

Et si les géographes lisaient dans le marc de café ?

Le café est l'une des boissons les plus consommées dans le monde alors que sa diffusion ne date que de moins de quatre siècles. Gilles Fumey, faute de géographes parisiens sur la géographie du café, avait invité Alain Gernolles, qui a beaucoup travaillé dans le marketing du café, qui a visité tous les pays où l'on produit du café mais qui connaît particulièrement bien la Colombie, et Jean-Pierre Nottey, torréfacteur qui travaille depuis plus de trente ans chez Ladoux-Richard, fournisseur de très nombreux cafés à Paris, dont l'Ecritoire.

D'emblée, G. Fumey pose la question de la qualité : vous arrive-t-il de boire du bon café ? M. Nottey rappelle qu'un effort considérable est fait par les professionnels, aussi bien pour les produits consommés dans les bistrotts que pour ce qui est vendu en grandes surfaces. G. Fumey insiste : qu'est-ce que c'est qu'un bon café pour vous ?

M. Nottey parle de plaisir, d'arômes fruités. A. Gernolles est plus nuancé : il ne peut y avoir de bon café uniquement grâce au travail du planteur et du torréfacteur. L'eau, la machine, la tasse ont aussi leur importance. Mais la qualité progresse parce que le consommateur est mieux informé, plus exigeant, qu'il consomme moins de robusta et plus d'arabica. Les consommateurs sont de plus en plus intéressés par le terroir et A. Gernolles prédit que demain ils s'intéresseront aux « châteaux » (comme pour les grands vins) du « Jamaïque » par exemple (480f/kg), du Sca Gris ou du Malabar. Mais comme pour le Beaujolais, il ne faut pas nier qu'il y a une grosse part de marketing dans cette évolution. J.-P. Nottey fait remarquer que les mélanges ne doivent pas être considérés comme mauvais, que les pures origines ne sont pas forcément des gages de qualité et que la science du torréfacteur qui procède à de bons mélanges est déterminante.

La petite et grande histoire... Voici une boisson très localisée dans ses origines (le Yémen), qui est un breuvage apprécié des Arabes et des Turcs et qui n'est découverte par les Européens qu'au 16^e siècle. En moins de deux siècles, elle conquiert le monde. Comment expliquer cette diffusion rapide et universelle si l'on exclut le goût (exotique ?) et sa qualité de coupe-faim ? J.-P. Nottey pense que la rareté a joué un rôle : la plante et la fabrication du café ont été longtemps tenus secrets, ce qui a permis de tenir le marché et d'augmenter le prix. Il a fallu voler des plants de café pour pouvoir en étendre la culture en Inde, en Indonésie, en Afrique et, plus tard, en Amérique. A. Gernolles pense que la rareté a été un frein à la consommation mais il argumente plutôt en faveur de la facilité à fabriquer cette boisson, de ses vertus curatives. Les musulmans pensent que le café a été offert à Mahomet par l'archange Gabriel pour lui permettre d'être aussi vaillant à cheval qu'auprès de ses femmes... Au traité d'Utrecht, les Hollandais ont offert quelques plants de café à Louis XIV. Jusque là, à la différence du thé, le café (appelé aussi vin d'Islam) était un produit très rare en Occident. Mais il faut remarquer que les autorités religieuses aussi bien musulmanes que chrétiennes ont eu des avis controversés sur les bienfaits de cette boisson mais, au final, les pro-café (le pape par exemple) l'ont emporté. J.-P. Nottey souligne que c'est une boisson qui a permis de se réunir (contrairement à l'alcool), qui offre de la convivialité. Pour A. Gernolles, le café est devenu en Europe au 18^e siècle une boisson d'intellectuels et d'artistes : J.-S. Bach, Voltaire, Balzac étaient de grands amateurs de café. Mais petit à petit, cette boisson s'est démocratisée. Est-ce

pour des raisons techniques comme la lyophilisation par les Américains pendant la dernière guerre mondiale ? M. Nottey pense que non. Le café soluble ne concerne que 20% de la consommation dans le monde et la tendance est plutôt à la diffusion de petits filtres pour percolateurs légers. A. Gernolles précise que c'est sur les autoroutes qu'on a diffusé aux Etats-Unis les premiers cafés solubles. Mais qu'aujourd'hui, les consommateurs exigent plutôt des cafés en grains, sauf les Britanniques. Pour M. Nottey, le problème est que les boissons à la mode dans le monde sont surtout des boissons sucrées. Comme le café est une boisson amère, sa consommation stagne. D'où les efforts de promotion auprès des jeunes. Si les étudiants boivent du café, c'est surtout parce que c'est la boisson la moins chère. Cependant, le café est une boisson très différente des autres parce que son élaboration dépend des cultures nationales : pour les Français, l'expresso, c'est 7 g de café pour 7 cl d'eau, pour les Italiens, c'est 8 g, pour les Américains 6 g pour 10 cl. Quant au Scandinave, il boit du café toute la journée mais ce café a une très faible dose en caféine.

