



Le paradoxe du café

Benoit Daviron et Stefano Ponte

éditions
Quæ

Le paradoxe du café

Benoit Daviron et Stefano Ponte

traduit de l'anglais par John Baker

Éditions Quae
c/o Inra, RD10, 78026 Versailles Cedex

en association avec le CTA

L'édition originale de cet ouvrage a été publiée en 2005 sous le titre
*The Coffee Paradox. Global markets, commodity trade and the elusive promise
of development* par :

Zed Books Ltd, 7 Cynthia Street, London N1 9JF, UK and
Room 400, 175 Fifth Avenue, New York, NY 10010, USA
www.zedbooks.co.uk

en association avec le CTA (ACP-EU Technical Centre for Agricultural and
Rural Cooperation), Postbus 380, 6700 AJ Wageningen, The Netherlands
www.cta.int

© Benoit Daviron, Stefano Ponte, 2005.
ISBN : 1-84277-457-3



© Quae, 2007

ISBN : 978-2-7592-0058-0

Le code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Le non-respect de cette disposition met en danger l'édition, notamment scientifique. Toute reproduction, partielle ou totale, du présent ouvrage est interdite sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC), 20, rue des Grands-Augustins, Paris 6^e.

À Benoît Goud

Avant-propos

Les pays en développement peuvent-ils sortir de la pauvreté grâce au commerce ? Les échanges internationaux se sont fortement accrus durant les deux dernières décennies et le commerce représente une source importante de revenu pour les pays en développement. Pourtant, nombre de pays à faible revenu, producteurs et exportateurs de longue date de produits tropicaux, sont toujours aussi pauvres.

À travers une étude de la chaîne mondiale de valeur du café, ce livre propose une analyse approfondie de la production et du commerce de produits de base ainsi qu'une série de propositions pour mettre en œuvre des politiques susceptibles d'améliorer la situation économique des pays producteurs. Les auteurs examinent les contraintes auxquelles sont confrontés les pays en développement exportateurs de matières premières. Ils mènent cette analyse en traitant de ce qu'ils appellent le « paradoxe du café » c'est-à-dire la coexistence d'un « boom » du café dans les pays consommateurs et d'une crise du café dans les pays producteurs. De nouveaux modes de consommation du café ont émergé sous la forme de café de terroirs, de café équitable et autres cafés « durables ». Dans un certain nombre de pays consommateurs, le café est devenu une boisson à la mode et les chaînes de bar à café se sont multipliées. Dans le même temps, les prix internationaux ont radicalement chuté et les revenus des producteurs ont été réduits à des niveaux jamais vus depuis plusieurs décennies.

Ce livre montre que le paradoxe du café existe parce que le « café » que les producteurs agricoles vendent et le « café » que les consommateurs achètent sont des produits de plus en plus différents. Ce ne sont pas des attributs matériels que les consommateurs achètent à un prix élevé mais principalement des symboles et des services personnalisés. Tant que les producteurs agricoles et leurs organisations ne contrôlent pas au moins une partie de cette production immatérielle ils continueront de percevoir de faibles revenus. *Le paradoxe du café* cherche des solutions à cette situation en abordant plusieurs questions clefs : quels sont les attributs de qualité présents dans une tasse de café ou un paquet de café ? Qui produit ces attributs ? Comment une partie de ces attributs peuvent-ils être produits par les producteurs des pays en développement ? Dans quelle mesure les cafés de terroirs et les cafés « durables » permettent-ils d'atteindre ces objectifs ?



partageons les connaissances au profit des communautés rurales
sharing knowledge, improving rural livelihoods

Le Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA) a été créé en 1983 dans le cadre de la Convention de Lomé entre les États du groupe ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) et les pays membres de l'Union européenne. Depuis 2000, le CTA exerce ses activités dans le cadre de l'Accord de Cotonou ACP-CE.

Le CTA a pour mission de développer et de fournir des services qui améliorent l'accès des pays ACP à l'information pour le développement agricole et rural, et de renforcer les capacités de ces pays à produire, acquérir, échanger et exploiter l'information dans ce domaine. Les programmes du CTA sont conçus pour : fournir un large éventail de produits et services d'information et mieux faire connaître les sources d'information pertinentes ; encourager l'utilisation combinée de canaux de communication adéquats et intensifier les contacts et les échanges d'information, entre les acteurs ACP en particulier ; renforcer la capacité ACP à produire et à gérer l'information agricole et à mettre en œuvre des stratégies de GIC, notamment en rapport avec la science et la technologie. Le travail du CTA tient compte de l'évolution des méthodologies et des questions transversales telles que le genre et le capital social.

