



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation  
et l'agriculture

BASIC

# Étude comparative de la répartition de la valeur au sein des filières européennes de cacao-chocolat

## Résumé Exécutif

Exemplaire Anticipé

Publié par  
l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)  
et  
le Bureau d'analyse sociétale pour une information citoyenne

FAO et BASIC. 2020. Étude comparative de la répartition de la valeur au sein des filières européennes de cacao-chocolat, Résumé Exécutif. Paris.

Lien DOI [à ajouter]

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), ou du Bureau d'analyse sociétale pour l'information des citoyens (BASIC) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention de sociétés déterminées ou de produits de fabricants, qu'ils soient ou non brevetés, n'entraîne, de la part de la FAO ou du BASIC aucune approbation ou recommandation desdits produits de préférence à d'autres de nature analogue qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement les vues ou les politiques de la FAO ou du BASIC.

ISBN [à ajouter]

© FAO, 2020



Certains droits réservés. Ce travail est mis à la disposition du public selon les termes de la Licence Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 3.0

Organisations Internationales

(CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/legalcode>).

Selon les termes de cette licence, ce travail peut être copié, diffusé et adapté à des fins non commerciales, sous réserve de mention appropriée de la source. Lors de l'utilisation de ce travail, aucune indication relative à l'approbation de la part de la FAO d'une organisation, de produits ou de services spécifiques ne doit apparaître. L'utilisation du logo de la FAO n'est pas autorisée. Si le travail est adapté, il doit donc être sous la même licence Creative Commons ou sous une licence équivalente. Si ce document fait l'objet d'une traduction, il est obligatoire d'intégrer la clause de non-responsabilité suivante accompagnée de la citation indiquée ci-dessous: «Cette traduction n'a pas été réalisée par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). La FAO n'est pas responsable du contenu ou de l'exactitude de cette traduction. L'édition originale [langue] doit être l'édition qui fait autorité.»

Tout litige relatif à la licence ne pouvant être réglé à l'amiable sera soumis à une procédure de médiation et d'arbitrage au sens de l'Article 8 de la licence, sauf indication contraire aux présentes. Les règles de médiation applicables seront celles de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (<http://www.wipo.int/amc/fr/mediation/rules>) et tout arbitrage sera mené conformément au Règlement d'arbitrage de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI).

**Documents de tierce partie.** Les utilisateurs qui souhaitent réutiliser des matériels provenant de ce travail et qui sont attribués à un tiers, tels que des tableaux, des figures ou des images, ont la responsabilité de déterminer si l'autorisation est requise pour la réutilisation et d'obtenir la permission du détenteur des droits d'auteur. Le risque de demandes résultant de la violation d'un composant du travail détenu par une tierce partie incombe exclusivement à l'utilisateur.

**Ventes, droits et licences.** Les produits d'information de la FAO sont disponibles sur le site web de la FAO ([www.fao.org/publications](http://www.fao.org/publications)) et peuvent être acquis par le biais du courriel suivant: [publications-sales@fao.org](mailto:publications-sales@fao.org). Les demandes pour usage commercial doivent être soumises à: [www.fao.org/contact-us/licence-request](http://www.fao.org/contact-us/licence-request). Les demandes relatives aux droits et aux licences doivent être adressées à: [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org).

## CONTEXTE, PERIMETRE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE

Le faible niveau de rémunération de la grande majorité des petits producteurs de cacao, notamment en Afrique de l'Ouest, est une problématique qui n'a cessé de prendre de l'importance depuis 30 ans. **Leur assurer un revenu décent est devenu un enjeu majeur pour l'ensemble des pays producteurs de cacao.**

Cet enjeu a récemment été mis sur le devant de la scène suite à **la décision des autorités ivoiriennes et ghanéennes, concertée avec les industriels du secteur du cacao, de mettre en place un « différentiel de revenu décent »** (*living income differential* ou LID en anglais) **fixé à 400 USD par tonne pour l'ensemble du cacao mis en marché dans les deux pays pendant toute la campagne de récolte 2020/21**. Les fonds réunis grâce à ce LID serviront à assurer un prix plus élevé pour les cacaoculteurs<sup>1</sup>.

**La mise en place du LID a suscité d'importantes questions**, en particulier :

- Quels seront les coûts additionnels engendrés tout au long de la chaîne ?
- Quel sera l'impact sur la rentabilité des acteurs industriels et commerciaux ?
- Quels sont les scénarii possibles de répartition de ces coûts additionnels entre les différents acteurs de la filière du cacao ?

**À date, il n'existe pas d'études détaillées sur la répartition de la valeur et des coûts tout au long des chaînes de valeur du cacao-chocolat.** Pourtant, ces informations sont indispensables à **la tenue d'un débat collectif informé** sur les questions mentionnées ci-dessus, qui soit fondé sur des données factuelles et des analyses objectivées et qui implique toutes les parties prenantes du secteur.



Figure 1. Périmètre de l'étude sur la répartition de la valeur au sein des filières européennes de chocolat. Source: BASIC

**L'objectif de la présente étude est de combler ce manque de connaissances**, au moins partiellement, à travers l'analyse du marché français des tablettes de chocolat noir et lait nature, des barres chocolatées et des poudres cacaotées de petit-déjeuner vendues en grande distribution, et fabriquées

<sup>1</sup> Reuters. "Ivory Coast, Ghana add 'living income' cocoa premium to fight poverty". Reuters, 2019. <https://mobile.reuters.com/article/amp/idUSL8N24B55M> consulté le 11 mai 2020.

à partir de fèves de cacao mélangées ou de « pure origine », conventionnelles ou certifiées, en provenance de Côte d'Ivoire, du Ghana, d'Équateur et/ou du Cameroun (voir schéma ci-dessus).

Deux objectifs principaux ont été poursuivis :

1. **Estimer la répartition de la valeur, des coûts et des profits de la manière la plus détaillée possible pour chacun des produits chocolatés** mentionnés ci-dessus, depuis les producteurs de cacao jusqu'aux consommateurs finaux, et identifier les facteurs clés qui influencent cette répartition, tant en amont dans les pays producteurs de cacao qu'en aval dans les pays de consommation (dans le cas présent, la France).
2. **Comparer la part de valeur qui revient aux producteurs** pour les différents produits chocolatés et les différents pays producteurs listés précédemment, avec celle d'autres produits de consommation de masse vendus en France.

