

Introduction	5
① Une légende de l'humanité	6
② Une histoire de cités	8
③ Une question de qualité	11
④ Une logique de marché	15
⑤ Une affaire de convivialité	18
Liens avec les programmes scolaires	20
Bibliographie	21
Informations pratiques	22
Autour de l'exposition	23



Pour la plupart des gens, le café est synonyme de bien-être, de convivialité et de chaleur humaine. Au cours de son histoire, c'est une boisson qui a grandement évolué dans son usage quotidien : ses vertus médicinales, puis gustatives, et enfin conviviales ont été progressivement reconnues. La culture du caféier ainsi que la consommation du café tel que nous le connaissons se développe au xv^e siècle au Yémen, mais n'apparaît qu'au xvii^e siècle en Europe. D'abord localisé en Éthiopie, il va se diffuser largement à travers le monde arabo-ottoman pour remonter vers la Méditerranée et l'Europe occidentale, puis suivre ce que l'on appelle la « route des négociants ». En quelques siècles seulement, le café est, certes, devenu un pilier de l'économie mondiale, mais fait également un parfait objet d'études anthropologiques, tant par son usage quotidien, domestique et public, que par l'ampleur des échanges qu'il génère et les millions de gens qu'il fait vivre, au Sud comme au Nord. Comment étudier l'homme et ses coutumes aujourd'hui sans se pencher sur cette fameuse boisson de son quotidien ? Léon-Paul Fargue affirme que « le café est l'institution la plus solide de France ». Pourtant, la boisson reste méconnue, comme son histoire, qui demeure en grande partie négligée. Et que dire de ses vertus si peu célébrées, voire décriées ? Le mystère reste entier, mais l'exposition « Café *in* » propose de l'élucider et de créer la surprise en montrant le parfait outil scientifique, anthropologique, esthétique et économique qu'il est.

Les pistes pédagogiques

L'exposition se prête particulièrement aux approches interdisciplinaires pour tous les niveaux. De nombreux travaux en petits groupes, sujets d'exposés, d'études, de travaux personnels encadrés peuvent être proposés avant ou après la visite. En TPE en particulier, les sujets sur le commerce équitable suscitent souvent l'intérêt. Une visite dès début novembre et l'ensemble du programme d'événements autour de l'exposition, ainsi que les différents partenaires offrent une matière et des pistes précieuses.

Des échanges épistolaires fictifs ou réels avec des écoles dans les différentes coopératives équitables du Sud peuvent nourrir un travail en français et en langues vivantes, combiné à l'histoire et à la géographie par exemple. Les pistes pédagogiques sont indiquées à la fin de chaque section.

2. Plaque de voyante «Lignes de la main – Marc de café – Tarots égyptiens», 1950. Mucem, Marseille © Mucem



3. Victor Hugo, Paysage, 1847, Maison de Victor Hugo © Maison de Victor Hugo / Roger-Viollet



On sait peu de choses de la naissance de l'homme; il en est de même pour le café, si ce n'est qu'ils sont nés sous le même climat, dans les mêmes contrées et peut-être au même âge... Une chose est sûre: leurs destins devaient être liés et ancrés pour l'éternité. Le précieux breuvage n'a eu de cesse de fasciner l'humanité, que ce soit spirituellement ou dans les domaines littéraire et artistique. Et, aussi loin que remonte son histoire, des légendes, par dizaines, apparaissent. Antoine Galland, traducteur des *Mille et une Nuits*, en a remis certaines au goût du jour. Ce qui est sûr et commun à toutes ces légendes, c'est que les vertus mystérieuses de cette graine de caféier ont, dans la Corne de l'Afrique, puis bien plus largement, enflammé l'imagination des hommes. Ce n'est pas un hasard si les débits de la précieuse boisson se sont multipliés tout au long du XIX^e siècle. Il s'agit alors, en dégustant un café, de trouver le plaisir d'être ensemble dans un espace public, sans céder à l'ivresse.

Légendes et mystères: les mille et un secrets du café...

