



Étude comparative sur la répartition de la valeur dans les chaînes européennes de cacao-chocolat

Introduction

Principaux objectifs de l'étude

- Estimer dans le détail **la répartition de la valeur, des coûts et des marges**, depuis les cacaoculteurs jusqu'aux consommateurs de différents produits chocolatés
- **Identifier les principaux facteurs explicatifs** de la création de valeur et de la répartition des coûts

Périmètre



Marché de consommation français



Tablettes de chocolat
noir nature
(mélanges & pures origines)
conventionnel & certifié



Tablettes de chocolat
au lait nature
(mélanges)
conventionnel & certifié



Cacao en poudre



Barres chocolatées

41% du total des ventes des tablettes de chocolat



Côte d'Ivoire



cacao conventionnel & certifié



Ghana



cacao conventionnel & certifié



Cameroun



cacao conventionnel



Equateur



cacao conventionnel & certifié

85% des importations de fèves de cacao en France et UE

Méthodologie

Cadre méthodologique :

- Concept de *Global Value Chains* (G. Gereffi et al.)
- Expérience du BASIC sur les analyses de chaînes de valeur depuis 2013 (14 commodités internationales étudiées à date), réseau de partenaires académiques et travail pour les pouvoirs publics français

Cadre méthodologique spécifique développé pour l'étude, organise en 4 étapes :



Construction d'un modèle innovant de chaîne de valeur

Modélisation détaillée du marché français des tablettes de chocolat nature vendues en GMS & chaînes d'approvisionnement
(représentative de toutes les configurations clefs)



Paramètres “aval”

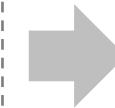
1. Marché du chocolat : noir / au lait
2. Marque : (inter)ationale / marques distributeurs
3. Segment de marché : basique / dessert / premium
4. Performance de vente : best-sellers / autres
5. Label : AB, FT, RFA, aucun

Paramètres “amont”

1. Recette : % de chaque ingrédient
2. Pays de transformation des fèves de cacao
3. Taille de l'usine de transformation
4. Mélanges d'origines des fèves
5. Qualité des fèves de cacao
6. Modèle de cacaoculture



Estimations agrégées pour du chocolat noir & au lait (moyennes pondérées)



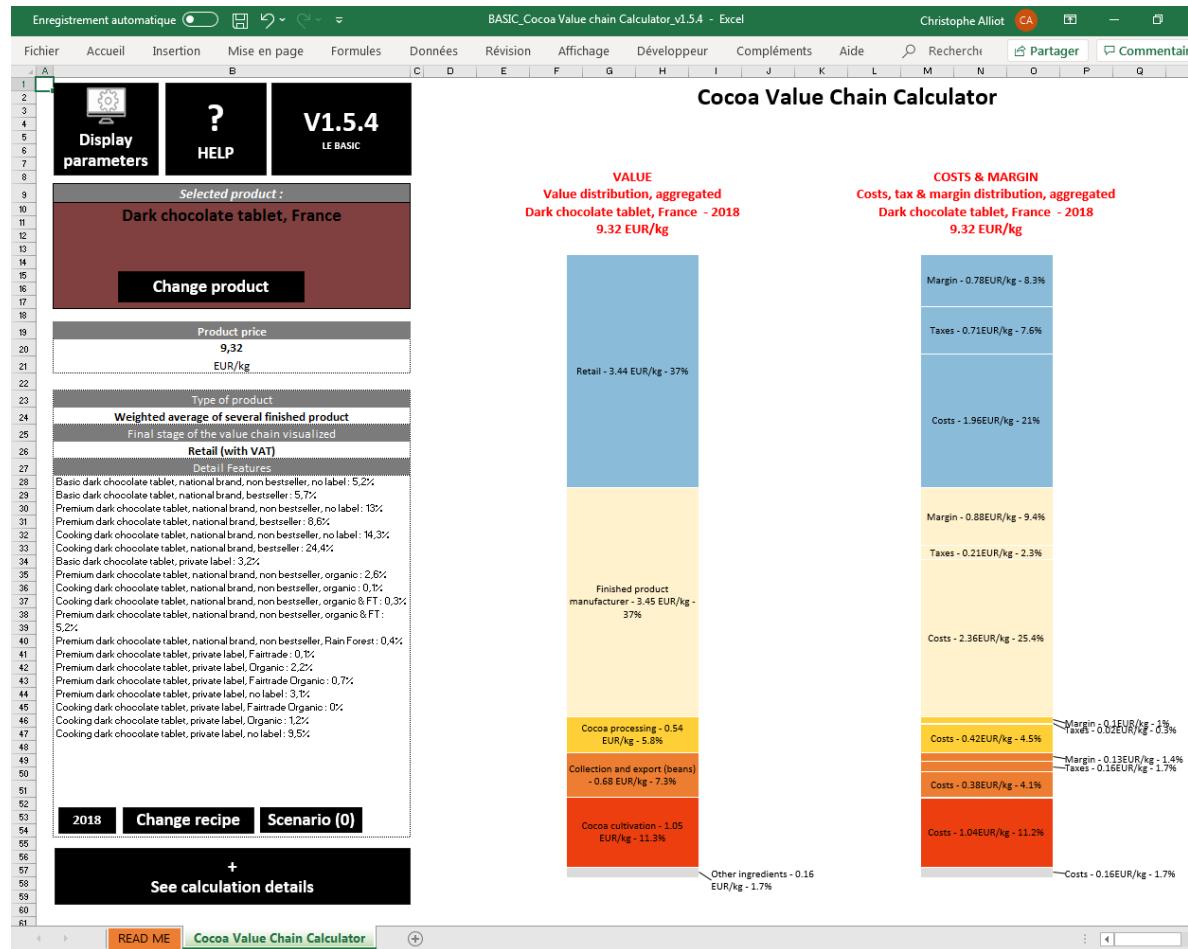
Collecte, traitement et contre-verification des données