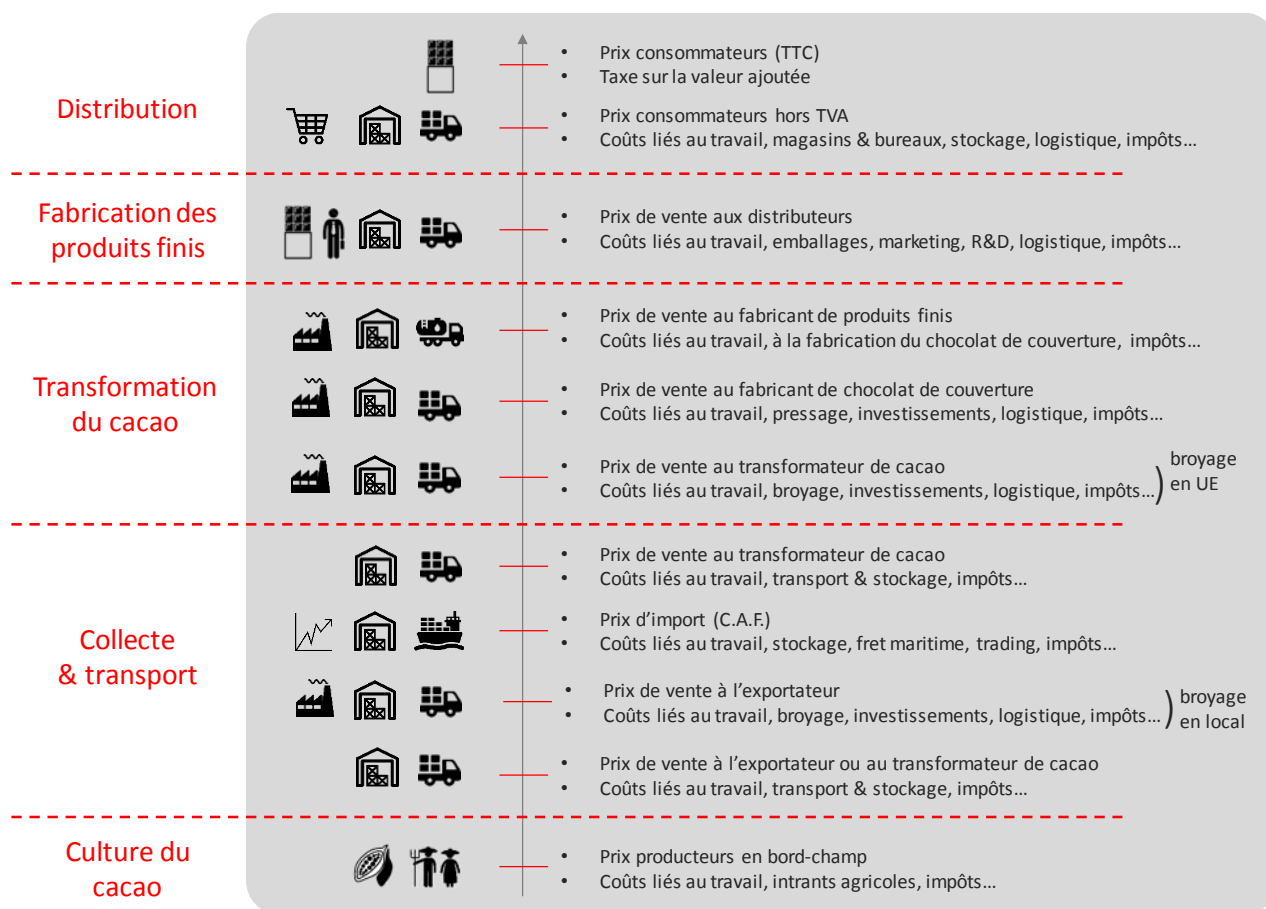


Figure 2. Principales étapes des chaînes de valeur du cacao/chocolat investiguées par l'étude. Source: BASIC

Afin de répondre à ces objectifs, **une méthodologie fiable et robuste a été développée** pour permettre de :

- **modéliser les marchés** des produits chocolatés analysés, ainsi que leurs chaînes de valeur, depuis les producteurs de cacao jusqu'aux consommateurs finaux,
- **collecter, traiter et contre-vérifier les statistiques**, issues de bases de données publiques et privées ainsi que de rapports publics disponibles, qui sont nécessaires pour construire des estimations fiables et crédibles de la valeur, des coûts internes, des impôts et des marges nettes incombant à chacun des maillons principaux de la chaîne, à savoir :

- **la distribution** (dans le cas présent, les enseignes de grande distribution françaises),
- **la fabrication et la commercialisation des produits finis** réalisée par les marques nationales et internationales ainsi que par les fabricants travaillant pour les marques de distributeurs,
- **les étapes de transformation du cacao en Europe** réalisées par les industriels du broyage et du pressage du cacao, ainsi que les fabricants de chocolat de couverture,
- **la collecte, le stockage et le transport du cacao** dans les pays producteurs – ainsi que potentiellement le broyage et/ou le pressage réalisé dans ces mêmes pays – jusqu’à l’étape d’importation en Europe,
- **la culture du cacao**, incluant les différences potentielles entre les principales typologies de producteurs.