Le CTA est financé par l'Union européenne.

CTA
Postbus 380
6700 AJ Wageningen
Pays-Bas
Site Web : www.cta.int



Sommaire

<i>Préface</i>	11
1	
Commerce des produits agricoles, développement et chaînes de valeur mondiales	23
Division du travail et coordination dans la production et le commerce des produits agricoles : contexte historique	24
<i>Chaînes de valeur des produits tropicaux : du système des plantations à l'organisation « classique »</i>	25
<i>Normalisation et organisation de la production</i>	31
Produits agricoles et développement : le débat	35
<i>La crise agricole des années 1930</i>	36
<i>Le structuralisme</i>	40
<i>La contre-révolution dans l'économie de développement</i>	44
<i>Le commerce inéquitable</i>	46
Chaînes de valeur mondiales, commoditisation et valorisation	52
Question de qualité : les attributs matériel, symbolique et de service personnalisé	58
<i>Approches de la qualité</i>	58
<i>Attributs matériels, changements physiques et évaluation</i>	63
<i>Qualité symbolique : marques déposées, indications géographiques et labels de durabilité</i>	66
<i>Attributs de service personnalisé</i>	73
Conclusion	77
2	
Qu'y a-t-il dans une tasse ? De la fève à la tasse	81
Flux et transformations du café	82
Zones de production et d'exportation	89
Systèmes de mobilisation de la main-d'œuvre et d'organisation de la production	95

8 ▪ Le paradoxe du café

Marchés, contrats et grades	102
Vente au détail et consommation : présentation du produit et révolution du café de spécialité	109
Conclusion	115

3

Qui tire les ficelles ? Régulation et gouvernance de la chaîne de valeur

	119
Les pays producteurs, acteurs principaux (1906-1989)	120
<i>L'ère du monopole brésilien (1906-1937)</i>	120
<i>Fragmentation du marché mondial (1930-1962)</i>	121
<i>Le régime de l'accord international sur le café (1962-1989)</i>	123
Le régime post-AIC (de 1989 à nos jours)	125
<i>La fin de la régulation au niveau international</i>	125
<i>Les stratégies d'entreprise</i>	128
La régulation dans les pays producteurs	134
<i>La régulation des marchés intérieurs du café</i>	134
<i>Les cafés d'Afrique de l'Est : introduction</i>	136
<i>L'organisation des chaînes de valeur du café en Afrique de l'Est avant la libéralisation</i>	139
<i>Les effets de la libéralisation sur la structure de la chaîne de valeur</i>	142
<i>Les leçons de la libéralisation</i>	149
Les crises du café : évolution historique des cours mondiaux	151
Conclusion	157

4

Production matérielle et symbolique de la qualité du café. Pour quelle différence ?

	167
Des attributs matériels aux attributs symboliques et de service personnalisé : la qualité le long des chaînes de valeur du café	167
La qualité dans les pays producteurs	169
<i>Critères généraux</i>	169
<i>Systèmes de paiement et contrôle de qualité en Afrique de l'Est</i>	174
La qualité dans les pays consommateurs	182
<i>Les marchés conventionnels</i>	183
<i>Étude de cas : la qualité du café sur le marché italien</i>	185

