



# La croissance du marché du café a-t-elle atteint un plafond?

## LE MARCHÉ DU CAFÉ

### Des enjeux commerciaux majeurs

Les 28 pays de l'UE ont importé pour EUR 7,8 milliards de café en 2018.

Le café est la 2ème matière première échangée dans le monde derrière le pétrole.

Le café représente des échanges mondiaux entre USD 10 et 15 milliards par an en moyenne.

### Le café, une boisson à la mode



2,3

Millions de tasses sont bues chaque minute dans le monde



2,5

Milliards de consommateurs. 2/3 habitants de la planète consomment du café.

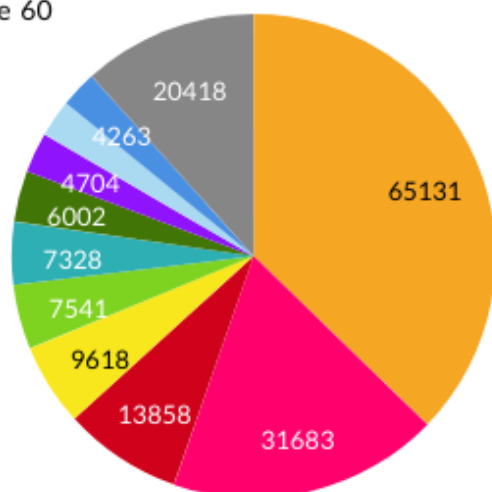


2

Le café est la 2ème boisson la plus bue après l'eau et devant le thé.

### Principaux pays producteurs de café en 2018

(en milliers de sacs de 60 kilogrammes)



- Brésil (37.24%)
- Vietnam (18.12%)
- Colombie (7.92%)
- Indonésie (5.5%)
- Ethiopie (4.31%)
- Honduras (4.19%)
- Inde (3.43%)
- Ouganda (2.69%)
- Mexique (2.49%)
- Pérou (2.44%)
- Autres (11.67%)

Originaire du Yémen et de l'Éthiopie, le café est cultivé dans plus de 50 pays en 2020.

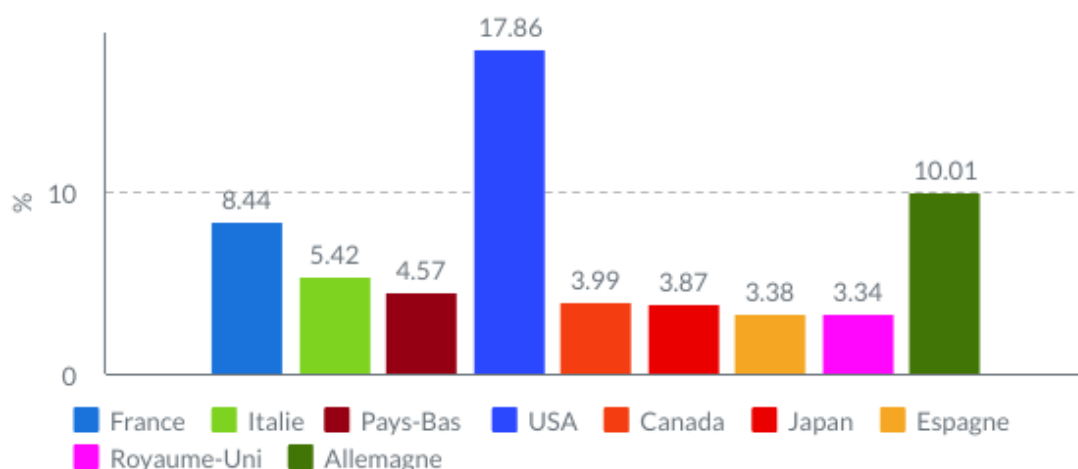
Bien que la production de café soit répandue et se multiplie dans de nombreux pays, 5 pays (Brésil, Vietnam, Indonésie, Colombie et Ethiopie) alimentent 70% du marché mondial.

3ème production agricole mondiale après la canne à sucre et le riz. L'Arabica est la principale variété de café commercialisé avec 2/3 des exportations totales.

La production mondiale de café en 2017-18 a progressé jusqu'à 9'564 millions de tonnes de café.