## REPARTITION DE LA VALEUR ET DES COÛTS DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR

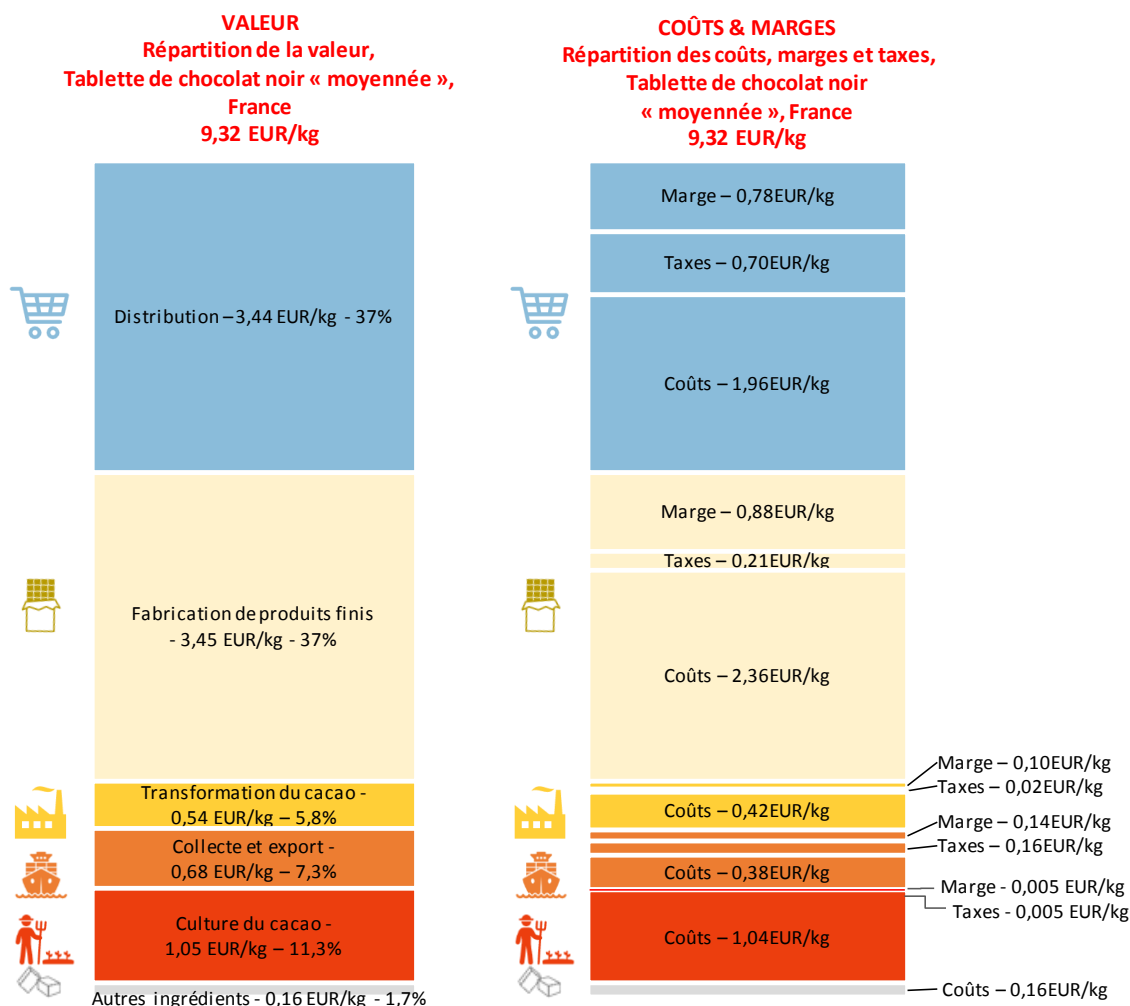


Figure 3. Répartition de la valeur, des coûts et des marges des tablettes de chocolat nature vendues en France en 2018 (campagne de récolte du cacao 2017/18). Source : BASIC

Le premier résultat majeur de l'étude est le constat **d'asymétrie de la création de valeur au sein de des chaînes de cacao-chocolat étudiées**, comme en témoigne le graphique ci-dessus qui porte sur les tablettes de chocolat noir nature vendues en France.

Étude comparative de la répartition de la valeur au sein des filières européennes de cacao-chocolat



En moyenne, **70% du total de la valeur et 90% du total des marges générées** sur ces produits, depuis les producteurs de cacao jusqu'aux consommateurs finaux, **reviennent aux deux derniers acteurs de la chaîne, à savoir les marques et les distributeurs.**

**En amont, seulement 18,6% de la valeur totale et moins de 7,5% des marges cumulées** reviennent aux acteurs des pays producteurs de cacao (depuis la production agricole jusqu'à l'exportation des fèves).

Au début de la chaîne, les producteurs de cacao reçoivent en moyenne 11% du prix final, alors qu'**une grande part d'entre eux vivent en-dessous du seuil de pauvreté** (comme le démontrent les dernières estimations conduites par la Banque Mondiale en Côte d'Ivoire et au Ghana)<sup>2</sup>.



Dans ce contexte, l'étude montre que trois facteurs clés associés aux acteurs de l'aval de la chaîne (enseignes de grande distribution et marques) ont un impact déterminant sur la répartition de la valeur et des coûts :

- le **type de marque** (marque nationale ou marque distributeur),
- le « **mix marketing** » (qui détermine la segmentation des tablettes de chocolat en 3 groupes : basique, pâtissier et dégustation),
- la **performance des produits** (« best-sellers » ou autres produits).

**Ces facteurs liés à l'aval engendrent des changements importants sur les prix payés par les consommateurs et sur la répartition de la valeur et des marges entre les deux derniers maillons** de la chaîne, c'est-à-dire au niveau des distributeurs et des marques nationales et internationales (ainsi que dans une moindre mesure, des fabricants travaillant pour les marques de distributeurs).

En vis-à-vis, **la valeur et les coûts associés à tous les autres maillons** (depuis la culture du cacao jusqu'à la fabrication du chocolat de couverture) **sont beaucoup plus stables.**



Contrairement aux facteurs relatifs à l'aval de la chaîne, ceux liés à l'amont ont un impact relativement limité, voire aucun impact, sur la répartition de la valeur et des coûts depuis les producteurs de cacao jusqu'aux consommateurs finaux, qu'il s'agisse :

- du **pays d'origine** (y compris quand il est indiqué sur l'emballage du produit fini),
- de la **teneur en cacao** du produit final (pour un même « mix marketing »),
- du **pays de première transformation.**

---

<sup>2</sup> Banque Mondiale, « Au pays du cacao : comment transformer la Côte d'Ivoire », 2019 ; Banque Mondiale, « Ghana: Priorities for ending poverty and boosting shared prosperity (systematic country diagnostic) », 2018.