<i>La qualité et l'industrie du café de spécialité en Amérique du Nord</i>	197
Conclusion	207
5	
Des initiatives en faveur du café « durable ». Au bénéfice de qui ?	213
Consommer la durabilité	213
Analyse de certains systèmes de certification du café durable	217
<i>Café biologique</i>	217
<i>Commerce équitable</i>	223
<i>Café d'ombre</i>	227
<i>Utz Kapeh</i>	233
<i>Impact des systèmes de certification sur la durabilité</i>	236
<i>Une évaluation critique</i>	240
Initiatives privées et de type public/privé sur la durabilité	246
<i>Caractéristiques générales</i>	246
<i>Évaluation des initiatives privées et de type public/privé</i>	251
Conclusion	253
6	
Chaînes de valeur ou changement de valeurs ?	259
Distribution de la valeur le long de la chaîne du café : preuves empiriques	259
Résoudre la crise des produits de base : approches théoriques	277
<i>Changer les conventions de qualité</i>	277
<i>Transparence et connectivité entre producteurs et consommateurs</i>	282
<i>Territorialité</i>	289
<i>Inducteurs de changement : les politiques de consommation et le rôle des détaillants</i>	298
7	
Perspectives d'avenir	307
Gouvernance et paradoxe du café	307
La fin de la régulation telle que nous la connaissons	311
Les entreprises et les bailleurs de fonds à la rescousse ?	317
Quel rôle pour la transparence ?	321

10 ▪ Le paradoxe du café

Politiques et stratégies : vers un agenda alternatif	324
<i>Améliorer les certifications de la durabilité</i>	324
<i>Qualité matérielle et symbolique : rôle des systèmes d'IOG</i> <i>et des droits de propriété intellectuelle</i>	330
<i>Valoriser l'hédonisme dans le Sud</i>	333
Café, commerce des produits de base et développement	336
<i>Références bibliographiques</i>	341
<i>Tableaux, figures et encadrés</i>	353
<i>Abréviations</i>	357

Préface

Chaque jour, environ 2,25 milliards de tasses de café sont consommées dans le monde (Dicum et Luttinger, 1999, p. ix). Cependant, le fait et le sens de consommer du café ne sont pas les mêmes qu'il y a vingt ans. De nouveaux modèles de consommation ont vu le jour, accordant une importance croissante aux cafés spéciaux, au commerce équitable, au café biologique et même au café favorable aux oiseaux (*bird-friendly*). Des bars dits « à café » se sont multipliés bien que, en dépit de leur nom, le contenu en café de « l'expérience de consommation » qui s'y déroule soit extrêmement faible. Plus que du « bon » café, ces bars à café vendent une ambiance et un positionnement dans la société. Le marché du café a connu une « révolution » qui a permis aux consommateurs de choisir désormais parmi (et de payer chèrement) des centaines de combinaisons de café, selon leur variété, leur origine, leur méthode de préparation et de moulure, leur arôme, leur conditionnement, leur identité et l'ambiance associée à leur consommation. Les prix du café au détail continuent d'augmenter sur le marché des cafés spéciaux et, sur les marchés conventionnels, ils sont loin d'avoir autant baissé que les cours mondiaux. Pendant que les torréfacteurs perçoivent des marges de plus en plus importantes, les producteurs de café reçoivent des prix inférieurs aux coûts de production.

Aujourd'hui, la chaîne de valeur mondiale du café¹ est ainsi caractérisée par un « paradoxe » : un boom du marché dans les pays consommateurs et une crise dans les pays producteurs. Un autre paradoxe inhérent au premier est que le marché international du café est inondé de produit de « qualité inférieure », alors qu'il manque considérablement de café haut de gamme — et c'est ce dernier qui est à l'origine de l'accroissement des ventes. Comment expliquer ces dynamiques divergentes ?

Certains analystes décrivent la conjoncture actuelle du marché en référence à la loi de l'offre et de la demande : il y aurait tout simplement trop de café sur le marché mondial. Ces analystes soutiennent que la surabondance permanente de l'offre — favorisée par l'abandon de l'Accord international sur le café en 1989 — est due à l'augmentation de la production au Brésil et au Vietnam. D'autres analystes expliquent la crise du café en termes de pouvoir de marché. D'après eux, l'écart grandissant entre le prix de la matière première (le grain de café vert) et celui du produit fini résulte des rentes de monopole prélevées par une industrie de la torréfaction de plus en plus concentrée.

Ce livre propose un cadre d'analyse qui définit le pouvoir de marché non seulement en terme de contrôle des parts de marché, mais aussi en terme d'aptitude à définir « l'identité » d'un café, autrement dit, la capacité à définir le langage et les valeurs de référence utilisés pour déterminer les normes de production et les normes de qualité. Nous soutenons que le boom dans les pays consommateurs et la crise dans les pays producteurs peuvent aller de pair, étant donné la différence grandissante entre l'identité du café vendu sur le marché international et celle du café vendu comme produit fini au consommateur. La raison en est que ce n'est pas tant la *qualité matérielle* du café que les torréfacteurs, les détaillants et les *bars* vendent que des *attributs symboliques* et des *services personnalisés*. Aussi longtemps que les producteurs de café et leurs organisations ne contrôleront pas au moins une partie de cette production « immatérielle », ils seront confrontés à la problématique des produits de base.