Breuvage de légende aux vertus médicinales ancestrales, le café recèle bien des mystères. Il n'est ni anodin ni surprenant que la cafédomanie – l'art de prédire l'avenir dans le marc de café –, connaisse un véritable succès au XIX^e siècle. Quel meilleur moyen existait-il pour révéler l'avenir que cette pratique venue d'Orient? Lire dans le marc de café, plus qu'un moyen de divination parmi tant d'autres, est surtout une manière de s'élever socialement. Il devient courant d'aller se faire révéler les mystères de sa vie future en consultant les diseuses de bonne aventure, qui maîtrisent la lecture et la compréhension des signes apparaissant dans le marc de café.

4. William Kentridge, Universal Archive (Twelve Coffee Pots), 2011, linogravure imprimée sur pages d'encyclopédie trouvée, contrecollées sur papier Arches, 105×103,5 cm. Galerie Marian Goodman. Courtesy de l'artiste et Marian Goodman Gallery © William Kentridge Studio



Les pistes pédagogiques

Cycle 2

Pendant la visite

Raconter aux élèves comment le marc de café peut être utilisé comme outil de divination: la préparation à la turque était le mode de préparation le plus propice pour pratiquer cette divination. En effet, la présence de marc de café dans le fond de la tasse après sa dégustation permettait au devin ou à tout autre personne désireuse de connaître son avenir d'interpréter divers signes et messages: après avoir retourné la tasse à l'aide de la sous-tasse, on examinait alors les traces de marc écoulées sur les parois.

Après la visite

Sur place ou de retour en classe, on pourra réaliser avec les élèves l'activité suivante: au centre d'une feuille A4, déposer et faire couler de la gouache. Plier la feuille en deux. Interpréter les résultats obtenus.

Cycle 3

Pendant la visite

Pour faire le lien entre les deux salles, proposer aux élèves de tracer sur un fond de carte la route historique du café, de l'Arabie heureuse vers les grandes villes de Méditerranée et d'Europe, puis du monde.

5. Fernand Detaille, *Café Riche*, Marseille, à l'angle de la Canebière et du cours Saint-Louis, photographie de 1906. © Fonds Gérard Detaille



6. Gaston Bouzanquet, *Café en Égypte*, 1925, photographie, Musée de la Camargue. © Photographie de Gaston Bouzanquet, coll. Musée de la Camargue, PNR de Camargue. Num. David Huguenin



Partie 2

Une histoire de cités

L'extension commerciale du café va s'avérer être une longue route. Le périple débute à Mokha, en Arabie, où des marchands ambulants puis sédentaires proposent du café fraîchement préparé à leur clientèle. Le café, substance stimulante mais néfaste et toxique pour la santé selon la croyance populaire, devient malgré tout un produit de consommation courante dans les grandes villes. Toutes les grandes capitales d'Orient, du Moyen-Orient ou d'Occident le célèbrent dans les premières « maisons de café ». La Havane, La Mecque, Le Caire, Istanbul, Venise, Vienne, Marseille, Paris, Londres, São Paulo, New York, mais aussi Java ou Amsterdam verront s'ouvrir des établissements de ce type. Lieu multiculturel et très fréquenté, le café sera tantôt le lieu de mouvements sociaux ou révolutionnaires, tantôt célébré par les grands écrivains. L'exemple le plus singulier est celui du café parisien, avec des clients illustres comme Danton, Marat ou, plus tard, Sartre et Beauvoir.

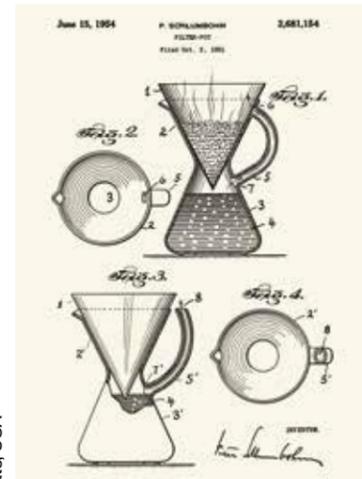
Évolution des cafés du XVIII^e au XX^e siècle : l'exemple parisien