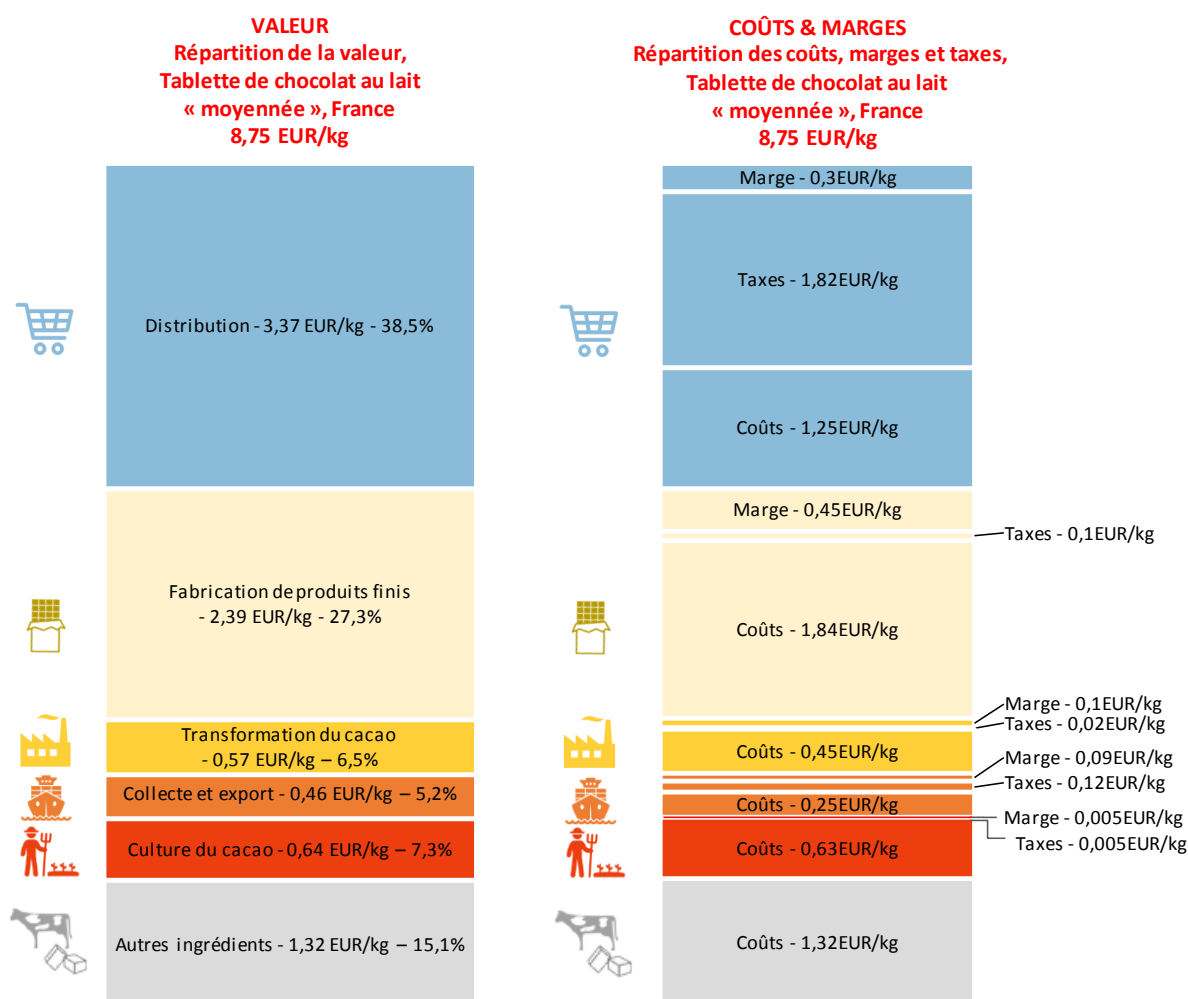


Figure 4. Répartition de la valeur, des coûts et des marges pour des tablettes de chocolat au lait nature vendues en France en 2018 (campagne de récolte du cacao 2017/18). Source : BASIC

Ces résultats sont également valables pour **les tablettes de chocolat au lait nature** (voir graphique ci-dessus) ainsi que pour **tous les autres produits analysés** dans le cadre de l'étude (à savoir les barres chocolatées et les poudres cacaotées de petit-déjeuner).

**Les seules différences notables** sont liées à l'application d'une **taxe sur la valeur ajoutée (TVA) plus importante en France pour ces produits** (20% au lieu de 5,5% pour le chocolat noir nature) et **au prix élevé des autres ingrédients utilisés pour leur fabrication** (notamment le lait qui est aussi cher que le cacao). Ces deux différences combinées **génèrent une pression accrue sur tous les maillons de la chaîne du cacao**, car le prix au kilo des tablettes de chocolat au lait nature et des barres chocolatées est en moyenne légèrement inférieur à celui des tablettes de chocolat noir nature sur le marché français.

👉 Ces résultats s'expliquent avant tout par le fait que **la création de valeur au sein de la chaîne est majoritairement due à des leviers immatériels** (la segmentation du marché, la réputation de la marque...). Ces derniers sont principalement entre les mains des marques et des distributeurs, et prévalent largement sur d'autres facteurs comme l'origine/le terroir et les spécificités du travail des producteurs de cacao qui sont rarement valorisés auprès du consommateur en aval de la chaîne.

Cet état de fait est amplifié par :

- la **complexité de la chaîne du cacao-chocolat** qui associe **un degré élevé d'industrialisation et d'importantes économies d'échelle au niveau de la transformation des fèves de cacao**. Ensemble, ils ont permis **de largement démocratiser la consommation de chocolat** grâce à l'atteinte d'un prix consommateur relativement bas, mais limitent la capacité des cacaoculteurs et des pays producteurs à faire reconnaître leurs spécificités (terroir, saveurs...) et ainsi générer plus de valeur.
- les **consommateurs**, influencés par le marketing et la publicité des grandes marques, qui **considèrent que la teneur en cacao est l'information clé qui définit la qualité des tablettes de chocolat vendues en grande distribution** (tout particulièrement pour le segment du chocolat gourmet), **plutôt que le terroir ou le travail des producteurs**.

En conséquence, **les pays producteurs de cacao sont aujourd'hui peu incités à développer des stratégies ambitieuses de différenciation produit**.