		Bases de données	Rapports	40+ Interviews
Vente		<ul style="list-style-type: none"> • IRI (supermarkets' sales per barcode) • Companies' accounts 	<ul style="list-style-type: none"> • French observatory • French parliamentary investigation • Specialized press 	<ul style="list-style-type: none"> • Retailers (store managers, purchasing platform, HQ) • French observatory
Fabrication de produits finis		<ul style="list-style-type: none"> • UN Comtrade (customs) • EU Prodcom (industry stats) • Kantar • Companies' accounts 	<ul style="list-style-type: none"> • Caobisco & SdC • Oxford University • CIRAD & Clermont Univ. • Specialized press • Cocoa Barometer 	<ul style="list-style-type: none"> • Brands (national & international) • Private label manufacturers
Transformation des fèves		<ul style="list-style-type: none"> • UN Comtrade (customs) • EU Prodcom (industry stats) • Commodities Risk Analysis • Companies' accounts • Caobisco • ICCO 	<ul style="list-style-type: none"> • Caobisco & SdC • Oxford University • CIRAD & Clermont Univ. • Specialized press • Cocoa Barometer 	<p>Interviews + 1 mission (FR+NL)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chocolate couverture manufacturer • Cocoa butter maker • Cocoa paste maker
Collecte & Transport		<ul style="list-style-type: none"> • UN Comtrade (customs) • Liffe • ICCO • Companies' accounts • CCC (bareme) & Cocobod • Ecuadorian authorities (Magap) & Anecacao • VCA4D 	<ul style="list-style-type: none"> • World Bank • Wageningen • CIRAD • Ministries & authorities • VCA4D • Swiss Contact & AVSF 	<p>Interviews + 2 missions (Côte d'Ivoire & Ghana)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traders • Wholesalers • Collectors
Cacaoculture		<ul style="list-style-type: none"> • CCC (bareme) & Cocobod • Ecuadorian authorities (Magap) & Anecacao • VCA4D 	<ul style="list-style-type: none"> • World Bank • Wageningen • CIRAD • Ministries • VCA4D 	<p>Interviews + 2 missions (Côte d'Ivoire & Ghana)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Farmers • Cooperatives & support