25 millions de personnes vivent directement de la culture. 100 millions de personnes sont impliquées dans la filière agricole.

### Principaux lieux de consommation du café



La production de café se concentrent donc dans quelques pays en Amérique latine, en Asie du Sud-est et en Afrique.

Bien que la consommation de café soit généralisée parmi la population mondiale, les grands importateurs de café se situent principalement dans l'Union Européenne (UE) et les Etats-Unis.

Les foyers de consommation tout comme les lieux majeurs de production sont géographiquement concentrés.

Il existe donc une situation de dépendance d'approvisionnement et de débouchés qui représente un risque potentiel pour le marché.

## CONTEXTE :

Un secteur commercial d'importance mondiale dont les parts de marché sont détenues par un nombre limité de pays et d'acteurs économiques.



# LE MARCHÉ DU CAFÉ

## Les principaux pays exportateurs de café en 2018

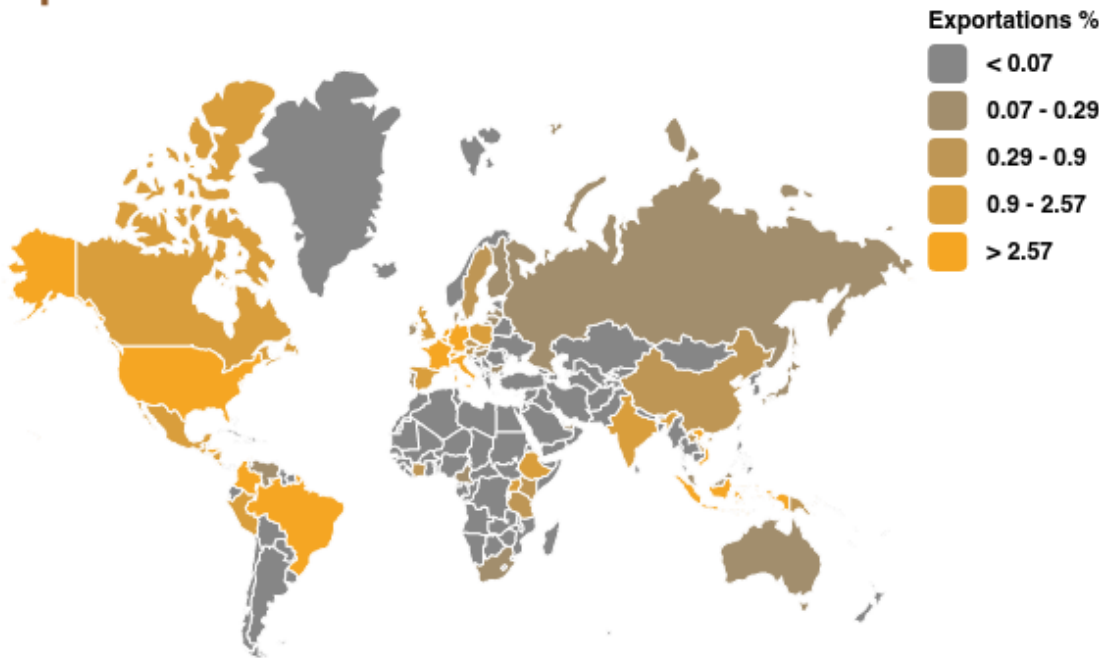
Le **café moulu** représente **56%** de parts de marché, devant les **dosettes** (**30,2%**) et le **café soluble** (**13,6 %**).

L'exportation du café constitue souvent une **partie importante des revenus du pays producteur** et une source **majeure d'emploi**.