Les cafés, par le sentiment de convivialité qu'ils instaurent, ont contribué au développement des notions de tolérance et de civisme. Très vite, les débats de toutes formes ont pu y avoir leur place. C'est ainsi qu'au XVIII^e siècle, ils vont fournir aux philosophes des Lumières l'environnement nécessaire à la diffusion de leur pensée. C'est dans ce climat que *Le Procope* ouvre ses portes à Paris en 1702. Il verra passer dans ses salons des figures emblématiques de l'Histoire comme Voltaire, Rousseau ou encore les révolutionnaires Danton et Marat. Plus tard, au XIX^e siècle, les établissements seront pris d'assaut par les ouvriers, heureux de se retrouver entre eux après leur journée de travail. Ces moments particuliers donnent lieu à des échanges sur leurs conditions de vie et de travail. C'est dans les cafés que naît l'idée de grève et du syndicalisme. Les ouvriers se reconnaissent comme une classe distincte avec des droits qui leur sont propres. Plus tard, les écrivains et plus généralement le monde artistique en feront leurs quartiers généraux. Combien de cafés de Saint-Germain-des-Prés ou du Quartier latin en ont vu défiler ? Les surréalistes et les existentialistes y travailleront. Ainsi, le *Café de Flore* sera honoré de la présence d'Apollinaire, de Desnos, de Queneau, mais aussi de Sartre ou de Beauvoir. Les cafés ont toujours été en étroite relation avec les mouvements sociaux : ils sont le reflet des sociétés en devenir.

7. « Pas de bon repas sans un bon café », publicité publiée dans le journal *L'illustration* de juin 1936. © François Fernandez © Fondation Malongo.



8. Peter Schlumbohm, *Patent poster Filter pot*, 1951, affiche de brevet d'invention, Chemex Coffee © CHEMEX® Corporation. Mas-sachusetts, USA



Une histoire de cités

Partie 2

Les pistes pédagogiques

Cycle 3, collègue

Pendant la visite

Demander aux élèves de lister à l'oral les principales différences entre les deux photographies (n°3 et 4, page 8) et autour d'un même thème (le café comme espace de convivialité). En conclusion, leur laisser trouver le principal point commun.

Travail sur l'étymologie et les traductions différentes du mot *café*. À l'entrée de l'exposition et en guise d'approche pour aborder le thème, l'enseignant peut donner la liste de traductions en différentes langues de *café*. Il fera lister aux élèves les points communs, les différences selon les sons présents dans le mot. En conclusion de l'activité, il expliquera l'origine du mot (*café* est issu du mot arabe *kahwa*).

Après la visite

Chorégraphie encadrée par le professeur d'éducation physique et sportive sur le modèle des courses de garçons de café, à mettre en rapport avec les photographies de Margot Lançon, *Garçons (!)*, affichées sur le Vieux-Port et dans l'exposition sur la gestuelle et la posture particulière des garçons de café. Ce travail peut s'appuyer également sur l'extrait de texte suivant :

« Le garçon de café, en France, a été figé dans son uniforme du XIX^e siècle, tel que l'aurait vu Honoré de Balzac ou Émile Zola : une veste noire, un pantalon noir, des chaussures noires et un long tablier blanc. Les grands établissements ou ceux qui ont traversé l'histoire sans trop d'encombre ont persévéré afin que ce personnage demeure ce qu'il est dans l'imaginaire de tout un chacun. Il n'a pas fini par devenir invisible, mais il est l'un des éléments du décor d'un établissement familial. Il mène son existence comme un derviche – je ne peux m'empêcher devant ce

