

# Nescafé, un café soluble dans le développement durable



Premier acheteur de café vert au monde, Nescafé conjugue la création de valeur partagée avec le développement durable. Toutes les parties prenantes sont impliquées, de l'amont à l'aval, jusqu'aux consommateurs.

## Entretien avec François-Marie Neycensas\*

**Un des trois piliers du concept de création de valeur partagée, lancé en 2007, est l'empreinte écologique. Ce pilier s'est-il, depuis, enrichi de réflexions/enjeux et d'actions nouvelles ?**

**François-Marie Neycensas :** Nous l'avons en effet enrichi de l'affichage environnemental, expérimentation portée par le gouvernement lors du Grenelle de l'environnement, à laquelle nous avons adhéré volontairement. L'idée est d'expliquer au consommateur l'impact environnemental de sa consommation de café. Un outil digital précise l'équivalence en émissions de CO<sub>2</sub> produites d'un mug de café instantané consommé. La complexité de l'analyse du cycle de vie sur laquelle est élaboré ce résultat appelant de la pédagogie, l'outil est simple et facile d'accès ; on y indique, par exemple, des équivalences avec l'empreinte écologique d'un déplacement en voiture – traduite par

une distance parcourue. L'information est aussi accessible via un QR code présent sur l'ensemble de nos packagings. Toujours d'un point de vue consommateur, nous avons agi sur l'emballage, en proposant des recharges représentant une économie de 12 % d'émissions de CO<sub>2</sub> par rapport au flacon verre équivalent. Nous sommes également engagés dans la promotion du tri des emballages, en multipliant les consignes de tri.

**Depuis quand la lutte contre le réchauffement climatique figure-t-elle au nombre des enjeux du groupe ? S'est-il fixé des objectifs chiffrés en termes de réduction de CO<sub>2</sub> ?**

**F.-M. N. :** La lutte contre le réchauffement climatique fait partie intégrante du concept de création de valeur partagée, au travers du développement durable. Cet enjeu s'est traduit par des initiatives qui ont permis de réduire de 40 % nos émissions de gaz à effet de serre par tonne produite au niveau mondial. Dans l'usine Nescafé de Dieppe, notre

\* Responsable de la création de valeurs partagées Nestlé boissons

ambition est de pérenniser ces résultats et de réduire la consommation énergétique par tonne de café produite de 20 % supplémentaires d'ici à 2020. Plus récemment, le groupe s'est engagé auprès du Carbon Disclosure Project, avec, en particulier, un engagement fort de déployer à long terme une stratégie d'approvisionnement faisant intégralement appel aux énergies renouvelables.

**Quel est l'impact du changement climatique sur la production de café ?**

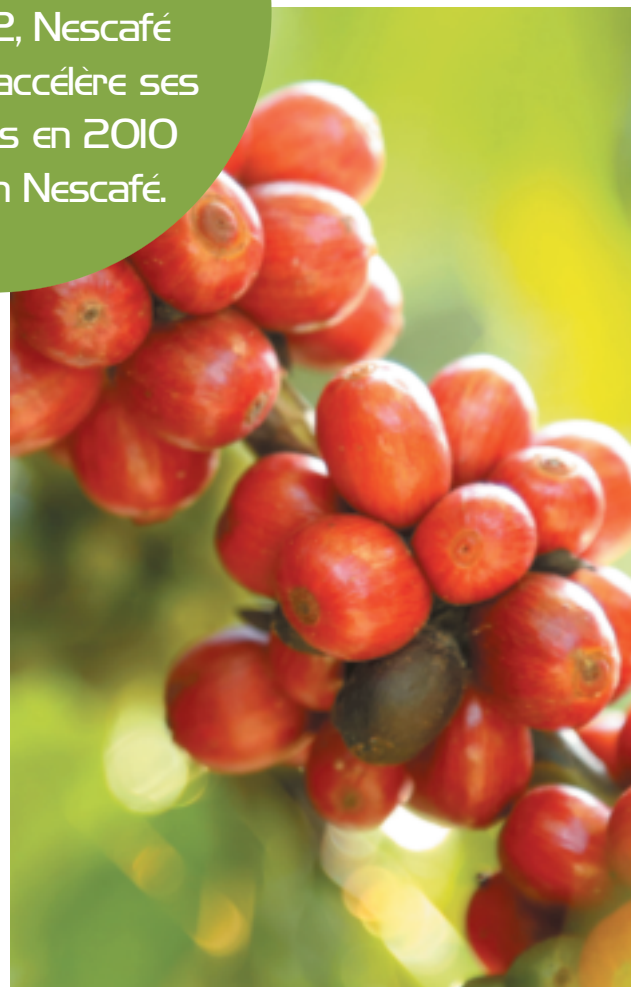
**F.-M. N. :** Très concrètement, l'augmentation moyenne des températures aura pour effet de réduire les surfaces de terre disponibles pour la culture du café, tout comme l'accroissement des pluies peut accélérer l'érosion des sols. Le CIAT (Centro International de Agricultura Tropical) a élaboré des projections par pays producteurs à différents horizons – dont 2020, soit dans cinq ans –, mesurant ces réductions. Moins de surfaces disponibles pour la culture du café augmentera les risques d'une pénurie à moyen ou long terme, avec des effets économiques néfastes, en premier lieu pour les pays producteurs.