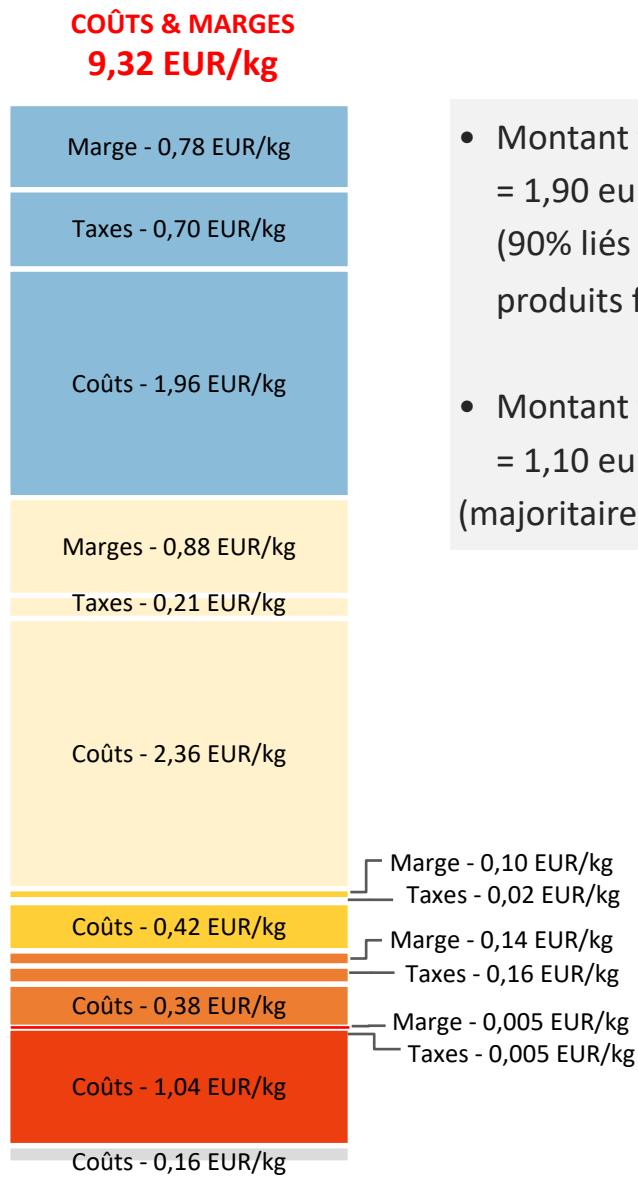
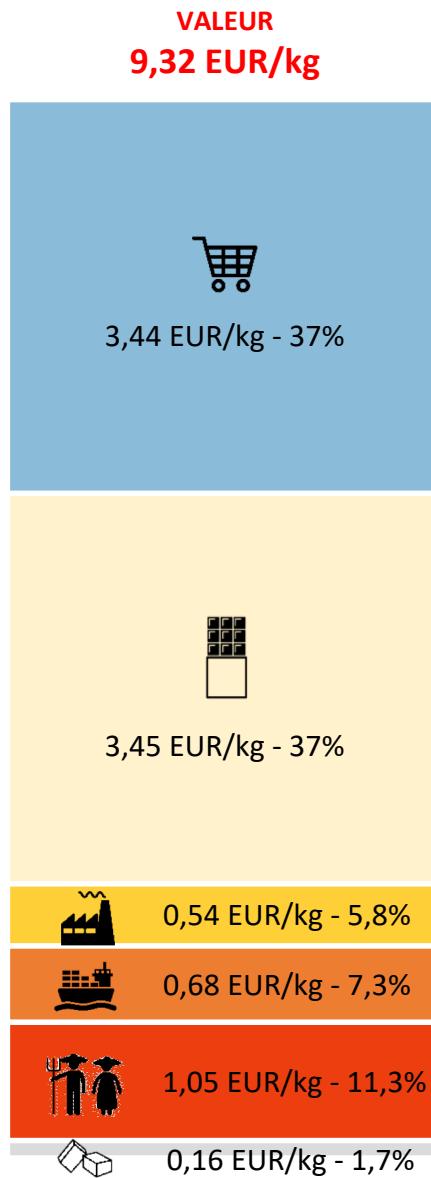
Discussions sur les estimations & amélioration du modèle

Développement d'un outil dédié :

- Estimations pour les configurations clefs
- Paramétrage des variables clefs (recettes, origines, année...)
- Module de simulation



Principaux résultats : cas de la tablette de chocolat noir nature « agrégé »