## REPARTITION DE LA VALEUR ET DES COÛTS DANS LES PAYS PRODUCTEURS

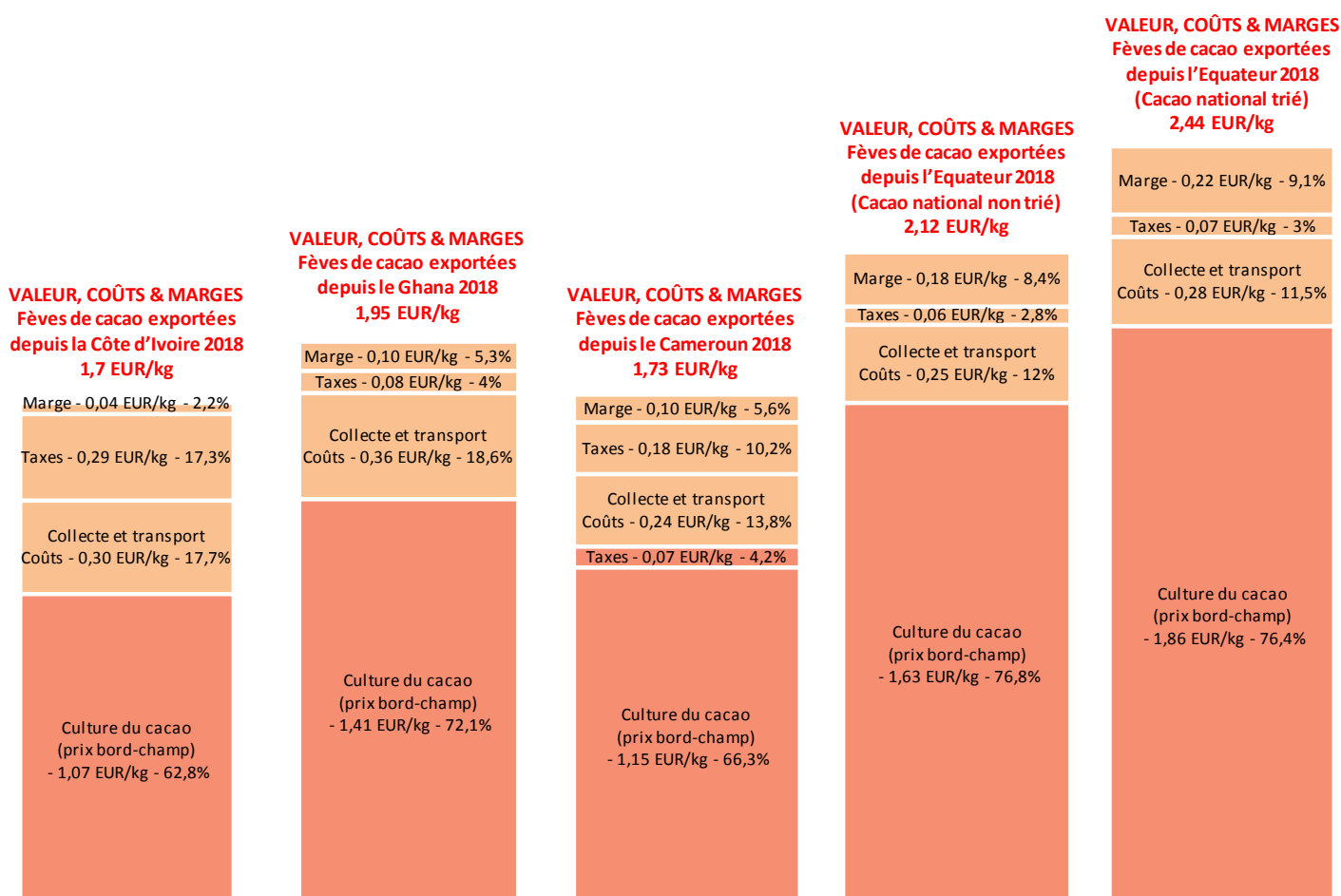


Figure 5. Découpe de la valeur F.O.B. en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Cameroun et en Équateur en 2018 (campagne de récolte du cacao 2017/18). Source : BASIC



**Dans ce contexte, d'après les données officielles des autorités des pays producteurs** (par exemple le barème de la Côte d'Ivoire) et les informations publiées par leurs douanes, **les estimations obtenues montrent que, pour l'année 2018, la culture du cacao est associée à :**

- la plus faible part de la valeur F.O.B. en Côte d'Ivoire et au Cameroun (associée respectivement à un prix bord-champ de 1,07€/kg et 1,15€/kg),
- une part de la valeur F.O.B. un peu plus élevée au Ghana avec un prix producteur de 1,41€/kg,
- une part encore plus élevée en Équateur, avec un prix bord-champ de 1,63€/kg pour les petits producteurs isolés vendant du cacao non-trié, et 1,86€/kg pour les producteurs organisés vendant du cacao classé *cacao nacional* (*cacao fin* ou « *fine flavour* »).

**En comparaison, la part de la valeur associée à la collecte, au transport, au stockage et à l'exportation du cacao est bien plus homogène entre les 4 pays**, oscillant entre 0,48€ en Équateur (pour du cacao non-trié) et 0,63€/kg en Côte d'Ivoire.

**La différence principale est due aux impôts qui varient de 0,06€/kg en Équateur à 0,29€/kg en Côte d'Ivoire.** Le cas du Ghana nécessite d'être analysé séparément puisqu'il est le seul pays à avoir maintenu un monopole public sur les exports et la commercialisation des fèves de cacao à travers le Cocobod. En conséquence, l'État ghanéen tire des revenus non seulement des impôts prélevés mais aussi des marges (c'est-à-dire des profits) générées par l'entreprise publique ghanéenne *Cocoa Marketing Company* (par conséquent, la part des impôts au Ghana ne peut être comparée à celle des autres pays producteurs).

La recherche menée dans cette étude montre qu'au sein des pays producteurs, les principales différences en termes de répartition de la valeur et des coûts découlent de trois principaux facteurs :

- **le modèle de régulation** et le degré d'implication de l'État dans le secteur,
- **le type de variétés de cacao produites**, en particulier celles **offrant des saveurs fines et recherchées et/ou des rendements plus élevés**, et le type de **pratiques agricoles associées**,
- **l'évolution des prix du cacao sur le marché mondial.**



Les études de cas de la Côte d'Ivoire et du Ghana montrent que des systèmes de régulation renforcée permettent une plus grande stabilité des prix pour tous les producteurs du pays, en particulier lorsque les cours mondiaux chutent brutalement, mais sont aussi plus souvent associés à une part plus faible de la valeur d'exportation revenant aux cacaoculteurs.

**Afin de pouvoir créer suffisamment de valeur** au niveau de l'export de cacao et assurer un prix bord-champ minimum à tous les producteurs du pays, et si possible l'augmenter au fil du temps, ces cas d'études montrent que **la garantie d'une qualité homogène, stable et prévisible du cacao** et l'assurance d'un approvisionnement fiable **sont des leviers clef**. En complément, la création et le maintien d'un « **fonds de mitigation** » semble être l'un des moyens les plus efficaces pour atténuer la volatilité du marché, en particulier en cas de potentielles chutes des prix.