Au lieu de considérer le café vendu aux consommateurs comme du grain plus ou moins torréfié, nous proposons de le traiter comme une somme d'attributs produits dans diverses régions géographiques et par divers acteurs le long de la chaîne de valeur. Ainsi, le pouvoir de marché n'est pas seulement synonyme de parts de marché, mais aussi de maîtrise des attributs les mieux valorisés et de capacité à minimiser la valeur des attributs achetés.

Un nouveau consensus a émergé parmi les bailleurs de fonds, les décideurs, les universitaires et même certaines des organisations de la société civile du Nord comme du Sud, selon lequel les pays en développement doivent « s'affranchir de la pauvreté par le

commerce ». Si les barrières tarifaires étaient levées, l'accès aux marchés en serait amélioré. Si les producteurs des pays développés n'étaient plus subventionnés, les producteurs pauvres du Sud en bénéficieraient. Si une assistance technique était fournie, des barrières non tarifaires telles que les normes relatives à la sûreté sanitaire des aliments pourraient être surmontées. Si seulement les règles commerciales étaient justes, la pauvreté dans le monde en serait réduite. Si les producteurs du Sud étaient inclus dans les chaînes de valeur mondiales, ils apprendraient de leurs acheteurs et se mettraient à niveau. Dans chacune de ces affirmations, il y a une part de vérité et certains aspects plus controversés. Pendant des décennies (et quelquefois des siècles), les pays à faible revenu ont produit et exporté des produits tropicaux tels que du café, qui rencontraient peu d'obstacles tarifaires et non tarifaires, peu ou pas de concurrence des producteurs du Nord, et faisaient partie des chaînes de valeur mondiales. Mais ils demeurent pauvres.

Le commerce international s'est développé de manière considérable au cours des deux dernières décennies, le commerce étant une importante source de revenus pour les pays en développement. Le revenu par habitant que rapportent les exportations à ces pays est plus de trente fois supérieur à ce qu'ils reçoivent sous forme d'aide — et les flux d'aide sont en régression (Oxfam, 2002a, p. 47 ; base de données de l'OCDE/Cad). Cependant, la plupart des pays à faible revenu continuent de dépendre lourdement des exportations des matières premières — qui sont restées à la traîne de la croissance du revenu mondial. Résultat, les pays à faible revenu ne reçoivent que 3 % des recettes générées par les exportations mondiales de biens et de services (Cnuced, 2002).

Le café est produit dans plus de 50 pays en développement et emploie plusieurs millions de petits producteurs. Dans le passé, les exportations de café ont été associées à plusieurs réussites de développement : le Brésil à la fin du XIX^e siècle, la Colombie et le Costa Rica dans les années 1920, le Kenya et la Côte d'Ivoire dans les années 1960 et au début des années 1970. Certaines de ces réussites ont fait long feu, alors que d'autres ouvraient la porte à plus de croissance et de diversification. Dans de nombreux autres cas, la promesse du développement est restée une chimère. En outre, il n'y a pas eu de cas de réussite similaires au cours de ces

dernières décennies². Dans le passé, les pays producteurs ont souvent joué un rôle important dans la gouvernance de la chaîne de valeur mondiale du café. Mais cela n'est plus le cas depuis la fin des années 1980. La gouvernance est fermement tenue par les acteurs basés dans les pays consommateurs du Nord, en particulier les torréfacteurs.

Le principal problème n'est pas que ces pays producteurs ne participent pas aux échanges, mais plutôt qu'ils ne gagnent pas grand-chose de ce commerce. En d'autres termes, ces pays sont enfermés dans une logique de produits de base qui fait du développement un objectif irréalisable. Ils produisent tous les mêmes denrées agricoles et biens manufacturés à haute intensité de main-d'œuvre qui inondent les marchés internationaux, entraînant un abaissement des prix. Les questions généralement posées en vue de résoudre la crise des produits de base sont les suivantes : peut-on augmenter les gains des exportateurs de produits de base ? Ou comment les pays à faible revenu peuvent-ils cesser de dépendre des exportations de matières premières ?

