

Tirer parti de l' «e»

ENGLISH ESPAÑOL

À l'occasion du Sommet mondial sur la société de l'information qui a eu lieu à Tunis, les entreprises des pays riches et pauvres ont pu s'interroger: «en quoi le 'e' peut doper ma compétitivité.

Qu'il s'agisse de café ou de vêtements, les technologies de l'information et de la communication (TIC) changent la façon de faire du négoce; elles sont porteuses de promesses et de risques comme en témoignent les dernières tendances concernant notamment les enchères de café et la «e» révolution dans le secteur des textiles et des vêtements.

Pour rester compétitives, les entreprises des pays en développement doivent s'adapter en se familiarisant avec les applications qui améliorent leur visibilité, leur efficacité ou la valorisation de leurs produits. Les défis sont immenses, notamment dans les pays où la culture électronique se développe lentement. L'exploitation des e-ressources n'est pas automatique; encore faut-il que les pays la gèrent.

Les articles suivants, expliquent la façon dont le CCI a aidé les exportateurs des pays en développement à faire entendre leur voix lors du Sommet mondial sur la société de l'information qui a réuni, notamment, des gouvernements, des représentants du secteur privé et des universitaires.

Vous trouverez aussi, sur le site internet du **Forum du commerce**, comment les technologies de l'information ont pu aider les exportateurs de café, suite à la fermeture du port de la Nouvelle-Orléans, ainsi qu'un rapport sur les réponses aux questions des exportateurs.



Photo: Digital Visions

Les enchères électroniques dopent les ventes de café

Par Morten Scholer, CCI
Forum du commerce international - No. 3/2005

Les enchères électroniques de café de haute qualité améliorent les revenus des producteurs et dégagent des gains d'efficacité pour les acheteurs et les vendeurs.



Photos.com

Les producteurs de café n'ont pas toujours fait la différence entre le café courant et le café de qualité; en conséquence, les prix n'étaient pas différenciés pour les deux types de café. L'étude de marché réalisée par le CCI à la fin des années 90 a conclu que les producteurs de café pourraient dégager davantage de bénéfices en vendant leur meilleur café à un marché de niche, le marché «gourmet». Le CCI, en coopération avec l'Organisation internationale du café et le Fonds commun pour les produits de base, a mis sur pied un projet sur ce type de café en vue de développer les exportations de cafés de qualité supérieure susceptibles d'obtenir de meilleurs prix. Cet investissement dans la qualité n'est pas un concept nouveau.

La stratégie de développement des exportations du CCI était novatrice en ce sens qu'elle recourait aux technologies de l'information et de la communication (TIC).

Les Brésiliens ont piloté l'enchère en ligne

En octobre 1999, le CCI a organisé un concours de qualité «Best of Brazil» dans le cadre de son Projet Café gourmet; 315 cultivateurs de café brésiliens ont pris part au programme.

Lors de ce concours, des dégustateurs de café professionnels («cuppers») ont sélectionné les dix meilleurs produits proposés à la vente lors de cette première enchère mondiale de café sur internet. En décembre, 900 sacs de 60 kg étaient disponibles à la vente pour les 23 enchérisseurs du monde entier qui ont participé à cette vente en ligne durant 48 heures.

L'expérience a été un succès; non seulement la technologie a bien fonctionné mais les prix obtenus ont été plus élevés que prévu, certains cafés atteignant plus du double du prix estimé.

Le projet a débouché sur la mise sur pied d'un concours régulier appelé Cup of Excellence® en vue d'aider les cultivateurs de café de plusieurs pays. Le Brésil a accueilli les enchères Cup of Excellence® tous les ans depuis 1999; la Bolivie, la Colombie, El Salvador, le Honduras et le Nicaragua ont suivi son exemple.

Les organisateurs ont procédé à quelques aménagements afin que l'enchère en ligne reflète, autant que faire se peut, la pression d'une enchère traditionnelle. Ainsi, ils ont augmenté le nombre de sortes de café proposés à 30 et réduit la durée de la vente en ligne à quelques heures. À l'expiration de cette période, les enchères se poursuivent tant que l'écart entre deux propositions est inférieur à trois minutes.

Les enchères dynamisent le commerce du café

Ces enchères ont-elles une utilité? Le projet Cup of Excellence® répond positivement, estimant qu'elles s'emploient à reconnaître et récompenser les cultivateurs offrant un café de qualité et que ce projet permet aux pays producteurs de café d'investir dans l'éducation de qualité, le développement durable et la promotion.

Le projet déclare qu'«aucun autre programme ne reverse autant de fonds directement aux cultivateurs. Il s'agit sûrement du meilleur programme pour identifier les producteurs de café de qualité et établir des relations à long terme, notamment pour les petits torréfacteurs.»

Le concours et les enchères Cup of Excellence® sont un bon outil commercial pour les petits producteurs qui, ainsi, sortent de l'anonymat et sont reconnus pour produire du café de qualité.

Les lauréats reçoivent un prix mais récupèrent également 85% du prix des enchères. Les exploitations gagnantes, et leur région, doivent s'attendre à des visites et demandes de renseignements émanant d'acheteurs.

Le programme et ses composantes «jettent un pont entre le cultivateur de café de qualité, le commerce de qualité et au bout du compte le consommateur», selon le site internet de Cup of Excellence® (<http://www.cupofexcellence.org>).

Il stimule également le commerce du café à plusieurs égards: il facilite l'approvisionnement et l'identification des cafés et exploitations de qualité; permet à de nouvelles régions d'accéder aux acheteurs; aide les producteurs à identifier

et exploitations de qualité; permet à de nouvelles régions d'accéder aux acheteurs; aide les producteurs à identifier différents besoins et niches; développe des infrastructures et des systèmes de distribution; encourage la coopération entre les pays producteurs de café; favorise l'accès aux cultivateurs; crée des liens avec les acheteurs de café de qualité dans le monde entier; et permet aux pays producteurs de prendre des décisions avisées sur l'utilisation des terres.

Les enchères en ligne gagnent du terrain

D'autres pays et organisations ont repris l'idée des enchères électroniques de café au cours des dernières années.

Le Coffee Quality Institute (<http://www.coffeeinstitute.org>) s'est associé avec la Specialty Coffee Association of America en 2004 pour créer des enchères pour la qualité («Q Auction»). Ce programme concerne des quantités plus importantes (conteneurs complets) de café de spécialité. Depuis avril 2004, 11 enchères de ce type se sont déroulées dans cinq pays d'Amérique centrale. Elles permettent aux acheteurs de sélectionner des cafés s'étant classés au-dessus d'un minimum sur une échelle reconnue («cupping scores»). Le logo des Q Auctions n'apparaît pas sur les emballages de détail, contrairement au logo Cup of Excellence®, que les acheteurs peuvent utiliser à loisir.

Certains pays ont organisé leurs propres enchères en ligne, notamment le Costa Rica (Crop of Gold), le Guatemala (Exceptional Cup) et le Panama (Best of Panama). En juillet, l'Éthiopie est devenu le premier pays africain à mettre sur pied une enchère d'envergure appelée Ethiopian Gold 2005. Vingt-six cafés, sélectionnés parmi 126 coopératives, ont été vendus à des prix très encourageants. Cette enchère a été mise sur pied en coopération avec la eCafé Foundation (<http://www.ecafefoundation.org>), qui dispose de partenaires aux Pays-Bas et aux États-Unis.

Aujourd'hui, la production mondiale annuelle de café atteint 115 millions de sacs, soit 7 millions de tonnes. Seule une fraction est vendue par le biais d'enchères électroniques, mais la quantité croît et davantage de pays devraient s'engouffrer dans la brèche pour promouvoir le café de haute qualité et obtenir un meilleur prix.

Le Guide du café en ligne élargit son audience

La version en ligne de la publication Café: Guide de l'exportateur (disponible sur le site: <http://www.leguideducafe.org>) témoigne de la contribution des TIC au développement du commerce. Ce site est destiné aux producteurs, transformateurs, exportateurs et associations du secteur ainsi qu'aux personnes impliquées dans le transport, le financement, le contrôle de la qualité, la certification et les secteurs connexes dans les pays producteurs. Le site fournit des informations sur tous les thèmes liés au commerce, incluant les marchés principaux et les créneaux de marché, les contrats, la logistique, la gestion de la chaîne d'approvisionnement et les risques, la qualité et les questions juridiques. Un des 12 chapitres couvre le e-commerce dans le secteur du café.

Le site propose également des questions-réponses. Les utilisateurs peuvent poser des questions; des experts leur répondront dans un délai général d'une semaine. Les réponses alimentent des archives consultables par d'autres visiteurs. Le site contient également une page de conseils consacrée à l'achat et à la vente de café. La consultation du site est gratuite.

Le site est également disponible en anglais (<http://www.thecoffeeguide.org>) et en espagnol (<http://www.laguiadelcafe.org>).