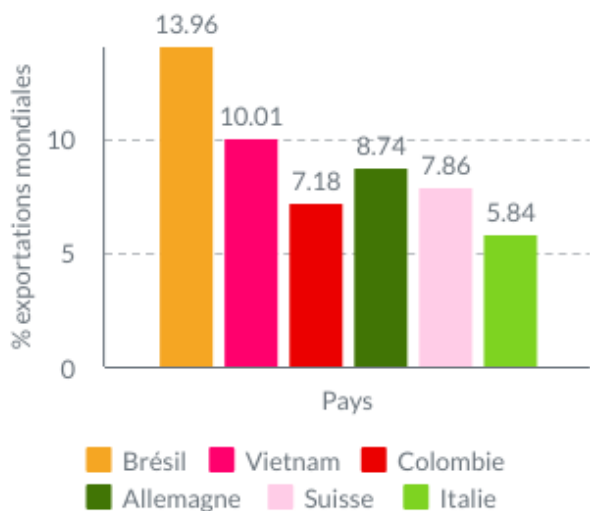
Bien que **l'Allemagne, l'Italie et la Suisse** ne soient pas des pays producteurs de café, ils font partie des **6 plus gros exportateurs de café** en tant que **réexportateurs**.

Plusieurs sociétés commercialisent le café aux particuliers ou aux professionnels sont en effet basés dans des **pays européens, au plus proche des consommateurs**.

Depuis l'implantation des usines Nespresso, la **Suisse est devenue le 1er exportateur mondial de café torréfié**.



## Top 6 des exportateurs



## Une concentration des ventes de café dans le monde



**40 % de la récolte mondiale de café est torréfiée par trois entreprises** et **55 % du café est commercialisé par seulement cinq négociants**.

**Nestlé**, société suisse, détient **22,2% des parts du marché mondial du café**.

Le néerlandais **Jacobs Douwe Egberts (JDE)** représente **10,1%**. JDE est propriétaire des marques **L'Or, Tassimo** ou encore **Senseo**. Fin mai 2020, JDE levait **EUR 2,25 milliards** lors de son entrée en bourse européenne.

Le reste du marché est ensuite bien plus fragmenté incluant des acteurs tels que l'italien **Lavazza**, qui détient **2,7%** du marché mondial, **Starbucks** (**2,5%**) ou encore **Meo, Segafredo** et **Illy**.



JACOBS DOUWE EGBERTS

## Un risque de dépendance pour les pays producteurs?



Le **café Arabica** est le principal produit agricole d'exportation du Pérou.

Les principaux acheteurs du café Péruvien sont **l'Allemagne (32%), les Etats-unis (22%), les Pays-Bas** ainsi que la **Belgique et la France**. Ces 5 pays **importent 74% du café produit au Pérou**.

De la même manière que pour les pays importateurs, le cas du Pérou souligne une **dépendance de certains pays producteurs envers leurs clients** car leurs portefeuilles s'avèrent peu diversifiés d'un point de vue macroéconomique.

Pour faire face à la forte concurrence du marché, ces sociétés rachètent de plus petites enseignes pour consolider leur positionnement.

- **Lavazza a ainsi racheté Merrild et Carte Noire**, respectivement des marques historiques au Danemark et en France en 2015 et 2016.

- En 2017, **Nestlé investit dans Blue Bottle**, marque californienne, pour se positionner dans le café artisanal.

- En février 2019, **Nestlé investissait USD 7,15 milliards** pour s'offrir les droits perpétuels de commercialiser les produits Starbucks (hors produits des magasins et prêts-à-boire).



TORINO, ITALIA, 1895

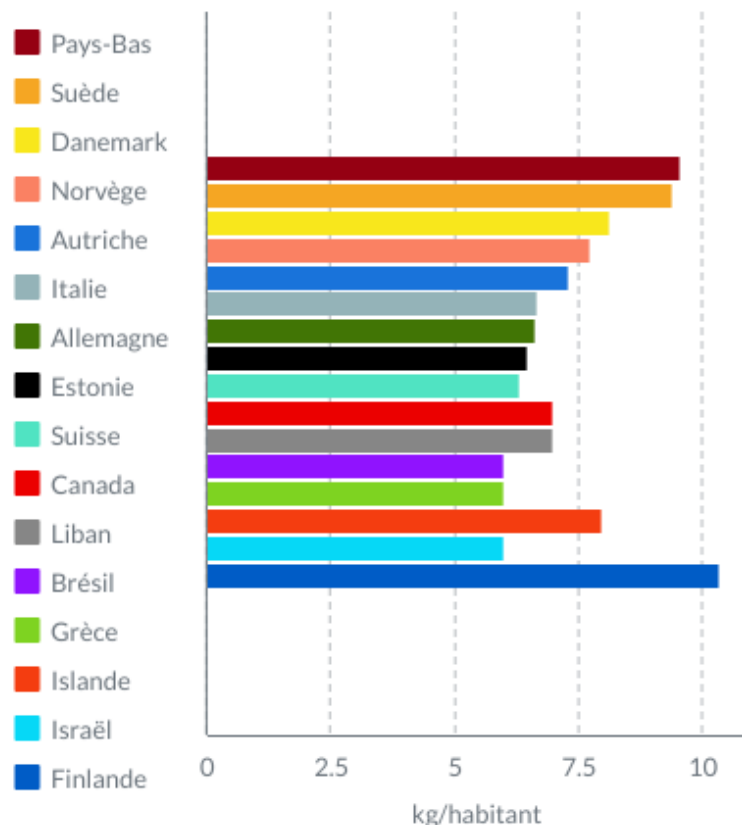
## OPPORTUNITÉ :