En découle **une relative homogénéité de la population des producteurs de cacao** dans ces pays, lesquels partagent des caractéristiques assez similaires en termes de structure familiale et d'exploitations, et produisent des lots comparables de cacao non-triés aux caractéristiques physiques assez constantes.

**De manière contrastée, le cas d'étude de l'Équateur illustre les potentielles variations de répartition de la valeur – depuis la production agricole jusqu'à l'exportation – qui peuvent être associées à des différences variétales de cacao :**

- d'un côté, **un cacao de qualité standard, issu du mélange de variétés non classées,**
- de l'autre, des **variétés de cacao spécifiques** qui sont caractérisées soit par **une qualité aromatique supérieure** (*fine and flavour cocoa*) soit **une productivité élevée** (CCN51<sup>3</sup>), et qui sont toutes deux plus rentables que le cacao de qualité standard : les variétés classées *fine and flavour* engendrent ainsi une augmentation de +15% sur le prix bord-champ tandis que la production industrialisée du CCN51 génère une marge nette estimée entre 8% et 10%.

Ces écarts sont **le résultat des stratégies de différenciation mises en place par les producteurs et les acteurs privés équatoriens, et qui ont nécessité des investissements significatifs et un renforcement de capacités important.**



En Équateur, le fait que le secteur du cacao soit libéralisé laisse la porte ouverte à une plus grande différenciation potentielle au niveau de la production agricole, mais engendre également une population de producteurs assez polarisée entre ceux qui peuvent la mettre en place et les autres.

D'un côté, les petites et moyennes exploitations (industrialisées) et les petits producteurs organisés collectivement qui bénéficient d'un soutien, tant du privé que du public, sont ceux qui produisent les variétés ayant de (plus) hauts rendements et une qualité (plus) élevée, ce qui leur permet de générer des revenus plus élevés (dans le cas des petits producteurs) et/ou des bénéfices nets (dans le cas des plantations). De l'autre côté, les petits producteurs non organisés qui produisent la majorité des volumes de cacao exporté restent majoritairement sous le seuil de pauvreté.

Une dynamique émergente similaire de polarisation des producteurs – entre ceux qui sont certifiés et ceux qui ne le sont pas – est également constatée dans l'autre pays libéralisé analysé dans le cadre de cette étude, à savoir le Cameroun, bien que dans des proportions moindres qu'en Équateur.

---

<sup>3</sup> En moyenne, les rendements en Côte d'Ivoire, au Ghana et au Cameroun oscillent entre 350kg/ha et 450kg/ha. En Équateur, les chiffres du Ministère de l'Agriculture (MAGAP) donnent des rendements moyens pour le *cacao nacional* de 350kg/ha tandis que le CCN51 atteint 650kg/ha.

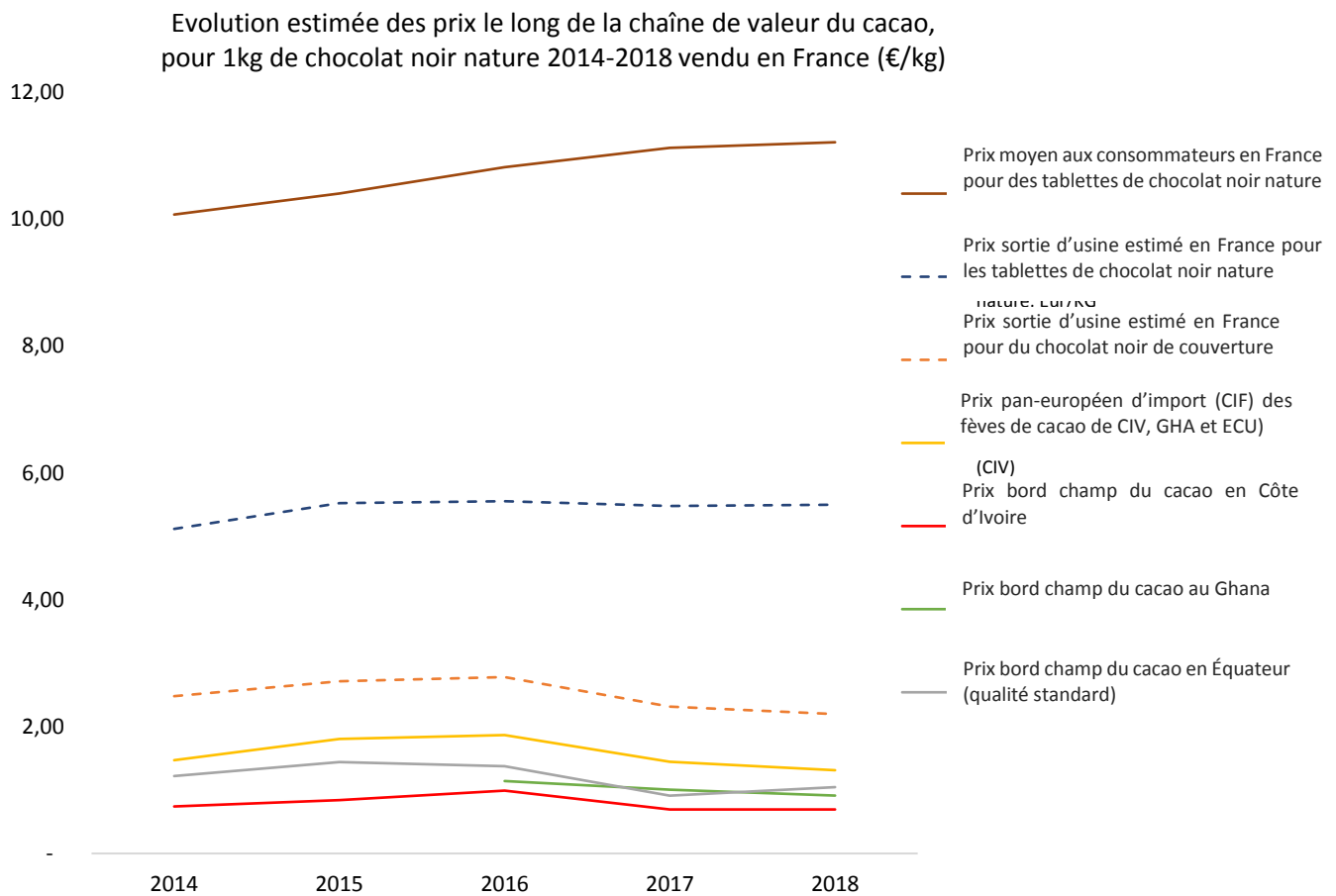


Figure 6. Évolution des prix pour des tablettes "moyennes" de chocolat noir nature aux différentes étapes de la chaîne 2014-2018. Source : BASIC

L'évolution des prix du cacao sur les marchés mondiaux est le troisième et dernier facteur influençant la répartition de la valeur et des coûts au sein des pays producteurs.