spectacle de songer aux grands comiques du cinéma muet, Charlie Chaplin et Mabel Normand dans *Garçon de café* en 1914 ou Max Linder dans un film français, *Le Petit Café*, en 1919 – qui tourneraient interminablement entre les guéridons et les personnes qui s'y sont installées. Celles-ci passent leur commande : « Garçon ! Un café ! » L'homme au plateau – qui semble vissé à sa main acquiesce, souvent sans dire un mot. [...] Dans la *Physiologie des cafés de Paris* (1841), l'auteur anonyme décrit ce personnage comme l'une des figures quotidiennes exécutant son travail avec une minutie d'horloge et un rituel immuable. Quand la capitale commence à revivre le matin, le voici à l'œuvre : « Les cafés ouvrent leurs volets, mais gardez-vous d'entrer. Tout est dans un désordre affreux : la dame du comptoir se frotte les yeux et bâille ; les chaises et tabourets escaladent les tables et se dressent en pyramides menaçantes ; les garçons courent, crient, tirent des armes avec la main – et tout se perd, se confond dans l'atmosphère d'une poussière fantastique¹ » Un ballet qui se donne peu après l'aube et à nouveau à la tombée de la nuit pour nettoyer la salle et la terrasse, empiler chaises et tables, encore et toujours. »

« Grandeurs et misères du garçon de café », par Gérard-George Lemaire.

Lycée général et professionnel

Pendant la visite / après la visite

Expliquer les citations suivantes :

« Le produit emblématique d'une lente mondialisation du monde », Christian Grataloup
 « Les cafés sont les salons de la démocratie ! », Léon Gambetta

1. *Physiologie des cafés de Paris*, Paris, Desloges (éd.), 1841.

Pourquoi l'auteur dit-il que le café est le produit d'une lente mondialisation du monde ?

En s'appuyant sur une définition simple de la mondialisation (mise en relation des espaces et des économies par l'intermédiaire de flux), montrer, avec les élèves, que le café, par son lieu d'origine, de production, de fabrication et de consommation a participé, au cours de son histoire, à une certaine « mondialisation ».

Pourquoi, selon Gambetta, les cafés sont-ils les salons de la démocratie ? On évoquera le café comme lieu d'échanges et on prendra l'exemple du café *Procope* à Paris, qui a vu naître les idées révolutionnaires et démocratiques. On pourra aussi évoquer le café, débit de boisson, comme lieu où les idées syndicales sont apparues.

Travail interdisciplinaire également possible avec le professeur de philosophie sur la posture et le rôle du garçon de café en lien avec le texte de Jean-Paul Sartre.

« Il a le geste vif et appuyé, un peu trop précis, un peu trop rapide, il vient vers les consommateurs d'un pas un peu trop vif, il s'incline avec un peu trop d'empressement, sa voix, ses yeux expriment un intérêt un peu trop plein de sollicitude pour la commande du client, enfin le voilà qui revient, en essayant d'imiter dans sa démarche la rigueur inflexible d'on ne sait quel automate, tout en portant son plateau avec une sorte de témérité de funambule [...]. Toute sa conduite nous semble un jeu [...]. Il joue, il s'amuse. Mais à quoi donc joue-t-il ? Il ne faut pas l'observer longtemps pour s'en rendre compte: il joue à être garçon de café. »

Jean-Paul Sartre, *L'Être et le Néant*, Paris, Gallimard, 1943
© Éditions Gallimard.

Lycée professionnel

Pendant la visite

Parcours chronologique avec points communs et différences des cafés comme lieux de production, des Lumières jusqu'au surréalisme (cf. section 5: Une affaire de convivialité) avec la ville de Paris (*Café de Flore*, *Le Procope*). Dialogues possibles entre différents protagonistes de ces lieux emblématiques comme les surréalistes ou les révolutionnaires. On pourrait éventuellement faire parler Robespierre et Danton, dans le cadre d'un dialogue ayant pour thème l'injustice. Un travail similaire peut être réalisé entre des surréalistes (Objet d'étude: « Du côté de l'imaginaire », champ littéraire: le surréalisme) comme Breton et Desnos, par exemple, sur la création poétique (calligrammes, cadavre exquis).

Après la visite

Travail d'interdisciplinarité avec le professeur de lettres-histoire pour insister sur le lexique du jeu, de la danse, du corps et de la chorégraphie (s'appuyer sur l'affiche « Pas de bon repas sans un bon café », juin 1936).

