Organization for an International
Geographical Indications Network

Les IG café : réponses et questions

Philippe Bastide

Atelier IG café cacao Yaoundé

28-30 sept 2010

L'IG fait référence à un terroir

Terroir = Un territoire de production (climat, sol, hommes) qui produit un café de qualité reconnue.

- Un produit café spécifique (caractérisation, cahier des charges…)
- Une organisation de producteurs (bien collectif qui bénéficie à tous)
- Un cadre légal et juridique au niveau national (lois, organisme et outils de contrôle)

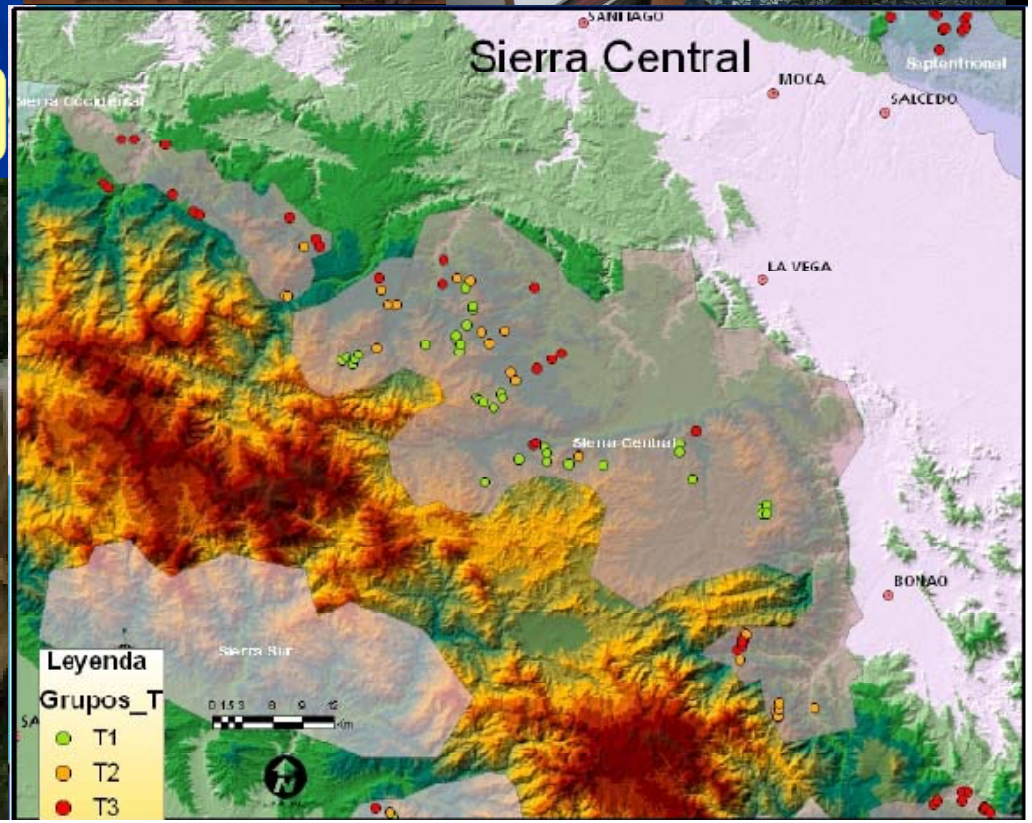
Connaissances et reconnaissances empiriques

- La variété (Bourbon, Typica / Nganda, Amboim…)
- Le sol (composition, nature et paysage)
- L'altitude, l'ombrage (cofacteurs de la température et de l'humidité)
- Les savoir-faire au travers des pratiques culturales et post-récolte (la place de l'homme dans le système)

Quelques exemples de noms de terroirs connus : Blue Mountain (Jamaique), Antigua (Guatemala), Sidamo, Yerge Shaffe, Harrar, Kaffa (Ethiopie), Niaouli (Togo), …