Ainsi, lorsque le prix LIFFE-ICE du cacao a augmenté de plus de 20% entre 2014 et 2016 pour ensuite chuter de 35% en 2017 et 2018, les données publiques disponibles montrent que le prix bord-champ du cacao a suivi des évolutions similaires (sauf dans une certaine mesure au Ghana où le Cocobod a utilisé son fonds de mitigation afin d'atténuer en partie la chute des prix).



En aval de la chaîne, la part combinée de la valeur générée en France par les distributeurs et les marques a augmenté entre 2014 et 2016, repercutant ainsi aux consommateurs la hausse des prix mondiaux du cacao. Cette valeur combinée a continué à croître jusqu'en 2018 malgré la chute des cours mondiaux du cacao, atteignant une hausse de +15% en comparaison à l'année 2014.

## EFFETS DES SYSTEMES DE CERTIFICATION SUR LA REPARTITION DE LA VALEUR ET DES COUTS

Afin d'améliorer la situation des producteurs de cacao, plusieurs systèmes de certification ont émergé depuis les années 1990, qui ont promu et développé la production et la consommation de produits fabriqués selon des standards sociaux et/ ou environnementaux plus élevés que la norme du marché.

Les plus utilisés dans le secteur du cacao – Rainforest Alliance et UTZ (aujourd'hui fusionnés), le commerce équitable et l'agriculture biologique – représentaient en 2016 une surface cumulée estimée entre 2,3 et 3,8 millions d'hectares de cacao (approximativement 30% de la surface totale de cacao cultivée dans le monde) et 2,1 millions de tonnes de cacao produites (soit 40% de la production mondiale)<sup>4</sup>.

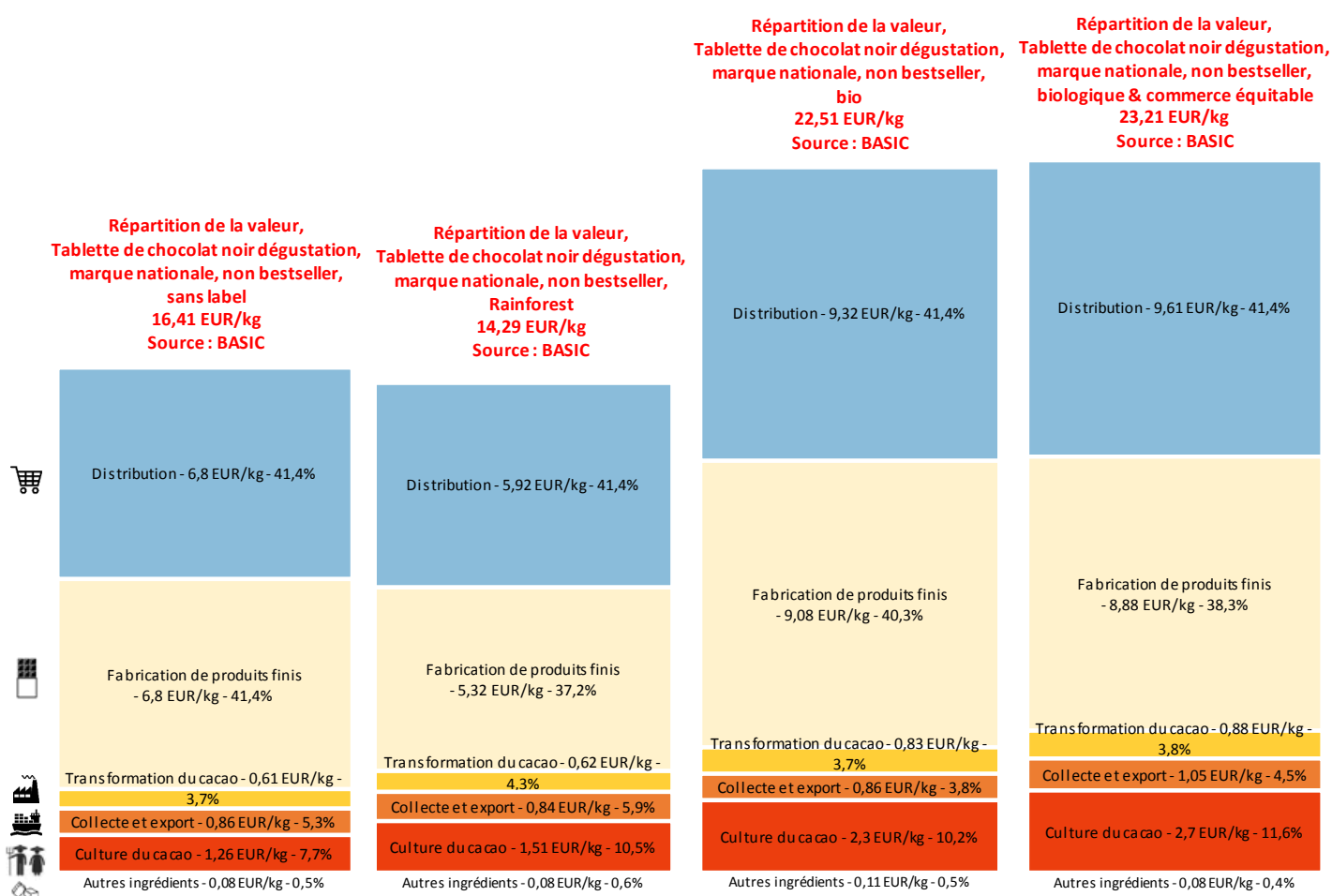




Figure 7. Répartition de la valeur pour des tablettes de dégustation certifiées de chocolat noir nature vendues en France en 2018 (campagne de récolte du cacao 2017/18). Source : BASIC

<sup>4</sup> ITC, FIBL et IISD, "The State of Sustainable Markets", 2018

Dans tous les cas analysés, **la part de la valeur revenant aux distributeurs et aux marques nationales est relativement équivalente** entre les tablettes de chocolat noir nature conventionnelles et certifiées. **La part de la valeur revenant à tous les autres acteurs varie légèrement** (de 10,2% à 11,6% pour des tablettes de dégustation certifiées, en comparaison à 8,2% pour des tablettes de dégustation conventionnelles).

