



Francia, un mercado en evolución (primera parte)

Los Arábica constituyen el 50% del mercado

Fueron los franceses quienes introdujeron la *Coffea* en las Américas, finalizando así la supremacía comercial de la Compañía Holandesa de las Indias Orientales. En efecto, fue el Caballero Gabriel de Clieu, capitán de infantería en La Martinica, quien en 1720 cogió dos valiosos esquejes de los invernaderos reales de Versalles (se dice que a escondidas del soberano) y los llevó, en un atribulado viaje, a las pequeñas Antillas, donde la única planta que sobrevivió a la travesía logró una excelente adaptación. Las exportaciones hacia la madre patria se iniciaron en 1730, y aumentaron en los años sucesivos de modo exponencial. Desde La Martinica, las plantaciones se exten-

dieron rápidamente a Guadalupe, Santo Domingo y a la Guayana: de este modo Francia se convirtió, en pocos decenios, en el primer productor mundial de café, llegando a cubrir tres cuartas partes de las necesidades europeas. Este "boom" se debió, además de al clima favorable y a la fertilidad del terreno, a la organización esclavista del trabajo, basada en más de medio millón de africanos deportados al nuevo mundo. Pero esta supremacía no duró mucho: en breve la insurrección de La Martinica (que se proclamará independiente en 1804) y sobre todo la extensión gradual del cultivo al resto de América Central y Meridional, revolucionarían la geografía mundial del café, desterrando rápidamente esta efímera *grandeur*.

Importaciones de café verde no descafeinado. Procedencia según países productores

	1999			1998			1997		
	Toneladas	Sacos 60 kg.	%	Toneladas	Sacos 60 kg.	%	Toneladas	Sacos 60 kg.	%
Brasil	63.824	1.063.733	20,94%	52.868	881.133	17,66%	56.881	948.017	18,16%
Vietnam	40.627	677.117	13,33%	30.120	502.000	10,06%	29.663	493.883	9,46%
Colombia	31.703	528.383	10,40%	41.528	692.133	13,87%	31.235	520.583	9,97%
Costa de Marfil	28.522	475.367	9,36%	43.717	728.617	14,60%	45.409	756.817	14,50%
Uganda	20.095	334.917	6,59%	12.578	209.633	4,20%	23.154	385.900	7,39%
Madagascar	9.731	162.183	3,19%	10.439	173.983	3,49%	10.773	179.550	3,44%
Guatemala	9.703	161.717	3,18%	9.153	162.550	3,26%	11.847	197.450	3,78%
Camerún	9.168	152.800	3,01%	9.169	152.817	3,06%	11.766	196.100	3,76%
Etiopía	8.359	139.317	2,74%	8.138	135.633	2,72%	6.927	115.450	2,21%
Honduras	7.885	131.417	2,59%	6.987	116.450	2,33%	5.256	87.600	1,68%
Otros países	75.147	1.252.450	24,66%	74.083	1.234.717	24,75%	80.370	1.339.500	25,66%
Total	304.764	5.079.400	100%	299.380	4.989.667	100%	313.251	5.220.850	100%

En compensación, no declinó un ápice la pasión de los franceses por el *“vino de Arabia”*, ya difundido en todos los estratos sociales. La flor y nata de los escritores, poetas, filósofos y científicos proclamaron sus cualidades y virtudes.

Paul Morand llegó a afirmar: *“Con el té, Oriente penetra en los salones burgueses, con el café en los cerebros”*.

Honoré de Balzac -autor, por cierto, de un *“Tratado de los excitantes modernos”*- obtenía de esta aromática bebida su linfa inspiradora; Voltaire, por su parte, llegó a consumir (o por lo menos así dicen los testimonios de la época), de cincuenta a setenta tazas al día. Desde mediados del siglo XVIII, el café se impuso en el desayuno del pueblo, sustituyendo la tradicional sopa. A partir del siglo XIX, se difundió ampliamente entre los operarios

gracias a sus propiedades estimulantes, indispensables para combatir el frío o el cansancio. En *Germinál*, Zola exaltó la importancia de este producto para los mineros del Norte, que lo consideraban tan esencial para su supervivencia como el pan. Cualidades excitantes y tonificantes que demostró apreciar un poco menos Brillat-Savarin, el cual narra, en su célebre *“Physiologie du Goût”*, que no pudo dormir durante cuarenta y ocho horas seguidas tras tomar, después de la cena, dos abundantes tazas de la aromática infusión. Llegando a nuestros días, podemos citar la Asic (Association Scientifique Internationale du Café), prestigioso instituto de investigación que tiene su sede en París, así como el originalísimo *“Nez du café”*, un revolucionario alfabeto olfativo y gustativo ideado por Jean Lenoir, conocido “gurú” del análisis sensorial.

