



Conseil international du Café  
138<sup>e</sup> session  
12 septembre 2024  
Londres, Royaume-Uni

**Utilisation du Fonds spécial de l'OIC pour  
promouvoir la consommation intérieure  
de café dans certains pays exportateurs**

### Contexte

1. Le Fonds spécial de l'OIC, mis en place au cours de l'Accord international de 1976 sur le Café et de l'Accord international de 1983 sur le Café, a été créé dans le but de financer des mesures supplémentaires pour soutenir les dispositions économiques des mécanismes d'intervention sur le marché avec des contributions des Membres exportateurs. Comme toutes les activités du Fonds spécial ont cessé avec la fin du système de contrôle du marché, en septembre 2016 les Membres ont décidé de répartir les actifs restants entre trois régions, Amérique latine, Afrique et Asie, afin de stimuler la consommation locale de café et rendre les industries du café des pays exportateurs plus résistantes aux chocs externes.
2. Les Membres étaient donc invités à soumettre une demande contenant des informations sur l'utilisation prévue des ressources mises à disposition afin d'y accéder. Les mises à jour sur les activités menées et les résultats obtenus se trouvent à l'annexe I.

### Mesure à prendre

Les Membres sont priés de noter l'annexe I du présent document.

## I. Promotion de la consommation intérieure dans la région PROMECAFE

La première région à recevoir des fonds en 2018 a été l'Amérique latine par le biais d'un transfert de **458 566 USD** à l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA) au nom de PROMECAFE, l'organisme d'exécution du programme pour la région. PROMECAFE a exécuté le projet entre 2018 et 2021 et a couvert le **Costa Rica, la République dominicaine, le Salvador, le Guatemala, le Honduras, la Jamaïque, le Mexique, le Nicaragua, le Panama et le Pérou**. La population estimée de ces pays était de 227 millions de personnes en 2022. La production totale au cours de l'année caféière 2022/23 était de 22,9 millions de sacs de 60 kg et les exportations totales étaient de 15,1 millions de sacs, la consommation intérieure totale de la même période étant estimée à 5,8 millions de sacs. La consommation par habitant est faible, avec une moyenne de 2 kg, avec le niveau le plus élevé pour le Costa Rica (6,6 kg) en 2022. Les pays participants de la région ont importé environ 1,9 million de sacs. Quatre principaux domaines d'intervention pour le projet comprenaient : (1) l'augmentation des capacités nationales liées à la promotion de la consommation intérieure, (2) le diagnostic et la conception de plans de consommation intérieure, (3) la promotion d'alliances stratégiques pour encourager la consommation nationale de café et (4) la gestion de l'information et des connaissances.

### Comme indiqué par l'agence d'exécution, les principales réalisations ont été les suivantes :

- L'établissement d'une base de référence pour l'étude de marché dans chaque pays
- L'établissement d'un partage d'expérience entre les pays
- La mise en place d'un plan national de consommation intérieure dans tous les pays participants
- L'étude de marché pour évaluer la consommation de café et analyse des facteurs déterminants de la croissance future de la consommation intérieure de café dans la région PROMECAFE
- L'amélioration des connaissances sur la consommation de café et la santé
- La mise en place d'une plateforme de consommation domestique pour gérer l'information et les données

## II. La promotion de la consommation intérieure en Afrique

Une partie du Fonds spécial de l'OIC d'un montant de **454 021 USD** a été transférée à l'Organisation interafricaine du café (OIAF) pour exécuter le programme de promotion de la consommation intérieure en Afrique sous la supervision étroite du secrétariat de l'OIC.

À partir de mai 2019, les activités du projet ont couvert 15 pays d'Afrique : **le Cameroun, la République centrafricaine, la République démocratique du Congo, la Côte d'Ivoire, l'Éthiopie,**

**le Gabon, le Ghana, la Guinée, le Kenya, le Nigéria, le Rwanda, la Tanzanie, le Togo, l'Ouganda et la Zambie.** La population des pays sélectionnés a été estimée en 2022 à 70,5 millions de personnes et la production a été estimée à 17,2 millions de sacs de café au cours de l'année caféière 2022/23. Les exportations totales ont été estimées à 13,3 millions de sacs tandis que les importations ont totalisé 718 988 sacs. La consommation intérieure totale de ces 15 pays a été estimée à 5,4 millions de sacs en 2022/23, soit 0,3 kg par habitant en moyenne, avec la consommation par habitant la plus élevée enregistrée en Éthiopie (2,2 kg).