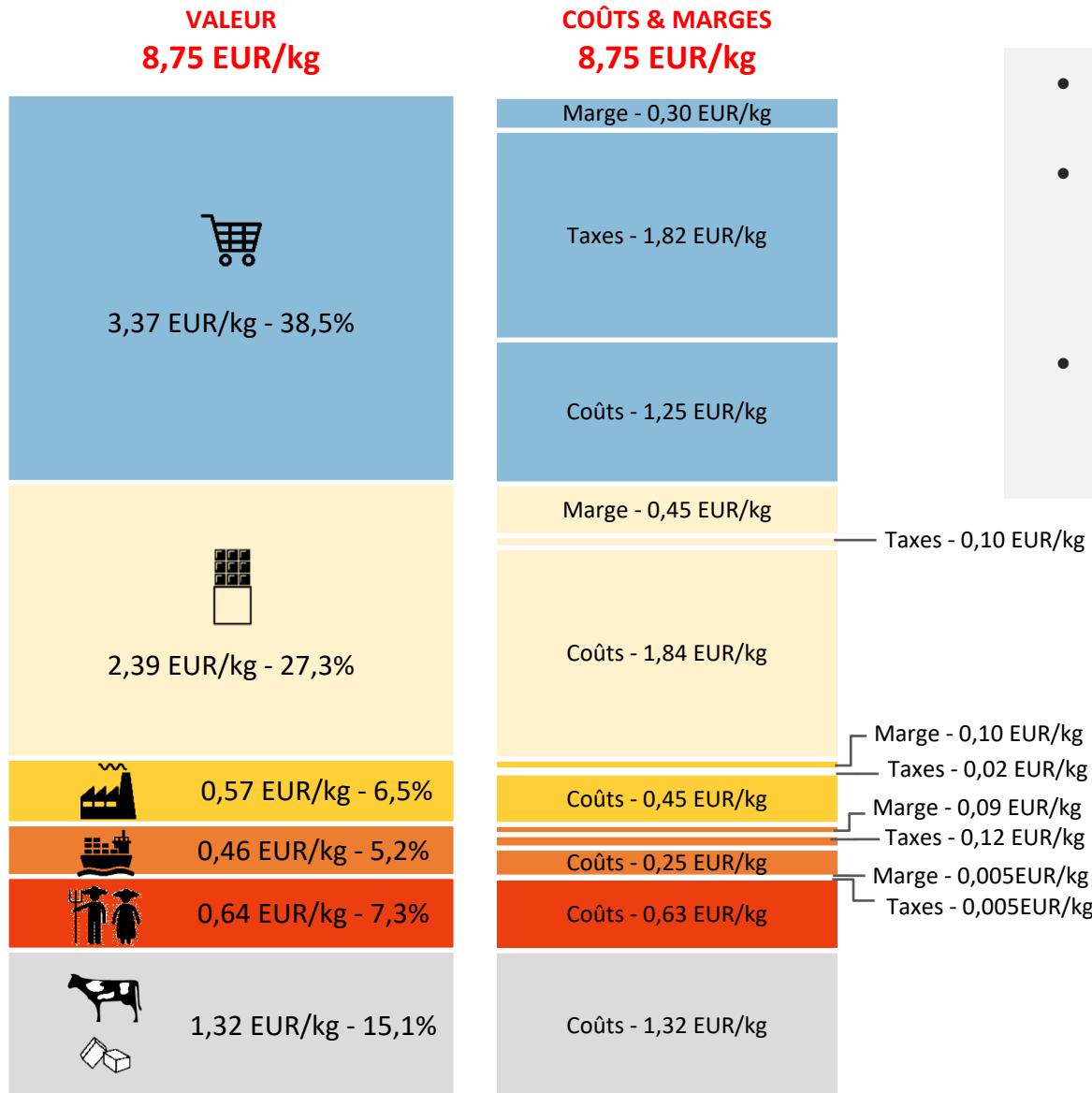
- Montant total des marges tout au long de la chaîne = 1,90 euros/kg (90% liés aux maillons Vente et Fabrication de produits finis)
- Montant total des taxes tout au long de la chaîne = 1,10 euros/kg (majoritairement dans les pays de l'aval)

Principaux résultats : cas de la tablette de chocolat noir nature « agrégé »

Facteurs explicatifs de la création de valeur :

- Les facteurs “aval” ont une forte influence, mais principalement sur les deux derniers maillons tandis que les facteurs “amont” ont des impacts (très) limités
- La création de valeur est majoritairement due à des leviers immatériels (segment de marché, réputation de marque...) principalement associés aux derniers maillons
- Difficultés pour les pays producteurs de faire reconnaître / valoriser leurs produits :
 - Niveau élevé d'industrialisation et d'investissements qui ont démocratisé la consommation mais ont normé les chaînes d'approvisionnement
 - Le % de cacao définit la qualité du chocolat aux yeux des consommateurs
 - Les spécificités des fèves se transmettent peu vers l'aval et sont rarement valorisées en fin de chaîne

Principaux résultats : cas du chocolat au lait nature « agrégé »