9. Reza, Inde, Coorg District, village de Poli betta, 9 janvier 2013, photographie © Reza/Webistan © Reza/Webistan



10. Torréfacteur à air, vers 1920, Mucem, Marseille © Mucem



Il existe plusieurs genres de caféiers, arbre qui produit le café, dont *Coffea*, la plus connue, est décrite et répertoriée dès 1737. Toutefois, c'est le botaniste français Antoine Laurent de Jussieu qui classa ce genre dans la famille des Rubiacées en 1789. Le genre *Coffea* regroupe une centaine d'espèces différentes même si, plus généralement, on n'en retient que deux: *Coffea arabica* et *Coffea canephora* (communément appelée robusta). C'est un alcaloïde nommé caféine qui provoque les effets excitants de la boisson, au même titre que le thé ou le cacao. La réussite d'un café s'appuie sur plusieurs paramètres essentiels: le terroir, l'altitude, l'ombrage et le processus de transformation de la cerise au grain torréfié. Pour s'affranchir des marchands ottomans, principalement grecs et arméniens, les pays d'Europe occidentale ont tout fait pour cultiver le café dans leurs colonies ou dans d'autres zones tropicales sous leur contrôle, ce qui a fait du café un des principaux produits coloniaux avec le sucre, le cacao et le coton.

Dans ces conditions, il est donc naturel que le café ait été l'un des premiers produits pour lesquels des questions éthiques sur l'équité des échanges et le traitement correct des petits producteurs se sont posées, contribuant ainsi à la naissance du commerce équitable. Il est encore aujourd'hui l'un des produits modèles de ce schéma économique en pleine expansion.

La maturation est tout aussi nécessaire à la fabrication d'un « bon » café que le climat et le soin apporté à sa culture. Neuf mois sont nécessaires à une fleur de caféier pour devenir un fruit, appelé cerise qui sera cueilli lorsqu'il est bien rouge. Puis vient le temps d'un long processus de transformation où plusieurs étapes se succèdent jusqu'à l'obtention d'un grain vert qui sera ensuite torréfié: cueillette, dépulpage, fermentation, lavage et séchage.



Le café est un concentré de composés aromatiques volatils dont le nombre est estimé à environ un millier.

On comprend ainsi la noblesse et le développement des métiers du café, celui de barista bien sûr, sorte de « sommelier du café », mais aussi, en amont, le travail sur les crus, les variétés et la qualité avec les producteurs, la torréfaction, les mélanges, etc. Sa renommée n'est plus à prouver : tout en étant ancrée dans des légendes et un savoir-faire unique et ancestral, elle est aussi en perpétuelle réinvention.

Qu'est-ce que le commerce équitable ?

Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, en particulier ceux du Sud.

Le commerce équitable au fil du temps

Initié aux États-Unis dans les années 1940, le commerce équitable a connu un développement exponentiel. En 1964, la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED) associe le commerce équitable au concept *Trade, not Aid* (« Du commerce, pas de l'aide »). En France, c'est en 1974 que l'association Artisans du Monde naît, à l'initiative de citoyens engagés qui veulent soutenir les producteurs de jute du Bangladesh, dont les cultures ont été ravagées par les inondations récentes. En 1989, la création d'une organisation mondiale du commerce équitable, la WFTO (World Fair Trade Organisation) marque une nouvelle étape. À l'heure actuelle, la notoriété du commerce équitable ne cesse d'augmenter : en 2014, le chiffre d'affaires a progressé de 16 % pour atteindre 499 millions d'euros, et près de 3 Français sur 10 achètent mensuellement des produits issus du commerce équitable.

Le commerce équitable à Marseille

En 1980, l'association Artisans du Monde ouvrait sa première boutique en plein cœur de Marseille, rue Châteauredon. Depuis, de nombreux autres lieux assurent la commercialisation et la promotion des produits équitables, qui ont par ailleurs intégré les rayons des moyennes et grandes surfaces commerciales. Aujourd'hui, *L'Équitable Café* sur le cours Julien, Artisans du Monde au 87, boulevard de la Libération, ou encore Ingénieurs sans frontières au sein de Centrale Marseille à Saint-Jérôme, proposent des produits équitables et font la promotion auprès de tous, en particulier les publics scolaires, des principes du commerce équitable.