Importaciones de café verde no descafeinado. Procedencia según países productores. Tipos de café (en %)

	1998	1999
Arábica	41	50
Colombia dulce	14	10
Otros dulces	6	17
Brasileños y otras Arábicas	20	22
Robusta	35	39
Otros	24	11

Fuente: European Coffee Report

Los “handicap históricos”

No obstante estas seculares tradiciones, Francia, según afirman algunos, todavía hoy se resiente de ciertos “handicap históricos” que se reflejan negativamente en los estándares cualitativos del producto consumido. En efecto, en el pasado el mercado francés se vio perjudicado por una política comercial que privilegiaba la importación del Robusta proveniente de las ex colonias africanas, pero también por la costumbre (difundida sobre todo en el norte) de mezclar achicoria y café: costumbres que han “deseducado”, por así decirlo, al consumidor medio, empujándolo a habituarse a brebajes de gusto fuerte y amargo.

En los últimos dos decenios, sin embargo, se ha producido un importante cambio. Muchos tostadores han empezado a proponer (tanto en el canal HORECA como en el de las familias), nuevos tipos de productos (de una única procedencia, mezclas “étnicas”, arábicas selectos, aromatizados) contribuyendo a la diversificación del surtido de mercancías y a la evolución de las costumbres de consumo. Una prueba de ello es que el segmento definido “Premium” (Arábica 100%) constituye, en el sector familias, el 50% de las ventas por volumen y el 65% por valor. Las mismas cafeterías proponen a sus clientes auténticos “menús” (*cartes des cafés*), que pueden incluir decenas de mezclas, procedencias



y especialidades diferentes. Pero es la actitud del consumidor medio la que está cambiando: aunque continúe pidiendo en la barra del bar, por costumbre y comodidad “*un petit noir*” (nombre común de la taza de café negro, N.d.R.), ya no se contenta con una bebida mediocre: juzga, compara, y sobre todo, está dispuesto, tanto en su casa como en el bar, a pagar un poco más con tal de poder beber un buen café.

Esta evolución se refleja en el fuerte crecimiento de los Arábica, que a inicios de los años ochenta constituían apenas el 25% de las importaciones y que hoy cuentan ya con el 50%. Pero veamos más detalladamente dos datos sobre los principales países proveedores. Francia

importó, durante 1999, 5.079.400 sacos de café verde no descafeinado (equivalentes a 304.764 toneladas): un resultado ligeramente mejor respecto al de 1998 (+ 1,77%), pero todavía inferior al de 1997 (-2,7%). Es evidente el considerable aumento registrado por Brasil (+182.600 sacos), que consolida su primera posición, y la subida irresistible de Vietnam, el cual, desbancando a Colombia, se sitúa en la segunda posición del ranking francés. Por lo que al país de Juan Valdez se refiere, el mismo ha sufrido las consecuencias de una cosecha -la del 99- decididamente nefasta, no obstante haya logrado reducir los daños, especialmente si comparamos los resultados obtenidos en otros países europeos.

Importaciones de café tostado (en toneladas)

Meses/Año	1999	Variaciones (%)	1998	Variaciones (%)	1997
Enero	2.970	-57,41%	4.675	12,86%	4.074
Febrero	3.512	-35,36%	4.754	19,14%	3.844
Marzo	4.502	1,78%	4.442	-12,96%	4.995
Abril	3.706	-14,25	4.234	1,30%	4.179
Mayo	2.459	-50,10%	3.691	26,69%	2.706
Junio	3.641	-0,66%	3.665	-12,55%	4.125
Julio	7.365	39,13%	4.483	22,44%	3.477
Agosto	2.753	-8,43%	2.985	8,94%	2.718
Septiembre	3.788	-4,59%	3.962	-1,34%	4.015
Octubre	8.618	43,85%	4.839	-7,05%	5.180
Noviembre	4.203	3,83%	4.042	6,75%	3.762
Diciembre	3.696	4,60%	3.526	14,29%	3.022
Total del año	51.213	3,78%	49.278	6,44%	46.104

Fuente:SNICC Estadísticas aduanas



En caída libre Costa de Marfil, que después de haber perdido en 1997 el cetro de primer proveedor francés, también se ha visto desposeída este año del puesto de honor (detectado en 1997 y en 1998), retrocediendo a la cuarta posición. Crecen sin embargo las importaciones de Uganda, mientras que las restantes procedencias (exceptuando Madagascar, en ligero descenso, y Honduras, en leve crecimiento) no han sufrido variaciones de relieve. El análisis por tipos nos permite enfocar un poco mejor las características de este mercado, en el cual los Arábica -como ya se ha dicho anteriormente- constituyen el 50% de las importaciones de verde no descafeinado. Respecto a 1998 podemos decir que ha aumentado la cota de los Brasileños, Otros Arábica y Otros Suaves, mientras que ha descendido la de los Colombianos. Los Robusta se