Selon A. Gernolles, le café devrait être la boisson du 3^e millénaire car on n'a pas encore valorisé toutes ses possibilités : café froid, café glacé, café à la vanille ou à l'amaretto, autant de boissons qui devraient plaire. Boisson populaire ? Boisson snob ? Ce sont là des rêves d'industriels rétorque G. Fumey . On est loin du café des intellectuels. Plus prosaïquement, qui sont les fabricants de café actuellement ? Et pourquoi le café est-il resté un produit d'appel dans les bars ? A. Gernolles répond que pendant longtemps, les marges des torréfacteurs et des distributeurs ont été bloquées par les pouvoirs publics, le café étant considéré comme un produit de première nécessité qui entrait dans l'indice des prix. Depuis, le carcan a sauté et les prix ont pu augmenter ainsi que la qualité. Selon A. Junk, on oublie que le café a été une boisson des milieux les plus pauvres au 19^e siècle car c'était une boisson chaude et coupe-faim. Ce que confirme M. Nottey qui fait remarquer que sa qualité était médiocre. Alain Gernolles en profite pour rappeler que le café est la 2^e boisson la plus consommée en France derrière l'eau minérale, qu'il peut être une boisson populaire et une boisson snob. Mais il faut dire aussi que les planteurs de café ne font pas fortune.

L'arbre à cerises

M. Nottey explique que le caféier poussait de manière endémique jusqu'à 600 m d'altitude en Ethiopie et au Yémen. Mais la mode du café a entraîné la culture en dehors de ces aires. La culture du robusta s'est étendue ensuite au moment où l'arabica a été victime d'un champignon. Les premières plantations européennes ont été l'œuvre des Hollandais en Indonésie et des Français à la Réunion. Ces cafés « bourbon » ont été transplantés ensuite, plus tard, au Brésil, notamment par un certain M. de Chirac, médecin de Louis XV (voir plus bas). L'image négative des robusta par rapport à l'arabica est récente et date d'une campagne marketing américaine. La plupart des torréfacteurs trouvent des robusta de qualité, intéressants pour les machines expresso des bistros. Le robusta donne un café rond, agréable en bouche et à l'acidité diluée. M. Gernolles précise que le café fait partie de la famille des rubiacées dans laquelle on trouve aussi le quinquina (cette classification est due à Jussieu). Les premiers plants ont été jalousement gardés en Guyane par les Français jusqu'à ce que la femme du gouverneur de Guyane succombe aux charmes d'un Brésilien et lui livre quelques plants. La voie était ouverte pour le Brésil qui devint le premier producteur au monde. L'arabica a 44 chromosomes, le robusta 22. Le premier a moins de caféine que le second, mais tous les deux poussent entre 800 et 2200 m d'altitude dans les pays tropicaux. L'arabica se présente comme un arbuste plus petit que le robusta de 8 m de haut, et il est taillé pour faciliter la cueillette manuelle. Le robusta peut, lui, atteindre 20 mètres.

Une société du café ?

Cette plante a-t-elle donné lieu à des sociétés originales ? Réponse indirecte et plus vaste : il y a de grands bouleversements dans le monde des planteurs. Jusque dans les années 60, des petits planteurs fournissaient des chargeurs. Depuis 30 ans, des organisations subventionnées par les gouvernements ont constitué des fédérations nationales. En fait, il ne faut pas oublier que le café est, après le pétrole, le 2e produit brut échangé dans le monde. Des exportations fondamentales pour l'économie de certains pays pour lesquels il est la principale source de revenus. Ces fédérations sont responsables de la standardisation de la production. Elles ont privilégié les cafés de qualité moyenne, comme en Colombie où elles ont fait pourtant de substantiels bénéfices certaines années de prix élevés. Elles construisaient parfois des routes, des écoles (Venezuela, Guatemala). Aujourd'hui, les cours sont libres et la spéculation fait varier tellement les cours que certaines économies en sont très gênées. D'autant qu'il ne faut pas oublier que la culture du café est très éprouvante : cultures sur des pentes (pas de mécanisation sauf dans les plantations brésiliennes où les qualités sont médiocres), récolte nécessitant 3 à 4 passages dans les plantations. La cerise est juteuse et attire des moustiques. Il faut la dépulper, puis enlever une autre coque gélatineuse pour obtenir enfin la fève qui doit être séchée et bien protégée de la pluie. Il suffit que 2% soit putride pour la récolte soit impropre à la consommation. Ensuite, compter le transport vers le port d'exportation pour un prix d'arrivée en Europe ou aux Etats-Unis de 300F/kg alors qu'il a été acheté 15 F. Peut-on parler de commerce équitable ? A la question sur les grands fournisseurs, A. Gernolles rappelle que le Brésil fournit le tiers des exportations mondiales et la Colombie 13 à 15%. Il y a bien sûr une vraie lutte entre l'Amérique latine et l'Asie du SE parce que le peone colombien payé 100\$ par mois est concurrencé par le vietnamien payé 20\$. Pour les consommateurs, les gros consommateurs sont les Etats-Unis et l'Europe de l'Ouest qui boivent la moitié de ce qui est produit. Selon M. Nottey, pour pouvoir réduire l'offre (et faire un peu monter les prix), il faudrait des possibilités de stockage que n'ont pas les producteurs. M. Gernolles précise que l'arabica est coté à la bourse de New York et le robusta à Londres. Depuis 15 ans, ces produits sont devenues des matières premières comme les autres, sur lesquelles des fonds de placement américains spéculent. La valeur du café a été ainsi multipliée par 3,5 il y a trois ans. Actuellement, les torréfacteurs avec le fax éliminent les intermédiaires. Cependant, des pays comme le Zimbabwe produisant des cafés de qualité réussissent à négocier des prix de vente à l'année. Mais la Colombie n'y arrive pas...

Que consomme-t-on comme café en France ? Les torréfacteurs sont très nombreux, la tradition étant artisanale. Mais la concentration a rattrapé son retard : trois grandes sociétés dominant dix autres plus moyennes et encore une poignée de petits qui deviendront sans doute des franchisés. La seule société française qui demeure est Légal, les cafés-hôtels-restaurants (CHR) étant fournis par la Maison du Café, Lavazza et Segafredo. Certains grands torréfacteurs comme KJS (Kraft-Jacob-Suchard) lancent des gammes de qualité comme le « pur d'origine de Jacques Vabre », la Maison du Café suivant avec sa marque « L'Or ». Le groupe Richard (auquel appartient M. Nottey) propose des pastilles sous vide garantissant la fraîcheur. Selon M. Gernolles, le marketing italien a su aussi jouer sur les valeurs exotiques, leur permettant de vendre des cafés à 140 F/kg. Les Italiens s'appuient sur une belle culture du café. Dans le sud de l'Italie, les machines à piston permettent au barman de personnaliser le café de chaque client. De nouvelles machines arrivent dans les bars et s'autorégulent en fonction de l'hygrométrie...

A la question sur le temps entre récolte et consommation, A. Gernolles répond que le café vert peut être stocké pendant 10 ans alors que le café torréfié s'oxyde (c'est pourquoi moulu, il faut

le conserver au réfrigérateur, voire au congélateur. Parmi les conseils donnés ce soir-là, on ne cachera pas les dégâts des moulins à ailettes à bannir au profit des bonnes vieilles meules écrasant le grain au lieu de l'éclater. Sur le café turc auquel A. Gernolles préfère le mot de byzantin, on rappelle que cette technique est celle de tous les professionnels dégustant le café. Il arrive même qu'au Moyen Orient, on le parfume avec de la cardamome, en Afrique du Nord avec du poivre, en Normandie avec du calva...

A l'ultime question « Qu'est-ce qu'un bon café ? », M. Nottey reste émerveillé par ce « miracle » arrivé après tant de travail bien fait, y compris si l'eau a été pure (Volvic est excellente) ; A. Gernolles qui rend hommage au consommateur devenu exigeant, insiste sur le fait qu'il faut s'informer. M. Nottey recommande aux géographes de visiter des plantations qui donnent toujours des paysages de grande beauté. Et chez des planteurs qui seront ravis de faire connaître leur café.

Pour aller plus loin :

- Anne Vantal, *Le café*, éditions du Chêne
- Jean-Louis Flandrin (dir), *Histoire de l'alimentation*, Fayard

Compte rendu : Marc Lohez