Les pistes pédagogiques

Cycle 2

Pendant la visite

Introduction de la salle avec les plus jeunes : dans quelle région le café pousse-t-il ? Où se situe-t-elle sur la carte ? À quoi ces régions ressemblent-elles ? Quels sont leurs climats ? Comment y vit-on ? Quelles sont leurs cultures et leurs traditions ? Quels animaux y trouve-t-on ?

Faire prendre conscience aux élèves que, si on trouve facilement du café, il vient toujours de très loin, car on produit du café à peu près partout dans le monde sauf en Europe.

Cycle 3, collège, CAP français

Sensibilisation au commerce équitable : préparer la visite avec Artisans du Monde² ou visionner la vidéo de l'INA sur l'ouverture en 1980 de la première boutique équitable à Marseille (cf. bibliographie page 21). Rédiger avant ou après la visite un courrier à l'attention d'un enfant ou d'une école du réseau du commerce équitable, et lire ce courrier devant la carte mondiale de l'équitable.

Lycée général et technologique

Avant / après la visite

Accompagnement personnalisé, travail sur les addictions, les alcaloïdes, les compositions chimiques des mille saveurs ; sensibilisation aux enjeux environnementaux et au développement durable climat, sols, monocultures.

EDE SES et PFEG : découvrir les différentes organisations productives, leurs tailles et leurs objectifs, par exemple l'association Artisans du Monde, la coopérative équitable (grande carte du commerce équitable) et l'entreprise Malongo.

Histoire-Géographie, enseignement moral et civique
Collège, lycée : avant le visionnage du film sur les enfants d'Haïti ; questionnement sur les plantations coloniales, l'actualité du travail des enfants, les solutions du droit international et celles du commerce équitable (contacter l'association contre l'esclavage moderne à Marseille).

Avant la visite

Préparer un questionnaire pour identifier les métiers dont il est question dans les entretiens de Delphine Luisin (nez chez Malongo) et Channa Galhenage (barista). Comparaison possible avec le « nez » de l'œnologue et celui du parfumeur. (Voir les entretiens page suivante)



Entretien avec Delphine Luisin (nez chez Malongo)

En quoi consiste le travail de création ?

D. L. : Pour la création, je travaille beaucoup avec Delphine Brudoux, responsable *marketing*. C'est elle qui exprime ses besoins, ses envies. En café, j'essaye de faire ce dont elle a besoin. En revanche, pour l'exposition au Mucem, je suis partie de ce dont j'avais envie : des cafés d'Afrique, le berceau du café. Comme on voulait quelque chose d'assez aromatique, c'est pas mal. Parfois, Delphine me dit de faire comme je veux,

selon les cafés que j'ai. J'ai travaillé sur le café à la rose, par exemple. Il y a des cafés sur lesquels je travaille seule et, de temps en temps, je les présente. Il faut bien s'amuser un petit peu ! D'autres fois, Delphine dit : « J'aimerais un café comme ça. » Elle a déjà ses idées d'étiquette et de *packaging*, et puis c'est à moi de trouver quelque chose. Une fois, elle m'a dit « Terre, Lune, Soleil », je lui ai répondu que je n'étais jamais allée sur la Lune !

Extrait de l'entretien avec Channa Galhenage (barista)

Comment votre passion pour le café vous a-t-elle rattrapée ?