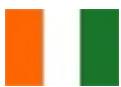


- TVA plus élevée (20% au lieu de 5.5%)
- Coût élevé du lait (par kg) et “pression” plus forte sur toute la chaîne
- Même facteurs explicatifs de la création de valeur que ceux pour les tablettes de chocolat noir nature

Principaux résultats : de la cacaoculture à l'exportation



Equateur
(Cacao Nacional trié)
2,44 EUR/kg



Côte d'Ivoire
1,7 EUR/kg

Marge - 0,04 EUR/kg - 2,2%

Taxes
0,29 EUR/kg - 17,3%



0,30 EUR/kg - 17,7%



(Prix bord champs)
1,07 EUR/kg - 62,8%



Ghana (Cocobod)
1,95 EUR/kg

Marge - 0,10 EUR/kg - 5,3%
Taxes - 0,08 EUR/kg - 4%



0,36 EUR/kg - 18,6%



(Prix bord champs)
1,41 EUR/kg - 72,1%



Cameroun
1,73 EUR/kg

Marge - 0,10 EUR/kg - 5,6%

Taxes
0,18 EUR/kg - 10,2%



0,24 EUR/kg - 13,8%

Taxes - 0,07 EUR/kg - 4,2%



(Prix bord champs)
1,15 EUR/kg - 66,3%



Equateur
(mélange non-trié)
2,12 EUR/kg

Marge - 0,18 EUR/kg - 8,4%

Taxes - 0,06 EUR/kg - 2,8%



0,25 EUR/kg - 12%



0,28 EUR/kg - 11,5%



(Prix bord champs)
1,86 EUR/kg - 76,4%

Principaux résultats : pays producteurs

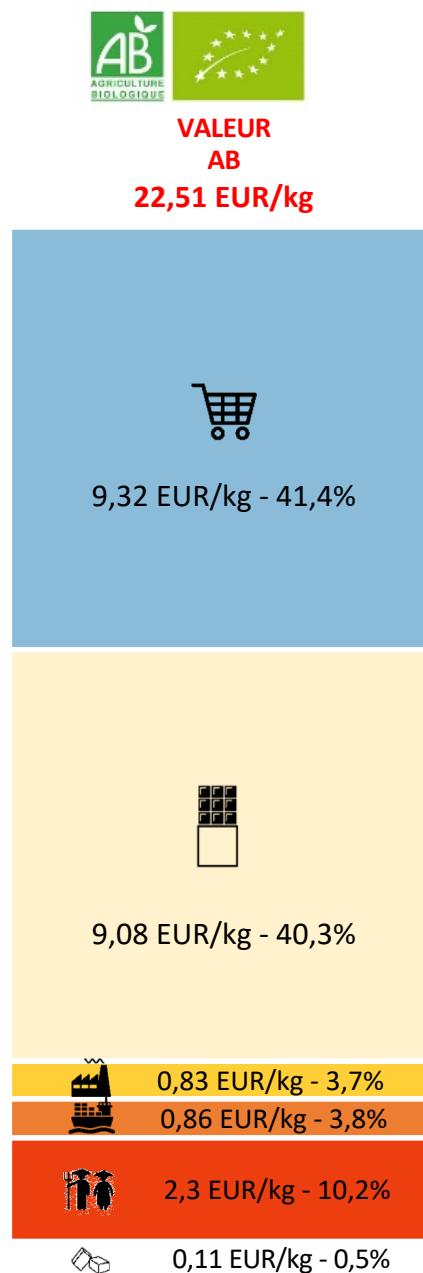
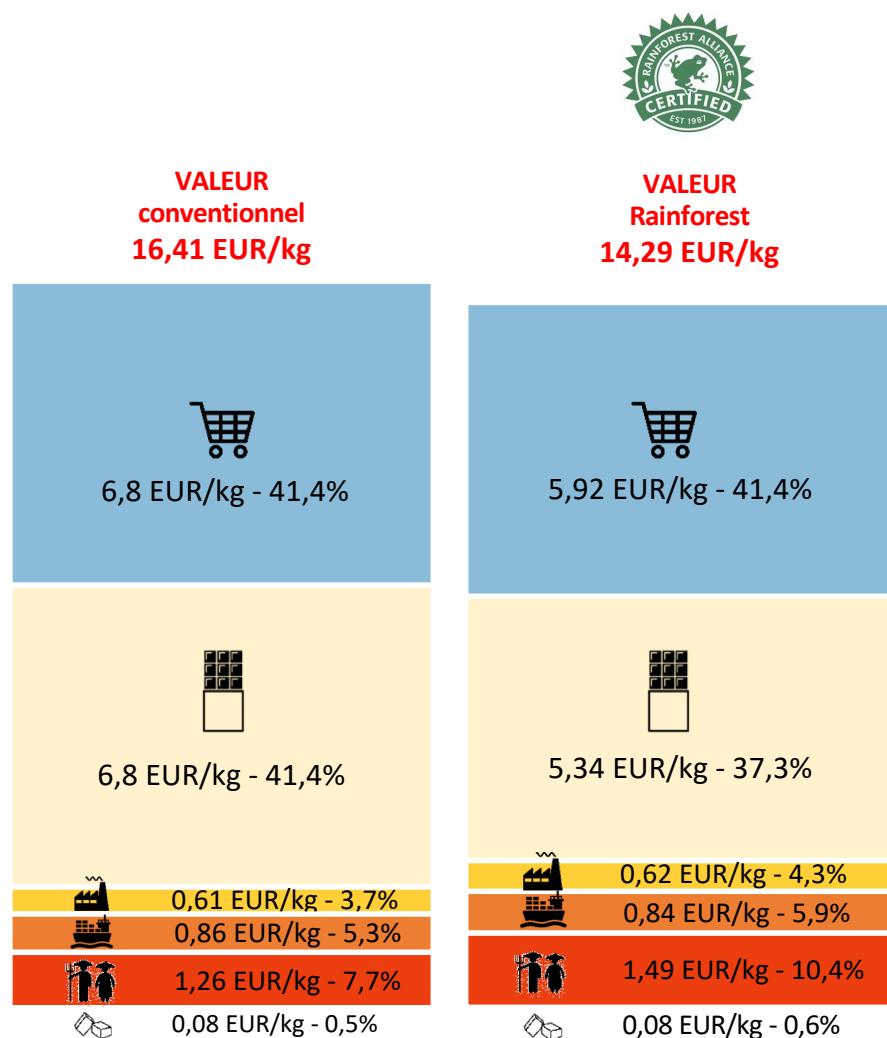
Facteurs explicatifs de la création de valeur :