**Après le Plan cacao lancé en 2009, le Plan Nescafé suit en 2010. Ont-ils des points communs en termes de filière durable et d'économie circulaire ? En quoi se distinguent-ils ?**

**F.-M. N. :** L'enjeu global de la filière du café est similaire à celle du cacao : satisfaire une demande mondiale en constante croissance depuis dix ans, à savoir 2 % par an pour le café, avec une production qui ne suit pas. Les pays du Nord consomment plus (+ 20 % en dix ans), quand la demande intérieure des pays producteurs, les pays du Sud, explose à + 60 %. En revanche, plusieurs défis singularisent la filière café, qui intègre plus de soixante-dix pays producteurs : vieillissement des plantations qui, au bout de vingt ans, voient leur rendement baisser ; forte sensibilité à la météo, qui pénalise les récoltes – par exemple d'un tiers à la baisse lors de la sécheresse ayant affecté le Brésil en 2014 – ; concurrence de cultures plus rémunératrices, comme l'huile de palme en Indonésie, qui assure des revenus cinq fois supérieurs; enfin, le vieillissement des producteurs, qui ne sont pas tous remplacés par les jeunes générations, attirées par des emplois urbains plus rémunérateurs.

Premier acheteur de café vert au monde et présent dans les plantations depuis 1962, Nescafé consolide et accélère ses engagements en 2010 avec le Plan Nescafé.

Premier acheteur de café vert au monde et présent dans les plantations depuis 1962, Nescafé consolide et accélère ses engagements en 2010 avec le Plan Nescafé. L'idée est de produire mieux et plus de café, de manière durable sur le triple plan social, environnemental et économique. Nescafé distribue aux producteurs de meilleurs caféiers, sélectionnés naturellement par bouturage dans notre centre R&D de Tours, leur permettant d'ainsi renouveler sans frais leurs plantations. Le bénéfice pour le producteur : un plant de café plus résistant aux maladies, qui produit plus rapidement et en plus grande quantité, avec un profil sensoriel meilleur dans la tasse. Nous nous engageons à en distribuer 220 millions d'ici à 2020.



## témoignage

Nous formons également 10 000 producteurs annuellement à de meilleures pratiques agricoles. Le morcellement des plantations, à 80 % tenues par des petits producteurs, nécessite une mise à niveau des connaissances agricoles de base et de palier les écarts de rendement à l'hectare, variant aujourd'hui de un à quatre selon que vous êtes au Mexique ou au Vietnam. Enfin, nous vérifions dans les plantations l'atteinte des critères de durabilité édictés par l'association 4C (Code commun de la communauté de café), qui réunit tous les acteurs de la filière café : producteurs, fabricants, distributeurs. Dix pratiques inadmissibles sont à bannir et vingt-huit pratiques sont à déployer, favorisant progrès social, économique et environnemental – par exemple le bon usage de l'eau, le tri des déchets, la gestion des sols.

### Sur quels niveaux de la chaîne de valeur pouvez-vous agir pour réduire l'empreinte carbone ?

**F.-M. N. :** L'affichage environnemental nous a permis d'établir une analyse de cycle de vie de nos produits, et ainsi d'identifier les étapes sur lesquelles concentrer nos efforts. Plus de 50 % de l'impact environnemental d'un mug consommé provient de la culture du café, à peine 10 % de l'emballage – ce que nos consommateurs n'imaginent pas. Nous agissons ainsi sur la totalité du cycle de vie, des plantations aux usines jusqu'aux offres et communications aux consommateurs, avec des initiatives à plus ou moins longue échéance. Nos agronomes forment les producteurs à certaines pratiques agricoles spécifiques pour lutter contre le réchauffement climatique – par exemple, l'abattage de la forêt vierge y est banni. Nous réduisons notre consommation énergétique en usine et y investissons pour développer les énergies renouvelables. Nous proposons enfin à nos consommateurs, par exemple, de ne chauffer que la quantité d'eau nécessaire dans leur bouilloire.