Les activités ont été organisées sous trois composantes principales :

- Un examen analytique de la consommation intérieure et de l'industrie de la torréfaction
- Un soutien aux stratégies nationales liées à la torréfaction, à la distribution et à la consommation de café
- Un renforcement de la communication sur la relation entre la santé et le café

**Comme indiqué par l'agence d'exécution, les principaux résultats du projet ont été les suivants :**

- i) Un examen analytique de la consommation intérieure et de l'industrie de la torréfaction (composante 1)** a été effectué et le rapport est disponible. Le rapport présente les principaux moteurs de la consommation de café dans les pays participants ainsi que les opportunités et les défis.

**Opportunités :**

- L'augmentation des unités de torréfaction locales de petite et moyenne taille
- L'augmentation du nombre de cafés de marque dans de nombreux pays
- La consommation potentielle de café chez les jeunes de 15 à 34 ans représentant en moyenne 33 % de la population totale
- L'augmentation des petits magasins de vendeurs de café
- Une urbanisation croissante
- Une augmentation du produit intérieur brut entraînant l'augmentation de la classe moyenne

**Défis :**

- Manque de fabrication locale
- La plupart des matériaux d'emballage sont importés de Chine, d'Inde, de Turquie, des États-Unis et d'Europe, ce qui augmente le coût de production de l'industrie de transformation
- Perception négative du café et de la santé

## ii) **Un soutien aux stratégies nationales liées à la torréfaction du café et à la consommation intérieure (composante 2)**

**Des activités de formation** visant à renforcer les capacités des torréfacteurs et des baristas existants et potentiels ont été mises en œuvre. Les activités de formation ont bénéficié de ressources financières supplémentaires du Centre du commerce international (CCI). Ces activités de formation ont également été soutenues par le Gabon et l'Agence des Cafés Robusta d'Afrique et de Madagascar (ACRAM).

**Un soutien financier** a également été fourni aux pays pour leurs stratégies nationales respectives visant à accroître la consommation intérieure. Il s'agissait notamment de construire des points de consommation de café (kiosques à café) et des expositions promotionnelles nationales.

## iii) **Un renforcement de la communication sur la consommation de café et la santé (composante 3)**

Pour remédier à l'idée fautive de la relation entre la consommation de café et la santé, une série de conférences et d'ateliers de sensibilisation ont été organisés dans certains pays. Les avantages pour la santé de la consommation de café ont été présentés par des experts. Un film documentaire sur le café et la santé a été produit.

Le programme régional africain s'est achevé en septembre 2023. Le programme a depuis été absorbé dans le programme d'activités de l'OIAC pour continuer à suivre les activités promotionnelles dans ses pays Membres. Un programme visant à stimuler la consommation intérieure et la création de valeur ajoutée a été mis en place sous le nom de « DACBA » (**Drink African Coffee Build Africa**).

## III. **Programme régional de consommation intérieure en Asie et Océanie**

Contrairement aux deux premières régions, où le programme a été exécuté par une seule institution d'exécution régionale (PROMECAFE et OIAC), les pays Membres de l'OIC de la région Asie et Océanie sont largement dispersés géographiquement, ce qui crée des coûts supplémentaires lorsqu'ils travaillent ensemble sur un projet régional.

En outre, les pays participants de la région en sont à différentes étapes du développement de leur industrie locale du café, ce qui rend la gestion conjointe de projets trop complexe. En conséquence, les pays bénéficiaires ont convenu de mettre en œuvre des composantes de projet indépendantes et décentralisées axées sur des activités pertinentes pour chaque pays en fonction des besoins de développement de leur secteur du café. En conséquence,

chacun des pays sélectionnés a été invité à demander le transfert d'une partie allouée du Fonds spécial de l'OIC en fournissant un plan de mise en œuvre détaillé indiquant les activités pertinentes au titre des deux composantes du projet, le calendrier et les livrables. En septembre 2020, le Comité des finances et de l'administration a approuvé la note conceptuelle sur la promotion de la consommation de café dans la région Asie-Pacifique décrivant les parties détaillées du Fonds spécial de l'OIC allouées à chaque pays sur le fonds total de **478 509 USD (document SF 45/20)** :

- Inde : 90 000 USD
- Indonésie : 90 000 USD
- Viet Nam : 90 000 USD
- Papouasie-Nouvelle-Guinée : 52 000 USD
- Népal : 34 000 USD
- Philippines : 34 000 USD
- Thaïlande : 34 000 USD
- Timor-Leste : 34 000 USD
- Supervision OIC : 20 509 USD