Ces questions pertinentes ont été au centre des analyses sur le commerce des produits de base pendant au moins un demi-siècle. Dans le présent ouvrage, nous cherchons à développer une nouvelle approche. Nous pensons que la promesse du développement est une promesse insaisissable, d'une part parce que les chaînes de valeur mondiales sont de plus en plus dirigées par des acteurs puissants basés au Nord, et d'autre part parce que les pays à faible revenu continuent de produire et d'exporter des biens qui ne sont valorisés que pour leur qualité matérielle. Les attributs symboliques et de service qui apportent une valeur ajoutée plus importante sont fournis dans les pays consommateurs du Nord ou par des acteurs du Nord. Nous expliquons cette situation par une combinaison d'analyse historique d'économie politique, d'approche en terme de chaîne de valeur mondiale et de théorie des conventions.

Dans le présent ouvrage, les termes « produit de base » et « commodités » sont synonymes. La plupart des auteurs qui étudient le lien entre les exportations de commodités et le développement ne fournissent pas réellement de définition de ce qu'est une « commodité », ou ne la distinguent pas des autres produits, en particulier des produits industriels. Ils se basent plutôt

sur la distinction approximative entre agriculture et industrie, ou secteurs primaire et secondaire. D'autres auteurs, tout en reconnaissant que les marchés des produits manufacturés à haute intensité de main-d'œuvre se comportent de la même manière que les marchés des produits agricoles, et que les chaînes des produits frais à haute valeur ajoutée diffèrent considérablement de la chaîne de valeur du cacao par exemple, proposent une définition de « commodité » qui reste liée au processus de production. Dans notre approche, les « commodités » sont des biens qui disposent d'un marché international dans lequel la majorité des participants utilisent les mêmes normes pour définir les attributs de qualité, principalement des attributs facilement mesurables. Il s'agit donc de produits pour lesquels les transactions sont organisées autour d'une seule norme internationale de qualité. Dans l'essentiel de la littérature économique, la possibilité de créer des normes de qualité est déterminée par la technologie ou les caractéristiques des biens. L'histoire des marchés de produits agricoles suggère le contraire : les normes de qualité sont établies pour faciliter les transactions commerciales ; elles imposent également leurs contraintes aux processus de transformation en aval.

Ce type d'approche a des implications sur ce qui n'est pas traité dans ce livre. Nombre des contributions sur la crise des produits de base et/ou du café sont axées sur l'impact de la faiblesse des cours internationaux sur les producteurs du Sud. Il ne fait aucun doute, et cela est aussi reconnu par l'industrie agroalimentaire, que la baisse des prix sur le marché international a gravement affecté les producteurs et leurs communautés. Il n'est pas dans notre intention de nous focaliser sur la situation des producteurs, même si nous ne minimisons pas l'importance de ce sujet. Notre objectif principal dans ce livre est d'utiliser le cas du café pour reconsidérer le problème du développement dans les pays qui dépendent de l'exportation de produits de base. Quelle valeur les consommateurs accordent-ils aux divers attributs qui se combinent dans une tasse ou un sachet de café ? Qui produit ces attributs ? Comment faire pour qu'une partie de ces attributs soit produite dans les pays en développement ? Ces derniers peuvent-ils s'approprier la valeur des activités liées au service personnalisé³ ? Dans quelle mesure les cafés spéciaux et les cafés « durables » contribuent-ils à la

réalisation de ces objectifs ? En d'autres termes, quelles sont les opportunités d'amélioration pour les pays en développement et les petits producteurs qui y résident ?

Dans le premier chapitre, nous proposons une trame de fond historique aux débats actuels sur le rôle du commerce des produits de base dans la promotion et la pérennisation de la croissance économique et du développement dans le Sud. Nous commençons par présenter brièvement les changements qu'ont connu les modes de production et de commerce des matières premières, depuis le XV^e siècle, au début de la longue ère des plantations esclavagistes. Nous accordons une attention particulière au rôle joué par les normes dans la création des marchés de commodités. Puis, nous examinons les débats académiques et politiques sur le commerce des matières premières et le développement. Après avoir souligné les limites des différentes théories, nous introduisons l'approche dite « chaîne de valeur mondiale » qui est le principal outil d'analyse utilisé dans cet ouvrage. Enfin, nous développons une typologie des attributs matériels, symboliques et de service, qui nous permettra d'aborder les questions de gouvernance et de distribution de la valeur ajoutée le long des chaînes de valeur mondiales.