- Régulation mise en place et implication de l'Etat dans le secteur,
- Variétés de cacao (en particulier *fine flavours* et/ou rendements élevés) et pratiques agricoles associées,
- Évolution des cours mondiaux du cacao

Études de cas :

- En Côte d'Ivoire et au Ghana, les **systèmes de régulation forte** ont permis :
 - **Des prix plus stables** dans tout le pays (particulièrement en cas de chutes des prix),
 - Le plus souvent, **une plus petite part de la valeur à l'export** captée par les cacaoculteurs
- En Equateur, le secteur **libéralisé** du cacao :
 - Permet **un plus grand potentiel de différenciation** de la culture du cacao,
 - **Polarise les producteurs de cacao** entre ceux en capacité de différencier leurs produits et les autres

Principaux résultats : labels (tablettes de chocolat noir gourmet, hors MDD)



Principaux résultats : labels (tablettes de chocolat noir et au lait nature)

Facteurs explicatifs de la création de valeur :

- Quelle que soit la certification analysée :
 - La répartition de la valeur au global n'est pas profondément changée,
 - Mises à part la valeur qui revient aux producteurs de cacao pour certaines combinaisons de labels (en particulier AB & commerce équitable)
- En cas de changements dans la répartition de la valeur, les causes semblent être liées à :
 - Consentement des consommateurs à payer pour du chocolat “vert et juste” fabriqué à partir d'origines identifiées de cacao
 - Des relations partenariales entre acteurs tout au long de la chaîne

Pour aller plus loin

Simulations :

- Notre modélisation indique que **si le prix du cacao mondial doublait, le prix de vente aux consommateurs des produits chocolatés en France augmenterait de 5%** (toutes choses égales par ailleurs)
 - *approfondissement en cours*

Recommandations :

- Investiguer d'autres grands pays producteurs de cacao et consommateurs de chocolat
- **Développement d'un "observatoire" permanent** (accueilli par une organisation existante) afin de **permettre une discussion multiacteurs** aux niveaux national et international, via le partage de données objectivées et contre-vérifiées
- Sécuriser et **promouvoir le développement d'accords tripartites** entre organisations de producteurs, acteurs de l'industrie et distributeurs
- **Promouvoir et renforcer les organisations de producteurs** et aider à développer leurs capacités (différenciation des variétés de fèves, amélioration de la qualité, accès au crédit, capacité d'investissement, etc.)

Merci pour votre attention !