C. G. : La crise financière de 2008 m'a obligé à une reconversion, au moment même où les Starbucks et autres capsules Nespresso sont devenus une mode. C'est en lisant un article sur un torréfacteur d'Anvers que le déclic s'est produit. J'étais fasciné par la manière dont cet homme expliquait son métier. On avait l'impression d'avoir affaire à un érudit de caféologie, ouvert sur le monde et surtout capable de mettre en pratique

son savoir. Alors, j'ai pris le train et je suis parti, sans rendez-vous, le rencontrer dans sa boutique (deux *coffee shops* venaient d'ouvrir à Anvers). Manque de chance, il était en déplacement, mais j'ai pu discuter avec son équipe, comprendre leur travail de *Caffènation*, et puis j'ai laissé ma carte de visite, par réflexe. Trois jours plus tard, j'ai reçu un coup de fil du patron, qui me disait vouloir travailler à Paris. Voilà comment, il y a trois ans, à vingt-neuf ans, j'ai ouvert en plein Paris le café *Loustic* et je suis devenu barista.

La production du café n'a cessé d'augmenter depuis le ^{xix}e siècle en rapport avec l'accroissement de sa consommation. La concentration est importante puisqu'une demi-douzaine de multinationales américaines et européennes se partagent environ 70 % du marché brut exporté. En situation de quasi-oligopole (peu de vendeurs) et oligopsonne (peu d'acheteurs), elles sont des acteurs majeurs dans les marchés de cotation à New York et à Londres. La concurrence entre elles, et encore davantage pour les petites structures plus artisanales, est rude et, pour se démarquer, les multinationales possèdent une arme redoutable : la publicité et le *merchandising*. Ceux-ci sont devenus les signatures des marques et les stars du cinéma leurs produits d'appel. Pensons notamment à George Clooney et à son inoubliable « *What else ?* ». Par ailleurs, la recherche permanente d'innovations, en particulier celles qui sont brevetables comme les capsules, est une priorité pour tenter de se protéger de la concurrence.

En revanche, le marché mondial a subi massivement la dérégulation à la fin des années 1970. Dans ce contexte d'instabilité et de spéculation, la production de café n'a pas été épargnée par la crise de surproduction des années 1990. Toutefois, d'autres modes de culture et de commercialisation tissent leur toile. Sans surprise, dès le départ et encore aujourd'hui, en particulier dans sa version certifiée biologique, le café est un produit phare du commerce équitable, lui-même en pleine expansion.

Les échanges internationaux : une dérégulation progressive

En 1940, un accord entre 14 pays producteurs du continent américain et les États-Unis assure des débouchés aux exportateurs et des approvisionnements réguliers aux usines américaines. De 1963 à 1989, dans le contexte de la guerre froide, une Organisation internationale du café (OIC) regroupant les pays producteurs et les pays consommateurs, sous l'influence des principales entreprises du secteur et des impératifs géopolitiques, limite les déséquilibres économiques liés aux fluctuations aléatoires des cours et garantit l'approvisionnement des torréfacteurs et les revenus des pays du Sud sous influence occidentale. Cependant, les inconvénients liés au système des quotas, combinés au très bas prix pratiqué sur le marché secondaire animé par les pays non membres (10 % des producteurs et 35 % des consommateurs) ainsi que les évolutions géopolitiques mondiales et la rébellion du Brésil (le plus gros producteur) contre le système de quotas qui limitait sa production, ont permis à la loi du libre-échange de reprendre ses droits à partir de 1989. Depuis la fin de l'accord, la loi de l'offre et de la demande fixe les cours, qui ont connu des fluctuations et des spéculations incroyables.

Les bourses du café

Les cours du café s'établissent dans deux bourses d'échange internationales, celle de New York pour l'arabica et celle de Londres pour le Robusta. Ces bourses fonctionnent selon le principe des marchés à terme et sont le lieu d'intervention privilégié non seulement des professionnels de la filière, mais également des fonds d'investissement.

Les pistes pédagogiques

Collège et lycée

Avant la visite

Pour introduire la thématique des marchés mondialisés, visionner la vidéo « Prix du café : un goût amer »³ et travailler sur une cartographie des grands flux du café en porte-container (mode de transport) Nord/Sud.

Collège et lycée

Avant la visite

Recherche et préparation par un petit groupe d'un exposé sur le commerce équitable ; rencontre avec l'association Artisans du Monde.

Pendant la visite

Présentation de l'exposé à la classe devant la grande carte sur l'équitable.