Les pays sélectionnés de la région avaient une population totale estimée à 2 milliards de personnes en 2022 et une production totale de café de 48,8 millions de sacs de 60 kg au cours de l'année caféière 2022/23. Les exportations totales au cours de la même période étaient de 42,8 millions de sacs, avec des importations totales d'environ 7,4 millions de sacs. Il convient de noter que la région a un taux élevé d'échanges intrarégionaux de café. La consommation totale était de 16,8 millions de sacs en 2022/23, soit une consommation par habitant de 1 kg. Le Fonds spécial de l'OIC a été utilisé pour contribuer aux programmes nationaux existants visant à accroître la consommation intérieure. Chaque pays a été invité par les correspondances de la Directrice exécutive à demander une partie du Fonds spécial pour couvrir ses activités pertinentes et être responsable de la mise en œuvre du projet et de la gestion des ressources financières. Six pays ont reçu leurs parts du Fonds spécial de l'OIC.

Deux pays (**Philippines et Timor-Leste**) n'ont pas encore demandé leur part du Fonds, malgré plusieurs discussions et échanges avec la Directrice exécutive de l'OIC.

### **Activités spécifiques aux pays**

#### **a) Promotion de la consommation intérieure en Inde**

À partir de l'année caféière 2020/21, les activités du projet ont été mises en œuvre sous l'autorité du Coffee Board of India, couvrant deux composantes principales. La première composante consiste à examiner les politiques gouvernementales et la consommation intérieure de café ainsi

qu'à faire connaître les moteurs et les contraintes de la consommation intérieure en Inde. La deuxième composante est le renforcement des capacités dans le secteur du café indien et le soutien aux activités promotionnelles visant à encourager la consommation intérieure.

**i) Examen des programmes gouvernementaux existants pour promouvoir la consommation de café**

L'examen analytique du programme gouvernemental a révélé les activités promotionnelles en cours pour l'expansion des exportations indiennes de café pur et de haute qualité ainsi que l'augmentation de la consommation intérieure. Le niveau de consommation en 2022/23 a été estimé à 1,6 million de sacs.

- Le Coffee Board of India a mis en place un programme intitulé « **Re-imagined India Coffee House through franchise** » qui vise à étendre la chaîne de points de vente India Coffee House en mettant en œuvre un modèle franchisé exploité par un franchisé.
- Des programmes de développement de l'esprit d'entreprise pour encourager les entreprises de café entrepreneuriales ont été organisés dans de nombreuses régions.
- **Moteur de la consommation intérieure de café**
  - Sensibilisation accrue au café et aux boissons liées au café
  - Hausse des revenus des consommateurs
  - Augmentation de la consommation de nourriture et de boissons à l'extérieur du domicile
  - Activités promotionnelles régulières des chaînes de cafés modernes
  - Élargissement de la population jeune de consommateurs potentiels de café, le café étant perçu comme une boisson à la mode par les jeunes
- **Les défis de la consommation intérieure de café**
  - Prix du café relativement plus élevé que celui du thé (à la maison et à l'extérieur)
  - Connaissance limitée des méthodes et techniques de préparation du café à la maison
  - Perception négative concernant l'impact de la consommation de café sur la santé

- Non-disponibilité de café de bonne qualité dans les lieux de restauration des régions non méridionales
- Disponibilité limitée de grains verts à travers le pays pour la transformation
- Manque de machines à café et d'autres équipements fabriqués en Inde et abordables
- Préférence pour les boissons sucrées dans les régions de l'ouest et de l'est du pays

**ii) Renforcement des capacités des parties prenantes et activités promotionnelles pour encourager la consommation intérieure**

Les opportunités de consolidation des tendances de consommation de café ont été identifiées. Les besoins de formation ont été identifiés et une formation approfondie des parties prenantes a été dispensée. Ces sessions de formation comprenaient :

- la gestion de la sécurité alimentaire dans les cafés
- la gestion de la qualité du café
- le commerce du café
- l'entrepreneuriat dans le café

Les activités en Inde se poursuivront pendant l'année caféière 2024/25 sous la direction et les conseils du Coffee Board of India avec un soutien financier supplémentaire du gouvernement.

**b) Papouasie Nouvelle-Guinée (PNG)**

Le projet est mis en œuvre par la Coffee Industry Corporation (CIC), qui a reçu 52 000 USD en tant que partie des 475 000 USD alloués à la région. Conformément à la note conceptuelle approuvée par le Conseil à sa 126<sup>e</sup> session (document SF-45/20), la première composante du programme consiste à analyser les politiques gouvernementales existantes et à évaluer les besoins en matière de renforcement des capacités. La deuxième composante est l'élaboration de matériel promotionnel et la fourniture d'une formation aux parties prenantes. La PNG a bénéficié d'un financement complémentaire supplémentaire pour mettre en œuvre le programme. Un consultant a été chargé de mettre en place une étude sur l'évaluation du marché et l'analyse de la chaîne de valeur du marché national des produits à base de café en Papouasie-Nouvelle-Guinée. Il convient de noter que la pandémie de Covid-19 a ralenti la mise en œuvre, mais les choses sont revenues à la normale.