Un marché en évolution en termes d'attentes des consommateurs accompagnées d'un développement de la demande de café dans de nouveaux marchés.



# LE MARCHÉ DU CAFÉ

## Consommation de café par habitant et par an



## Une importance du terroir et de la durabilité du café

Le café connaît une évolution des habitudes de consommation en **3 phases** :

- 1) l'accès à consommation de masse dans la plupart des régions du monde, « grâce à des acteurs comme Nestlé lors de la première moitié du 20ème siècle.
- 2) La diversification des styles de torréfaction, avec une expérience de consommation nouvelle, dont Starbucks est le représentant de cette tendance dans les années 1970/1980.
- 3) La phase actuelle repose sur l'artisanat, la qualité ainsi que la durabilité et l'éthique dans la chaîne de valeur du café.

La consommation de café est en mutation pour devenir un bien similaire au chocolat ou au vin. L'appellation, l'origine et les conditions de production deviennent une considération essentielle pour le consommateur.

Les acteurs du café doivent prendre en compte ces changements afin de saisir de nouvelles parts de marché du café, notamment dans les pays occidentaux qui possèdent une culture de la dégustation de café.

## Un marché mature qui représente encore de grandes opportunités de croissance et de changements



### Prévisions de croissance

En septembre 2019, Patrice Bula, président de Nespresso, affirmait que «le marché mondial du café connaît une croissance de 5% par an en moyenne et devrait progresser de 30 milliards de francs dans les cinq prochaines années».

En juillet 2020, Nespresso a d'ailleurs annoncé un investissement de CHF 160 millions pour renforcer sa production en Suisse.

Le leader du café dans le monde souligne son optimisme et démontre l'existence de débouchés dans un marché en mutation.



### Nouveaux marchés

La population croissante et l'émergence d'une classe moyenne explique les possibilités de développement du marché du café, plus spécifiquement en Asie comme en Chine, en Inde ou en Russie.

Des opportunités majeures demeurent également au Brésil et aux Etats-Unis où le taux de pénétration des machines à dosettes est de 20 à 30% dans les ménages américains alors qu'il est de 60% en Europe.

L'implantation territoriale des marques de café dans de nouveaux marchés est stratégique si elles veulent renforcer leur positionnement afin de gagner des parts de marché, maintenir des marges intéressantes et faire face à la concurrence.



### Montée en gamme

Le marché du café est décroissant en volume mais en hausse de près de 2% en valeur.

Les consommateurs ont tendance à se détourner des aliments standards pour favoriser des produits plus frais avec un terroir et une histoire. Selon les estimations, en 2016, les principaux acteurs de la troisième vague ont généré seulement USD 126 millions de chiffre d'affaires dans 123 magasins.

Pour saisir de nouvelles opportunités et séduire un nouveau type de consommateur, les sociétés ont intérêt à proposer des produits «premium» qui jouent sur la qualité du café couplée au savoir-faire des baristas et au respect des normes éthiques et environnementales.



## MENACE :

Un secteur soumis à la volatilité des prix et la spéculation ainsi qu'à des risques de réputation et de fragilisation de la chaîne d'approvisionnement.