Au chapitre 2, nous commençons à analyser le secteur du café. Tout d'abord, nous présentons brièvement le circuit du café du producteur au consommateur, y compris ses transformations matérielles. Puis nous étudions les tendances historiques en termes de production et d'exportation. Ensuite, nous examinons les divers systèmes de mobilisation de la main-d'œuvre et d'organisation de la production du café. Nous analysons par la suite la succession historique des formes d'organisation du marché et leurs caractéristiques essentielles, notamment les contrats, les grades et les normes. Enfin, nous étudions l'évolution des modèles de distribution et de consommation, en mettant un accent particulier sur la révolution qui s'est produite ces vingt-cinq dernières années avec l'émergence du secteur des cafés spéciaux.

Le chapitre 3 examine les questions de régulation et de gouvernance dans les chaînes de valeur du café. Dans les deux premières parties, nous étudions ces questions au niveau de la chaîne de valeur mondiale en distinguant deux grandes périodes : (1) la période avant 1989, quand les pays producteurs étaient en position

d'influencer sa régulation et sa gouvernance, d'abord du fait de la domination du Brésil, et plus tard dans le cadre des accords internationaux sur le café (AIC) ; (2) la période suivant la crise de l'AIC, lorsque les acteurs du secteur privé basés dans les pays consommateurs (en particulier les torréfacteurs) sont devenus les moteurs de la chaîne de valeur mondiale. Une attention particulière est accordée aux stratégies des acteurs clés, en particulier les grands torréfacteurs. Ensuite, nous proposons des études de cas approfondies sur des changements de réglementation dans les chaînes de valeur de quatre pays d'Afrique de l'Est (Éthiopie, Kenya, Tanzanie et Ouganda). Ces pays ont libéralisé leur marché intérieur à divers niveaux et de diverses manières, avec des réactions différentes aux changements intervenus au niveau mondial. Dans la dernière partie de ce chapitre, nous nous intéressons au prix du café sur le marché international dans une perspective historique : le cycle historique d'expansion et de récession du café est moins prononcé depuis le début des années 1970 ; la crise actuelle du café diffère, par conséquent, considérablement de celles des années 1930 et 1960. Nous montrons aussi que le changement dans l'identité des détenteurs des stocks de café explique une grande part de la crise actuelle qui est caractérisée, pour la première fois dans l'histoire, par la faiblesse des cours mondiaux et un bas niveau des stocks.

Au chapitre 4, nous appliquons le cadre d'analyse de la qualité présenté au chapitre premier. Nous suivons la qualité du café du champ à la tasse, non seulement en termes de qualité matérielle, mais aussi d'attributs symboliques et de service. Comme au chapitre 3, l'approche est centrée sur les pays d'Afrique de l'Est. Dans les pays consommateurs, nous couvrons tant le marché conventionnel que le secteur des cafés spéciaux. Pour prendre en compte la diversité des types et modes de consommation, des informations plus détaillées sont fournies sur les États-Unis et l'Italie.

Le chapitre 5 examine le nouveau critère central utilisé pour définir la qualité du café, la durabilité. Les procédures de certification, les codes de conduite et les directives relatives à l'origine se multiplient et deviennent la référence du marché. Ils étendent le contenu des attributs symboliques au-delà de la marque, de l'ambiance de consommation et de l'esthétique de l'emballage

(entre autres) en intégrant les préoccupations environnementales et socio-économiques dans la définition de la qualité du café. Ils permettent aussi de redéfinir la gouvernance, loin des processus contrôlés par l'État et dans le sens de dynamiques publiques/privées plus hybrides, sinon complètement privées. Tout d'abord, nous évaluons l'impact de quatre systèmes de certification du café — biologique, commerce équitable, d'ombre et Utz Kapeh — sur les présumés bénéficiaires. Puis nous analysons les initiatives privées et publiques/privées dans le domaine de la durabilité, notamment l'initiative CAFE promue par Starbucks (*Coffee and Farmer Equity Practices*) et le Code commun de la communauté du café (4C).