- **Examen analytique des politiques gouvernementales existantes et de la consommation intérieure de café**

Bien que le projet de rapport soit toujours à l'étude, il traite de la capacité de consommation intérieure et des défis du marché auxquels sont confrontés les distributeurs de cafés importés et locaux, les torréfacteurs locaux, les hôtels, les restaurants, les cafés et les services de soutien aux entreprises ainsi que les supermarchés et les magasins commerciaux.

- Le marché intérieur du café est à un stade naissant, avec des opportunités inexploitées.
- La consommation a augmenté de 1 % au cours des trois dernières années.
- Environ 30 % de la consommation intérieure est fournie par des torréfacteurs locaux tandis que 70 % est constituée de café transformé importé.
- Il y a un nombre croissant de PME dans l'industrie de transformation.

- **Élaboration de matériel promotionnel et fourniture d'une formation aux parties prenantes**

- L'Australian Development Agency a animé six sessions de formation de barista et de café dans tout le pays.
- D'autres sessions de formation sur la façon de mettre en place et de gérer un café sont prévues l'année prochaine.

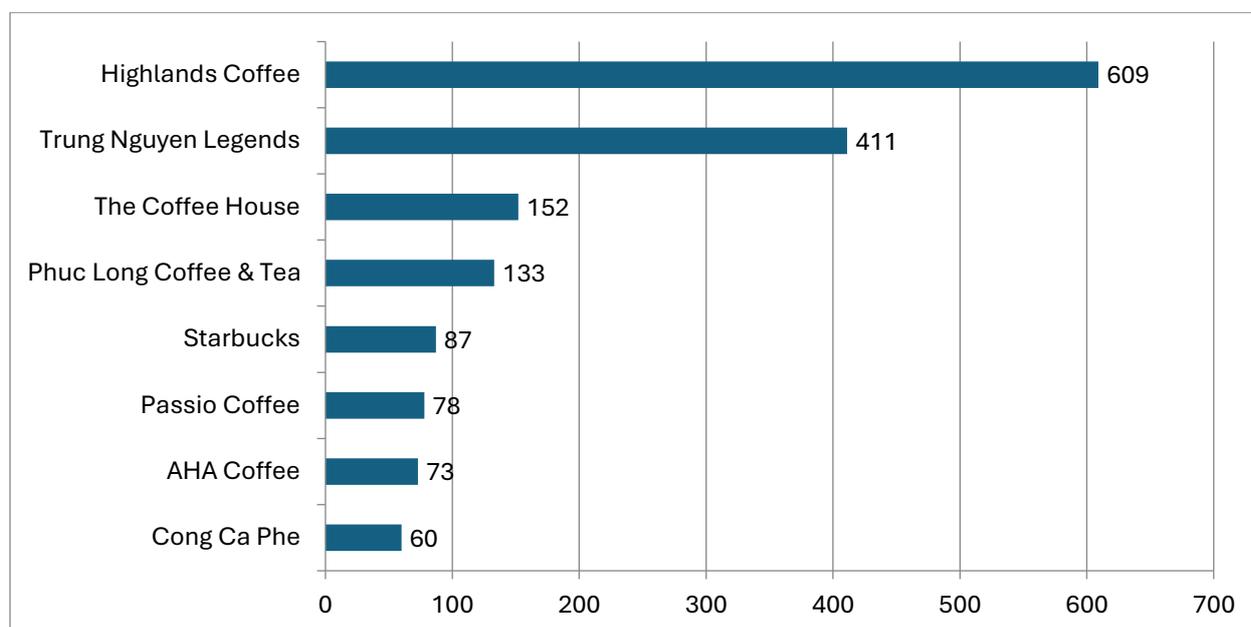
**c) Viet Nam**

En juillet 2020, le secrétariat de l'OIC a transféré une somme de 90 000 USD à la VICOFA en tant que partie des 475 000 USD alloués à la région pour mettre en œuvre le projet visant à stimuler la consommation nationale de café au Viet Nam. La première composante du projet, qui concerne un examen analytique de la consommation intérieure et de la structure du marché local du café, a été achevée. Le rapport indique que le Viet Nam a développé une culture bien établie du café. Plusieurs entreprises se sont non seulement engagées dans le commerce intérieur du café, mais ont également établi leur présence sur les marchés étrangers. En outre, l'augmentation de l'exposition mondiale, la culture occidentale et la pénétration des marques de café établies devraient être les facteurs clés de l'expansion des chaînes de café au Viet Nam. Dans le même temps, des goûts plus sophistiqués parmi les habitants du pays devraient soutenir le marché du café du pays. De plus, l'acceptation accrue du café est attribuée à l'émergence de magasins haut de gamme d'entreprises telles que Highland's Coffee, Starbucks Corporation, Phuc Long et Trung Nguyen Legend, Cong Ca Phe, The Coffee House, AHA Coffee, Mehico Coffee et Thu Ha Coffee,

entre autres, alimentant ainsi la croissance du marché. Par exemple, en novembre 2022, The Coffee House exploitait plus de 150 points de vente à travers le Viet Nam. De plus, ces points de vente ont créé un élément expérientiel pour la consommation de café en créant des ambiances attrayantes et relaxantes, ce qui leur permet d'augmenter leurs revenus.

En outre, les chaînes de café au Viet Nam se concentrent sur l'établissement de nouveaux formats de magasins « haut de gamme » qui sont conçus pour répondre à la demande croissante d'expériences de café élevées et d'expériences culinaires élevées parmi les consommateurs vietnamiens.

### Le plus grand nombre de chaînes de cafés au Viet Nam en 2023



L'enquête d'évaluation des besoins en formation des parties prenantes concernées a été documentée. Les membres de VICOFA ont organisé des concours de barista tout au long de l'année dans tout le pays et se sont concentrés en particulier sur les grandes villes, où la demande de consommation de café et d'emplois dans le secteur du café est élevée. Les compétitions comprenaient Barista Challenge, Latte Art Competition, Roast Challenge, ASEAN Barista Team Champion. De plus, de nombreux cours de formation sur le traitement du café, la dégustation du café, etc. ont été organisés.

#### d) Indonésie

Le secrétariat de l'OIC a transféré 90 000 USD du Fonds spécial à l'Indonésie en juillet 2021 pour mettre en œuvre le projet du Coffee and Cocoa Research Institute (ICRI) avec la participation de l'Indonesia Coffee Exporters Association (ICEA) et de la Sustainable Coffee Platform of Indonesia (SCOPI). Le programme en Indonésie est organisé en quatre composantes principales, notamment :

- L'examen de la consommation intérieure de café et des politiques gouvernementales
- Le développement de la promotion de la consommation intérieure de café
- Le renforcement des capacités des acteurs du secteur indonésien du café
- Le développement d'une plateforme numérique de café (CoffeeHub.id)

Les activités sont bien avancées, mais un rapport sur le développement récent doit encore être reçu.

#### **e) Népal**

Le National Tea and Coffee Development Board (NTCDB) a reçu 34 000 USD en avril 2021 en tant que partie des 475 000 USD alloués à la région pour exécuter le projet pour le Népal. Le programme népalais comportait deux composantes principales, notamment :

- L'examen analytique des politiques gouvernementales et de la consommation intérieure de café
- Le renforcement des capacités des acteurs du secteur du café

La première composante a été entièrement exécutée car un rapport a été présenté au Conseil en septembre 2023. Des informations détaillées sur les activités liées à la deuxième composante n'ont pas encore été reçues. Le représentant du Népal à la présente session pourrait être invité à fournir plus de détails.

#### **f) Thaïlande**

La Thaïlande a reçu 34 000 USD en février 2021 en tant que partie des 475 000 USD alloués à la région pour mettre en œuvre son programme de consommation nationale de café. La Thaïlande a intégré le programme dans l'événement Thai Coffee Excellence, couvrant le concours, une vente aux enchères et une conférence sur la consommation de café en Thaïlande et ses tendances. Le projet s'est terminé et un rapport a été présenté au Conseil.

En ce qui concerne la région Asie et Océanie, une mission de supervision dans la région par le secrétariat de l'OIC pourrait être menée pour en savoir plus sur l'exécution du projet. Un atelier régional pourrait être organisé lors d'un événement majeur sur le café tel que l'Asia International Coffee Conference. Il convient de noter que la partie de 20 509 USD allouée à la supervision de l'OIC dans la région Asie et Pacifique n'a pas encore été utilisée.

**Recommandation :**

En ce qui concerne les parties non réclamées du Fonds spécial de l'OIC, les Philippines et le Timor-Leste n'ont pas achevé le processus de réception des fonds pour mettre en œuvre leurs programmes. En conséquence, ces deux parties, d'un montant total de 68 000 USD, pourraient être utilisées pour organiser des ateliers d'échange d'expériences dans l'un des pays qui ont mis en œuvre le projet.