 Quelle que soit la certification analysée, la répartition globale de la valeur depuis la matière première jusqu'à la consommation finale n'est pas profondément modifiée, mis à part dans certains cas d'association de certifications (en particulier l'agriculture biologique et le commerce équitable).

**Des changements significatifs peuvent être observés au niveau des producteurs de cacao dans le cas de la certification biologique, tout particulièrement lorsqu'elle est associée au commerce équitable** : à titre d'exemple, dans le cas des tablettes de chocolat noir nature de dégustation, la part de valeur revenant aux cacaoculteurs ayant la double certification est estimée à 2,7€/kg, en hausse de 87% par rapport au cas des tablettes non certifiées.

 Au-delà des exigences liées à ces certifications, les changements observés dans la répartition de la valeur semblent être très étroitement liés à :

- **l'existence de relations plus partenariales** entre les acteurs tout au long de la chaîne (producteurs, coopératives, transformateurs, marques et distributeurs),
- **la meilleure valorisation des produits par les consommateurs finaux** qui reflète l'existence d'une demande croissante de la part de certains d'entre eux, enclins à payer plus pour un chocolat « respectueux de l'environnement et plus juste » qui soit fabriqué à partir de fèves de cacao dont l'origine est identifiable.

**In fine, la recherche menée dans cette étude montre que les systèmes de certification analysés ont des résultats hétérogènes :**

- d'une part la certification biologique, particulièrement lorsqu'elle est associée au commerce équitable, permet une meilleure valorisation du travail des producteurs ainsi que du terroir du cacao, mais ne concerne qu'une minorité de cacaoculteurs en capacité d'intégrer ces systèmes de certification exigeants,
- d'autre part la certification UTZ/Rainforest et la certification de commerce équitable (Fairtrade), quand elles ne sont pas associées à l'agriculture biologique, semblent être avant tout **utilisées comme des « permis d'exploitation » par de nombreuses marques et distributeurs** souhaitant démontrer leur mise en conformité avec des critères sociaux et environnementaux, tout en promouvant la recherche de productivité (pour ce qui est de UTZ/Rainforest). Néanmoins elles semblent majoritairement rencontrer **des difficultés à traduire ces engagements en prix plus élevés auprès des consommateurs.**

## REPERCUSSIONS POTENTIELLES DU “DIFFERENTIEL DE REVENU DECENT” (“LIVING INCOME DIFFERENTIAL” OU LID)

En 2019, la Côte d’Ivoire et le Ghana, en concertation avec les acteurs industriels du secteur, ont décidé de **susciter un changement plus systémique en établissant un « différentiel de revenu décent » (« living income differential », LID) de 400 USD par tonne sur la campagne de récolte du cacao de 2020/21**, avec pour objectif d’améliorer les conditions de vie des producteurs de cacao.

Afin d’évaluer les conséquences de cette décision sur le secteur du chocolat en France, nous nous sommes servis de l’outil que nous avons développé sur les chaînes de cacao dans le but de **simuler les conséquences potentielles de l’introduction du LID en termes de transmission des prix entre les principaux acteurs de la filière** (consommateurs, détaillants, marques, fabricants, transformateurs, commerçants, transporteurs...). Ces simulations portent sur l’ensemble du marché des tablettes natures de chocolat noir et de chocolat au lait vendues dans la grande distribution française.



Les résultats de notre modélisation indiquent que **la transmission des coûts du LID introduit par la Côte d’Ivoire et le Ghana pourrait entraîner une hausse des prix aux consommateurs de + 1,5% pour les tablettes de chocolat au lait et de + 2,0% pour les tablettes de chocolat noir.**

**Ces questions économiques, et leurs implications, mériteraient d’être discutées plus en détail à travers un processus inclusif intégrant toutes les parties prenantes du secteur du cacao et du chocolat** (autorités publiques, producteurs, transformateurs, marques, distributeurs, consommateurs et ONGs), **sur la base de données informées et objectivées permettant de comprendre les perspectives de chacun, notamment :**

- Le rôle significatif joué par les distributeurs dans la chaîne du cacao, et la place importante qu’ont pris les produits chocolatés dans leur équilibre financier, ces produits représentant l’une de leurs principales sources de rentabilité à un moment où leur modèle économique est de plus en plus questionné,
- La coexistence de deux modèles économiques très différents dans le reste de la chaîne : d’une part un modèle basé sur de (plus) faibles volumes et des marges plus élevées (cas de certaines marques internationales « premium », des petites marques nationales, mais aussi des petits transformateurs et des producteurs qui se spécialisent dans la qualité) et de l’autre, un modèle basé sur des gros volumes et de faibles marges (cas des transporteurs, négociants, transformateurs, fabricants de chocolat, principales grandes marques et marques de distributeurs),
- La nécessité d’un financement public substantiel pour investir dans les services essentiels (routes, éducation, santé...) et assurer des conditions de vie durables dans les régions productrices de cacao.



Pour accompagner ce mouvement, trois propositions principales sont formulées :

1. Étendre l'étude actuelle afin d'inclure d'autres pays majeurs de production du cacao et de consommation du chocolat, et s'appuyer dessus pour construire un outil d' « observatoire » permanent de la répartition de la valeur et des coûts dans le secteur du cacao hébergé au sein d'une institution existante, dans le but de faciliter une discussion inclusive entre toutes les parties prenantes du secteur, aux niveaux national comme mondial, qui s'appuie sur un partage de données objectivées et contre-vérifiées.
2. Sécuriser et promouvoir le développement d'accords tripartites entre des organisations de producteurs, des acteurs industriels et des distributeurs visant à garantir des prix décents aux producteurs et à protéger l'environnement.
3. Promouvoir et renforcer les organisations de producteurs dans les pays de production, développer leur capacité de différenciation des variétés de cacao et d'amélioration de leur qualité, faciliter leur accès au crédit et leur capacité d'investissement (dans leurs activités économiques comme au sein de leurs communautés).

Cette publication a été produite avec le soutien de la Commission Européenne

