit une expérience importante pour le développement futur des exportations de café à valeur ajoutée. L'encouragement de la consommation intérieure peut se faire au moyen de programmes d'action excluant normalement la promotion générique en tant que telle. Il convient également de reconnaître que l'augmentation de la consommation intérieure contribue également à un meilleur équilibre mondial de l'offre et de la demande et peut représenter un marché alternatif avantageux pour les producteurs.

- **Amélioration de la qualité** : ce domaine a été perçu comme un élément essentiel pour encourager la durabilité de la consommation et la valorisation. Ce domaine comprend notamment les techniques de séchage et autres et la certification.
- **Contraintes de production** : lutte contre les parasites et les maladies du caféier, vulgarisation de l'emploi de variétés résistant à la maladie et de haute qualité, diffusion de nouvelles techniques, renforcement des capacités des institutions dans les pays producteurs (particulièrement important pour les petits producteurs qui représentent près de 90% de la production mondiale de café), mesures visant à lutter contre l'impact des changements climatiques, et respect des impératifs internationaux en matière de sécurité alimentaire. La régénération de la production caféière dans des zones appropriées touchées par des événements climatiques ou politiques destructeurs.
- **Amélioration des systèmes de commercialisation** : accès au crédit et aux instruments d'assurance comme les programmes de gestion de risque de prix, accès à l'information sur le marché et à l'information technique pour les petits producteurs.
- **Diversification** : la diversification verticale dans la chaîne de valeur et la diversification horizontale en faveur d'autres produits de base ou activités sont des outils utiles pour encourager la viabilité économique, dans des conditions appropriées. Pour les exploitants, le but devrait être de créer une entreprise équilibrée sans supprimer totalement la caféiculture. Une analyse approfondie des conditions du marché et des conditions écologiques est essentielle avant de s'embarquer dans des projets de ce genre.
- **Recherche-développement sur les technologies nouvelles** : la recherche-développement sur les techniques visant à améliorer les conditions des producteurs peut être essentielle pour assurer la solidité du secteur du café. Cet aspect doit être considéré en association avec des mesures de renforcement des capacités et la formation nécessaires afin de vulgariser les résultats de ladite recherche. Une attention particulière doit être portée aux questions écologiques, eu égard à l'incidence positive de la caféiculture sur l'environnement mondial.

31. Enfin, on a souligné que ces priorités seraient régulièrement passées en revue par le Conseil international du Café, particulièrement dans le cadre du développement d'idées sur l'avenir de l'Accord international sur le Café.

Documents distribués à l'atelier FCPB/OIC du 27 septembre 2006

(Tous ces documents sont affichés sur le site web de l'OIC,
à la section "Meetings/Events/ ICO workshops")

ED-1995/06 Rev. 1	Programme révisé de l'atelier (plus questionnaire en Annexe)
CFC-ICO 1/06	Document de réflexion soumis par le <i>Coffee Quality Institute</i>
CFC-ICO 2/06	Communication du Président du Comité de promotion
CFC-ICO 3/06	Contribution de l'Angola
CFC-ICO 4/06	CVP de l'OIC – projet de liste de questions à examiner pour sélectionner les propositions de projets sur le café
CFC-ICO 5/06	Projets de mise en valeur du café – La perspective de l'OIC
CFC-ICO 6/06	Stratégie du programme du FCPB de soutien de produits de base spécifiques, compte tenu de leurs priorités en matière de mise en valeur
CFC-ICO 7/06	Communication de la République de Guinée
EB-3768/01 Rev. 3	Stratégie de l'OIC de mise en valeur du café
ED-1996/06	Dates limites de soumission des propositions de projets en 2006/07
EB-3854/03	Principes généraux sur la supervision par l'Organisation des projets sur le café financés par le FCPB
EB-3312/91	Rapport du Président du Groupe de travail sur les relations avec le Fonds commun
EB-3573/96 Rev. 4	Renseignements de base sur la présentation de dossiers au FCPB afin d'obtenir le soutien financier nécessaire aux activités associées au café
WP-Board No. 955/04 Rev. 1	Comité virtuel de présélection – Projet de mandat

- Exposé de M. Caleb Dengu (FCPB) : Les éléments clés de la compétitivité du secteur du café – une perspective de développement
- FCPB – critères de sélection et liste témoin d'indicateurs clés pour la sélection des projets
- Table ronde régionale FCPB, Cameroun (18 – 21 septembre 2006) – Groupe de travail 1 (Café, cacao et thé)
- Exposé de M. Dennis Rangi, Directeur exécutif, CABI : Le café en Afrique

Autres contributions reçues et soumises au FCPB mais non distribuées officiellement :

Membres :

- Burundi
- Côte d'Ivoire
- Madagascar

Observateurs :

- *Cafe Africa*
- *Fundación ETEA*