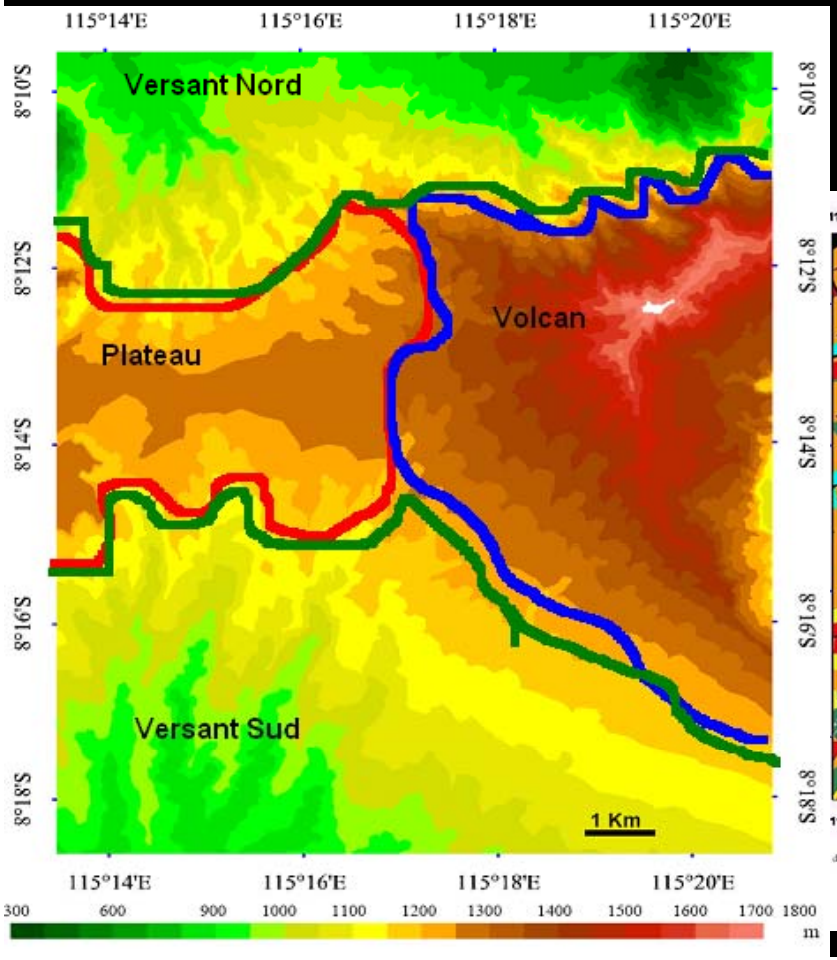
Exemple 1 : République dominicaine

Promotion et valorisation de Cafés Spéciaux



Exemple 2 : l'IG café de Kintamani à Bali

Protection du nom sur le marché national indonésien
Image et tourisme



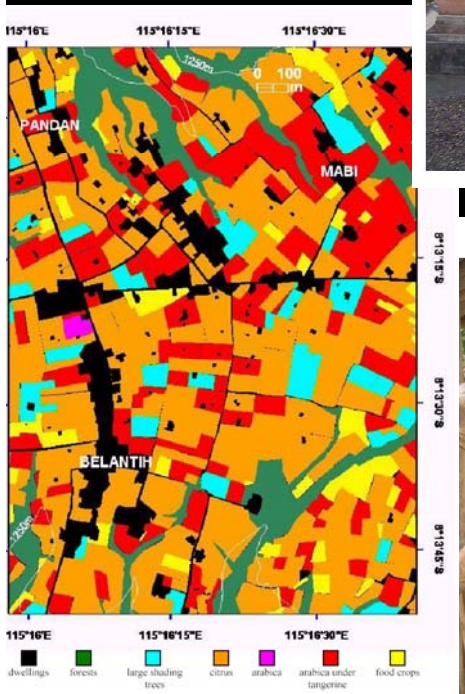


Figure 55: Main agrosystems map (cf. Table 5 p21 for description) in the surroundings of Banjar Belantih and Mabi (Desa Belantih).

Séchage du café coque dans un temple de Subak Abian. Cliché V. Keller

Système traditionnel d'étable mobile en bambou dans la caféière. Cliché B. Sallée.

Exemple 3 : filière caféicole à la Réunion

Survie d'une filière et création de valeur ajoutée

Exemple 4 : le café des Bolovens au Laos

IG en cours de validation :
2 types de cafés
Une organisation de producteurs structurée
Une filière organisée …
… mais …
des lenteurs administratives

Quelques questions pour animer le débat (1/2)

- **Pourquoi et pour qui choisir l'IG ?**
  - Il existe plusieurs déterminismes : protection, reconnaissance, valorisation, marketing.
  - Il existe plusieurs signes qui permettent l'obtention de valeur ajoutée. Quid de leur convergence ?

- **Qui sont les réels gagnants dans la filière café : les producteurs ou les transformateurs ?**
  - les producteurs et leurs organisations ont-ils la maitrise de l'information qu'ils fournissent aux marchés ?
  - Les utilisateurs valorisent l'information (garantie origine) mais ne l'utilisent pas toujours (blends vs marchés de niche)

Quelques questions pour animer le débat (2/2)

Comment définir la qualité du café : sur café vert, torréfié ?
- Le label est basé sur une production en café vert. Cependant, une bonne partie de la qualité finale dépend de la torréfaction, étape qui n'est pas toujours « contrôlable » par les producteurs.

Quels attributs mesurer ou tracer ?
- caractère semi-objectifs (analyse sensorielle)
- caractères objectifs (analyses physico-chimiques, biochimiques)

Quelle est l'unité commerciale : le sac ou le container ?
- Les producteurs sont souvent des quantités faibles interdisant un accès direct au marché : ils doivent d'allier et être solidaires
- Les circuits de commercialisation hors marché standard coutent chers.

Gracias por su atención
Thank you for your attention
Merci de votre attention