Exportación de café en todas las formas (toneladas)			
Exportaciones en toneladas	1999	1998	1997
Café verde descafeinado	25.440	23.020	22.970
Café tostado (equivalente café verde)			
No descafeinado	7.004	5.633	4.659
Descafeinado	375	1.070	349
Sucedáneos y esencia de café	24.872	31.924	29.424
Total (equivalente café verde)	57.691	61.647	57.402

Fuente: SNICC

sitúan en un 39%. Pero la tabla puede mostrarnos un cuadro distorsionado de la situación. Esto se debe al alto porcentaje (11%) atribuido a la voz "Otros", debido a la falta de indicaciones precisas sobre el país de procedencia. Puede ser de ayuda la valoración efectuada sobre el conjunto del mercado francés por SNICC (Syndicat National de l'Industrie et du

Commerce du Café), que atribuye el 54% a los Arábica y el 46% al Robusta.

Continúan creciendo las importaciones de café tostado, que han pasado de las 46.104 toneladas de 1997 a las 49.278 del 98 y a las 51.213 del 99, lo que equivale a un aumento superior al 11% en el arco del último trienio.

Cabe destacar, siempre en el frente de las exportaciones, un aumento tanto del verde como del tostado descafeinados, frente al descenso de la voz “sucedáneos, esencias y extractos de café”.

El saldo importaciones-exportaciones, junto a las valoraciones sobre los aprovisionamientos, nos permite calcular el consumo medio per habitante, que en 1999 fue de 5,38 kg. pro capita. Pero intentemos profundizar en nuestro estudio y conocer más de cerca el universo de los consumos.

Los hábitos de consumo

El café incide en más de un 3% en el gasto alimenticio de los franceses. Si miramos la frecuencia diaria de los actos de consumo, es la segunda bebida más difundida (2,45 actos) después del agua (4,43). El índice de penetración en las familias es un 87%, situándose por debajo del agua (91%) y de los zumos de fruta (88%), pero muy por encima de su majestad el vino (70%), de las colas y de las sodas (66% por cabeza). La cafetera preside la mesa del desayuno de cuatro de cinco franceses (79%), y casi uno de dos franceses asocia la taza de café a la pausa de la tarde. Prevalecen los consumos domésticos (71%



en términos de café verde), seguidos por los de HORECA (16%) así como de las colectividades y comunidades. Considerando la incidencia de los canales de compra, domina la venta en grandes establecimientos y en tiendas de alimentación (80%), mientras que el 18% restante se refiere a los HORECA. El mercado del torrefacto (154.600 toneladas por una facturación de 7.000 millones de francos, más de 180.000

millones de pesetas, perdió en 1.999 aproximadamente un 1,1% respecto al año anterior: una tendencia que, según el parecer de los expertos, difícilmente se invertirá en el primer decenio del 2.000. Dos son los principales motivos de este retroceso: por una parte la incipiente moda del desayuno anglosajón, con grandes dosis de cereales en caja que sustituyen el café, té o cacao en polvo; y por la otra la desafición de los jóvenes, cuya “inicialización” a la negra bebida ya no se produce, como antaño, en la primera adolescencia, sino en el umbral de la edad adulta. Añádanse también las fuertes fluctuaciones en los costes de la materia prima con sus inevitables repercusiones sobre los precios al consumo.

Planet Coffee
Septiembre 1999

(Fuentes: ALAIN STELLA, *ABCdaire du Café*, 1998 Flammarion, Paris; *L'hôtellerie* - años diferentes; *Points de vente* - años diferentes; S.N.I.C.C. - *Marché du café* en 1999; C.E.C.A. - E.U.C.A. - *European Coffee Report* 1999).

Indice de precio al consumo (base 100 año 1998)

Mes/año	1999	1998	1997
Enero	97,6	141,6	125,1
Febrero	96,1	140,9	124,7
Marzo	94,9	140,2	124,4
Abril	94,4	140,5	125,1
Mayo	93,9	140,1	130,4
Junio	93,6	139,4	136,3
Julio	93,3	138,3	140,4
Agosto	93,1	137,7	142,5
Septiembre	93,0	137,2	143,1
Octubre	93,0	136,6	143,2
Noviembre	92,9	136,3	143,1
Diciembre	93,0	136,0	143,0
Total año	94,07	138,73	135,11

Fuente: SNICC-INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques)