



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

WP Board No. 1012/06

11 septembre 2006
Original : anglais

F

Projets/Fonds commun

Comité exécutif/
Conseil international du Café
25 – 29 septembre 2006
Londres, Angleterre

Mise en place d'un système novateur de commercialisation du café, appartenant aux caféiculteurs et écoulant du café produit selon des méthodes économiquement viables et écologiquement durables

Proposition de projet soumise par la Papouasie-Nouvelle-Guinée

Contexte

1. Le présent document contient le schéma d'une proposition de projet soumise par la Papouasie-Nouvelle-Guinée et visant à mettre en place un système novateur de commercialisation du café au service de groupes et coopératives de caféiculteurs de petits villages, qui leur permettrait de mieux accéder au marché et de maximiser les résultats de leur contribution à la caféiculture.

2. La proposition sera examinée par le Comité virtuel de présélection dont les recommandations seront étudiées par le Comité exécutif en janvier 2007.

Mesure à prendre

Le Comité exécutif est invité à prendre note de cette proposition.

PROFIL DU PROJET

Titre du projet :	Mise en place d'un système novateur de commercialisation du café, appartenant aux caféiculteurs et écoulant du café produit selon des méthodes économiquement viables et écologiquement durables.
Durée :	3 ans
Lieu :	Papouasie-Nouvelle-Guinée
Brève description :	<p>Le projet vise à mettre en place un système novateur de commercialisation du café au service de groupes et coopératives de petits villages, qui leur permettrait de mieux accéder au marché et de maximiser les résultats de leur contribution à la caféiculture. Le projet comprendra des éléments stratégiques clés comme :</p> <ul style="list-style-type: none">i) l'intégration, dans le modèle de la chaîne d'approvisionnement, d'un programme d'amélioration de la qualité basé sur des méthodes de production écologiquement durables et économiquement viables;ii) l'inscription auprès d'agences de certification appropriéesiii) l'amélioration de la manutention post exploitation, de la transformation et de la logistique de ces groupes de petits exploitants ;iv) la fourniture d'une formation complète aux méthodes de contrôle de la qualité y compris aux techniques d'évaluation sensorielle comme la dégustation ;v) l'établissement de calibres et de qualités du café élaborés au moyen de partenariats stratégiques avec des torréfacteurs et autres utilisateurs finals ;vi) une plus grande sensibilisation au marché du café et en particulier à la demande du marché en lançant un processus formel de suivi des résultats des groupes ;vii) la création et le dépôt de marques et noms uniques ;viii) le perfectionnement d'un centre d'échange ou d'une agence intermédiaire indépendante chargé, au nom des groupes, de superviser, coordonner et effectuer les expéditions à destination des acheteurs ;et ix) l'élaboration et l'application d'un plan complet de commercialisation du café produit par ces groupes.

Coût estimatif total :	982 000 dollars EU
Financement demandé au Fonds commun :	832 000 dollars EU
Mode de financement :	Demandé sous forme de don
Cofinancement :	À déterminer
Mode de cofinancement :	À déterminer
Contribution de contrepartie :	150 000 dollars EU
Agence d'exécution de projet :	À déterminer
Organe de supervision :	Organisation internationale du Café
Date estimative de mise en route :	1 avril 2007

Contexte

1. Individuellement, un caféiculteur se fait difficilement entendre sur le marché. Du fait qu'il met en vente de très petites quantités de café il a très peu de pouvoir pour négocier les prix avec les acheteurs, particulièrement les acheteurs itinérants. En outre, en raison de la structure et du mode de financement de l'industrie, même lorsqu'un caféiculteur apporte son café à l'usine pour le vendre, il perçoit très rarement une prime de qualité ; les usines sont plus intéressées par le volume que par la qualité. De nombreux caféiculteurs sont très déçus par cette situation et ils s'intéressent de plus en plus aux systèmes de commercialisation coordonnés et gérés par les producteurs, particulièrement en Papouasie-Nouvelle-Guinée.

2. Dans le passé, la plupart des efforts de centralisation de la commercialisation du café au profit des petits caféiculteurs en Papouasie-Nouvelle-Guinée ont échoué ou, au mieux, ont donné des résultats inégaux. Les raisons sont nombreuses mais le point commun semble être que les caféiculteurs n'avaient pas vu les avantages réels à long terme de ce type d'association ; c'est-à-dire qu'ils ne s'étaient pas identifiés au café qu'ils produisent mais le considéraient simplement comme un produit de base qui, quelle que soit sa qualité, devait être vendu au mieux disant. Mais, les tentatives récentes de coopération sont prometteuses et le moment est clairement venu de tenter de mettre en place un système soigneusement planifié et élaboré de commercialisation basé sur des groupes ou coopératives, cherchant à développer une alliance et un partenariat stratégique avec des torréfacteurs et d'autres utilisateurs finaux au moyen de la création de marques pour le café produit par le ou les groupes. Ce café devrait être de la meilleure qualité possible et produit selon des méthodes économiquement viables et écologiquement durables.

Aperçu du projet

3. Ce projet pilote portera sur un petit nombre de groupes autosuffisants. Six groupes, fortement intéressés par une participation, ont été identifiés. Il est proposé de fournir une assistance pour la planification, la formation et la mise en œuvre, dans l'objectif de faire connaître ces groupes par le secteur du négoce du café, en créant des partenariats stratégiques avec des acheteurs étrangers et en créant leurs propres marques. Cela nécessitera :

- la définition de règles strictes encourageant la production de café de bonne qualité, selon des méthodes économiquement viables et écologiquement durables, en assumant la responsabilité totale de chaque étape du processus ;
- la fourniture d'une formation et de services de formulation des politiques appropriés ;
- la création d'une autre filière de commercialisation ; et
- l'introduction auprès d'acheteurs/partenaires stratégiques potentiels. À cet égard, le projet s'accompagnera de quelques mesures incitatives destinées à s'assurer la participation active d'acheteurs et de torréfacteurs.

4. Les groupes envisagés comprennent notamment *Tribal Aromas Cooperatives Ltd* et *Finschhafen Organic Coffee Growers Association*. [Les autres groupes restent à confirmer].

5. Lorsqu'ils seront opérationnels, les groupes, gérés sous forme de coopératives inscrites, commerceront au moyen des contacts établis pendant le projet, en expédiant du café conforme aux descriptions commerciales courantes et protégé par des marques. Ces groupes cibleront le "secteur des cafés de spécialité" qui paie des primes de qualité et de traçabilité des origines, ainsi que des primes que l'on peut qualifier de "facteur de nouveauté." Ils seront la matrice à partir de laquelle la commercialisation par les caféiculteurs pourra se développer en fonction de la demande. En agissant de concert, selon des règles solides et avec des directives compétentes, les groupes atteindront l'objectif du projet qui est de maximiser les résultats de la caféiculture. Le projet sera important en tant qu'exemple et guide pour d'autres petits exploitants, non seulement en Papouasie-Nouvelle-Guinée mais dans d'autres pays producteurs de café.

Coûts et financement
(en dollars EU)

	Année 1	Année 2	Année 3	Total
Activité 1 – Amélioration de la production				
Étude de base	7 500			7 500
Conseiller en agronomie	25 000	25 000	15 000	65 000
– transport et autres coûts	2 000	2 000	1 000	5 000
Transformation par voie humide – dépulpeuses manuelles	30 000			30 000
– usine(s) centrale(s) de transformation par voie humide	75 000			75 000
Amélioration de l'accès/logistique du marché	100 000			100 000
Activité 2 – Formation				
Ateliers de formation initiale x 6	30 000			30 000
Torréfacteurs d'échantillons et matériel de dégustation	18 000			18 000
Instructeur en évaluation sensorielle (corps du café)	10 000			10 000
Ateliers généraux	12 000	12 000	12 000	36 000
Activité 3 – Certification				
Évaluation par agence de certification		60 000	20 000	80 000
Administration	3 000	3 500	4 000	10 500
Activité 4 – Partenariats stratégiques avec acheteurs				
Consultant en commercialisation	12 500			12 500
Collecte et expédition d'échantillons	1 500	1 500		3 000
Activité 5 – Spécification du produit				
Consultant en commercialisation		7 500		7 500
Activité 6 – Programme de familiarisation				
Voyage et hébergement		45 000	45 000	90 000
Activité 7 – Marques				
Élaboration		12 000	4 000	16 000
Aspects juridiques		12 000	4 000	16 000
Activité 8 – Centre d'échange				
Infrastructure	10 000			10 000
Personnel	10 000	20 000	20 000	50 000
Fonds de roulement initiaux		150 000		150 000*
Activité 9 – Plan de commercialisation				
Consultant en commercialisation		10 000	5 000	15 000
Conception et production du matériel promotionnel		25 000	10 000	35 000
Autres initiatives promotionnelles		10 000	25 000	35 000
Activité 10 – Administration, etc.				
Coordinateur de projet	20 000	20 000	20 000	60 000
Évaluation intermédiaire		15 000		15 000
Total	366 500	430 500	185 000	982 000

* Contribution de contrepartie