Le chapitre 6 est divisé en deux grandes parties. Dans la première, nous fournissons des données sur la répartition de la valeur le long de la chaîne de valeur mondiale du café et de chaînes de valeur spécifiques. Cette analyse donne une image claire des inégalités existantes au sein des chaînes de valeur du café. Cependant, le fait de distinguer les attributs qui sont valorisés à des points précis de la chaîne de valeur permet aussi d'identifier des solutions éventuelles à la problématique des produits de base. Nous examinons les bases théoriques de ces solutions dans la seconde partie du chapitre. Quatre aspects sont étudiés de manière approfondie : (1) le rôle des conventions de qualité dans la transformation de la gouvernance des chaînes de valeur ; (2) les bénéfices pour les producteurs de la prétendue transparence des réseaux alternatifs ; (3) la territorialité comme moyen d'associer la responsabilité à des lieux particuliers ; (4) le rôle potentiel et réel des consommateurs et de la distribution dans la promotion du changement social.

Le chapitre 7 présente les solutions les plus pratiques et politiques à la crise des produits de base. Nous examinons d'abord ce que la réglementation peut et ne peut pas faire pour les producteurs, au vu de l'évolution de la gouvernance des chaînes de valeur au cours des vingt-cinq dernières années. Nous critiquons aussi les solutions proposées à ce jour par les entreprises et les bailleurs de fonds à la crise du café. Ensuite, nous fournissons une liste électorale de solutions éventuelles, avec un accent particulier sur des approches peu orthodoxes qui ont bénéficié de peu d'attention de la part des milieux politiques jusqu'à ce jour : (1) comment amé-

liorer les initiatives sur la durabilité afin qu'elles profitent réellement aux producteurs ; (2) comment faciliter le contrôle par les producteurs des attributs symboliques par les systèmes d'indication de l'origine géographique (IOG) ; (3) comment transformer l'hédonisme des consommateurs en valeur pour le Sud. Si au premier abord, ces approches semblent porter essentiellement sur les marchés de niche, nous allons montrer qu'elles ont aussi de sérieuses implications pour les marchés conventionnels.

La contribution de Benoit Daviron à cet ouvrage est le produit de deux décennies de recherche et d'étude sur le café et d'autres produits tropicaux. Pendant cette période, il a travaillé comme chercheur au Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (Cirad) à Montpellier. Certains des arguments et idées présentés dans ce livre ont été discutés avec de nombreux collègues du Cirad, en particulier Tancrède Voituriez et Bruno Losch, ainsi que François Lerin de l'Institut agronomique méditerranéen. Il les remercie pour leur soutien et leur amitié. Benoit Daviron a préparé le présent ouvrage au cours d'une année passée à l'université de Californie (Berkeley) en qualité de chercheur invité. Il remercie Alain de Janvry pour sa gentillesse et son hospitalité. Il tient aussi à exprimer sa gratitude à Vinod Aggarwal, Peter Evans et Andrew Jamos pour les séminaires stimulants qu'ils ont organisés pendant son séjour.

La contribution de Stefano Ponte est basée sur les travaux qu'il a réalisés sur les marchés agroalimentaires et les modes de vie des ruraux en Afrique depuis le milieu des années 1990. Il a procédé à des recherches plus spécifiques sur le café entre 1999 et 2003, dans le cadre d'un programme de recherche sur la mondialisation et la réforme économique en Afrique (Glaf), au Centre pour la recherche en développement (CDR) à Copenhague (à partir de 2003, Danish Institute for International Studies). Ce programme a été financé par le Conseil danois pour la recherche en sciences sociales (SSF) et le Conseil danois pour la recherche en développement (RUF), à qui il exprime sa gratitude. Participaient à ce programme, Peter Gibbon, Britt Noehr Jensen, Marianne Nylandsted Larsen, Poul Ove Pedersen et Lotte Thomsen du CDR ; Niels Fold de l'Institut de géographie, Université de Copenhague ; et Michael Friis Jensen de l'Institut d'économie, Danish Royal Veterinary and