# LE MARCHÉ DU CAFÉ

## VOLATILITÉ DES PRIX



Degré de la menace :  
**Forte**

Le cours du café a chuté de 55% en 5 ans suite à une surproduction et la spéculation sur les marchés financiers, alors que le prix de l'expresso ne diminue pas.



La **dépréciation des prix** du café pourrait mener à une altération de la qualité des produits voire la disparition de nombreuses fermes agricoles. Une telle situation engendrerait une remontée des prix mais mènerait également à une **crise humanitaire et des difficultés d'approvisionnement en café**.

Une trop forte variation et surtout une baisse des prix représente un risque pour le marché du café. Réunis en forum mondial au Kenya en avril 2019, les producteurs de café ont tiré la sonnette d'alarme face à l'**appauvrissement des petits producteurs**.

Une **stabilité et une plus juste répartition des bénéfices de la vente de café** serait ainsi souhaitable d'un point de vue éthique mais également pour assurer la soutenabilité des activités commerciales de l'ensemble du marché.

## ENVIRONNEMENT & SOCIAL



Degré de la menace :  
**Moyenne**

Les filières agricoles, et notamment celle du café, sont des secteurs soumis à des **risques élevés de violations de droits humains** et d'atteintes à l'environnement. (conditions d'emploi précaires, la corruption et le travail des enfants ainsi que la déforestation)



Une enquête de juillet 2020 montre le **travail des enfants** principalement dans les plantations de cacao mais également de café en Côte-d'Ivoire.

De plus, le commerce de café est souvent critiqué pour ses atteintes à l'environnement, notamment en termes de déchets avec les dosettes, les filtres et les gobelets à usage unique. **Seulement 27,7% des capsules sont recyclées**. L'objectif de Nespresso est d'atteindre 100% de recyclage de ses capsules en 2020.

Les attentes des consommateurs tendent vers des cafés de "spécialité" valorisant le goût et la qualité. La qualité passe notamment par une **chaîne de valeur éthique et responsable en termes de droits de l'homme et de respect de l'environnement**.

Chaque atteinte à la responsabilité sociale et environnementale des entreprises dans la *supply chain* est un **risque de réputation pouvant avoir des incidences économiques négatives**.

## RISQUES GÉOPOLITIQUES



Degré de la menace :  
**Moyenne**

En 2019, José Sette, directeur de l'Organisation Internationale du café, a averti qu'**« en cas de choc climatique ou politique, la chaîne d'approvisionnement mondiale serait totalement perturbée »**.

La *supply chain* est d'autant plus fragilisée que les 5 pays producteurs augmentent leurs parts de marché avec la baisse des prix du café.



En 2020, le contexte géopolitique se caractérise par une **instabilité grandissante**. Les tensions entre les Etats-Unis et la Chine ont des conséquences négatives sur le commerce international. Elles s'expriment notamment au travers des mesures protectionnistes mais également des **frictions en Mer de Chine méridionale** qui pourraient limiter la libre navigation dans la région et par conséquent entraver l'approvisionnement en café en provenance du Vietnam.

La guerre civile dans le **Soudan du Sud** ont déjà démontré que les conflits pouvaient mettre en péril des investissements dans le secteur du café, empêchant alors une diversification des sources d'approvisionnement.

En plus de la **crise sanitaire du coronavirus** qui empêche l'**écoulement des stocks de café** brésilien et entraîne de nouveau une baisse des prix du café, une **instabilité sociale et politique** au Brésil pourrait venir bouleverser la chaîne d'approvisionnement et détériorer grandement les revenus des acteurs du secteur.



**GI²A**

Découvrez en vidéo le fonctionnement de notre solution d'intelligence artificielle. Elle assure un gain de temps et consolide l'expertise de nos consultants.

Geneva Intelligence SA  
Boulevard des Philosophes 17  
CH- 1211 Genève 12

T +41 (0)22 552 46 52  
contact@geneva-intelligence.ch  
www.geneva-intelligence.ch



"SAVOIR POUR PRÉVOIR AFIN DE  
POUVOIR"  
Auguste Comte

La connaissance via la collecte et l'analyse d'informations fiables et pertinentes garantit un positionnement efficace sur son marché et la croissance des opportunités d'affaires.