### Quels sont vos investissements pour améliorer votre efficacité énergétique ? la part de l'énergie renouvelable ?

**F.-M. N. :** Élaborer un café instantané, c'est faire du café et le sécher, rien d'autre. L'usine Nescafé de Dieppe récupère le marc de café produit et le valorise sur place en énergie renouvelable



« Nos agronomes forment les producteurs à certaines pratiques agricoles spécifiques pour lutter contre le réchauffement climatique ».

depuis 1983. L'année prochaine, nous allons remplacer cet équipement, avec le soutien de l'Ademe, par une chaudière biomasse fonctionnant notamment au bois en complément du marc. Le bois provient d'une filière locale développée en collaboration avec l'ONF. Ces pratiques relèvent de l'économie circulaire, et fourniront une part significative de nos besoins vapeur en usine, tout en évitant l'émission de plus de 30 000 tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub>. On réduit également notre consommation en énergie avec des équipements moins énergivores.

### Qu'apporte à Nescafé son association, depuis 2010, avec Rainforest Alliance ?

**F.-M. N. :** Il s'agit d'une collaboration pour identifier les meilleures pratiques de culture du café. Rainforest Alliance est une ONG internationale qui possède une expertise reconnue sur les pratiques agricoles favorisant la protection de la biodiversité, et œuvrant pour assurer les moyens de subsistances durables aux populations locales. Cela complète le savoir-faire agricole dispensé par nos 300 agronomes présents dans quatorze pays producteurs, axé sur la qualité du café. Les bénéfices sont donc nombreux pour l'environnement, pour les communautés de producteurs et in fine pour nos consommateurs.

**Participez-vous à la création de « puits de carbone » ?**

**F.-M. N.** : Oui, dans le cadre de notre collaboration avec Pur Projet, un collectif fondé par Tristan Lecomte luttant contre la déforestation et le réchauffement climatique, nous nous engageons dans l'agroforesterie. Nous plantons des arbres au sein des plantations de café pour lutter contre l'érosion des sols, développer l'ombrage, préserver les écosystèmes et multiplier les puits de carbone. Les arbres sont aussi exploités pour compléter les revenus des producteurs. Des pilotes sont lancés dans des exploitations en Thaïlande et aux Philippines, avec plus de 70 000 arbres plantés à ce jour, par exemple. Cela complète ainsi nos actions de formation des producteurs, car n'oublions pas que la majorité de l'impact environnemental d'une tasse de café consommée provient de l'amont agricole.

**Vous proposez une expérience immersive en réalité augmentée avec Google...**

**F.-M. N.** : Nous multiplions des actions de communication vers nos consommateurs pour faire comprendre l'enjeu de la filière, nos initiatives et aussi les inviter à en faire partie. Avec le Google Cardboard, un casque de réalité virtuelle, on

invite le consommateur au Brésil, dans une plantation de café qui a bénéficié du Plan Nescafé, grâce à une application à télécharger sur son smartphone. Fabriqué en carton, le casque contient deux lentilles permettant de visionner des vues panoramiques.

**Engagez-vous les consommateurs à changer leur mode de consommation ?**

**F.-M. N.** : Choisir un café instantané par rapport à un café moulu réduit l'impact environnemental de son mug consommé de près de 30 %. Choisir une recharge au lieu d'un flacon en verre, trier ses emballages usagés, choisir la quantité d'eau nécessaire dans la bouilloire, sont autant de gestes vers une consommation plus responsable. Nous les invitons à converser sur ces sujets sur les réseaux sociaux. Nous travaillons aussi sur de nouvelles offres produit, autant de preuves concrètes de nos engagements dans les plantations qui seront lancées début 2016. ■

*Pour en savoir plus : nescafeplan.fr*

**NOUVEAUTÉ POUR LES ABONNÉS**

Un accès illimité aux articles de la Revue et à une revue de presse « spéciale Marques » en vous connectant sur l'espace abonné de [www.prodimarques.com](http://www.prodimarques.com)

**VENEZ NOMBREUX !**

# Matière à réflexion

Découvrez sur notre site internet,  
une base de données exceptionnelle sur les grandes marques de fabricants !

Abonnez-vous en quelques clics sur :  
**[www.prodimarques.com](http://www.prodimarques.com)**  
(informations et paiement en ligne sécurisés)