Collège, lycée général, technologique et professionnel

Pendant la visite

Énumérer les points communs et les différences entre l'affiche du café Le Minaret (fig. 7) et les affiches publicitaires d'aujourd'hui. Étudier la composition et la profondeur. Identifier les différences entre les deux affiches, cette affiche, centrée sur l'orientalisme et le goût, et celle de Malongo « Bio & Beau », qui met l'accent sur la sensualité, l'individu et l'éthique.

3. Voir référence complète en bibliographie, p. 21

Avant ou après la visite

Éco-Gestion : étude de cas présente dans certains manuels, d'un monopole temporaire créé par l'innovation technique ou *marketing*, exemple de Nespresso.

Éco-Gestion (première, terminale) : approfondir la notion d'entreprise équitable à partir de l'exemple de Malongo et en particulier de son intégration récente à la plateforme du commerce équitable, et les objectifs de son partenariat avec le Mucem pour l'exposition (voir « Malongo : responsabilité éthique d'entreprise 2011 »⁴).

Lycée

Avant la visite

Demander aux élèves de rechercher des informations sur les grands marchés mondiaux (pétrole, cacao) et sur l'histoire des régulations, afin qu'ils puissent les comparer avec les données sur le café durant la visite.

Après la visite

Éco-Gestion, SES : fonctionnement défaillance, régulation d'un marché. Organiser avec les élèves des *serious games* pour comprendre les notions de défaillance et de régulation de marché.

Après avoir réparti les élèves en deux groupes, acheteurs et vendeurs, on peut leur distribuer des cartes secrètes avec un prix minimum acceptable différent pour chaque vendeur et un prix maximum acceptable pour chaque acheteur. Laisser les acheteurs et les vendeurs négocier deux par deux des prix sur un temps limité. Constater le montant total des échanges et les gains des uns et des autres par rapport à leur prix de référence. Des approfondissements ou d'autres exemples de *serious games* sur le site de la Banque de France : www.citeco.fr

Possibilité de rencontres :

- Avec les centraliens d'Ingénieurs sans frontières, pour comprendre leur implication dans le réseau d'étudiants pour le développement durable (REFEDD)
- Avec le REFEDD pour comprendre leur engagement dans le commerce équitable et dans les actions sociales de proximité.
- Avec les étudiants de Kedge Business School, de l'association Ethica, pour échanger sur leurs actions associatives, le *management* et l'entreprise éthique.⁵

4. Voir référence complète en bibliographie, p. 21

5. Voir les contacts p. 22.

14. Manufacture du duc d'Angoulême, nécessaire de voyage en porcelaine avec son coffret, XVIII^e siècle, fondation Malongo. © François Fernandez



15. Albert André, *Les dames du café Wepler*, 1926, huile sur toile, 63 x 60 cm. Musée d'Orsay / En dépôt au musée d'art et d'histoire de Saint-Denis © RMN-Grand Palais (musée d'Orsay) / Hervé Lewandowski © ADAGP, Paris, 2016



Au fil des siècles et de son histoire, le café comme établissement, au gré des époques et des pays, a vu son implantation, son usage et son esthétique se transformer pour s'adapter et se pérenniser. Une chose n'a pourtant jamais changé : il reste le lieu privilégié de la convivialité, de la conversation. On y parle, on y échange, on y organise des débats. Aujourd'hui, il y a des cafés philo, des cafés de sciences sociales, des cafés citoyens, culturels, équitables...

C'est également le lieu de la rébellion. On pense non seulement aux cafés révolutionnaires, mais aussi à ces cafés qui ont vu la culture ouvrière prendre forme et donner naissance à l'idée de grève et au syndicalisme. Le café est aussi le lieu où les solitaires se réfugient, où les philanthropes observent la société. C'est le lieu où l'on se rencontre, où l'on se désaltère, où l'on réfléchit – pensons aux cafés littéraires et philosophiques. Le café est bien plus qu'« un établissement commercial destiné à recevoir du public » : c'est la marque indélébile d'une mémoire de quartier, un espace privilégié de rencontres où patron (figure incontestée du quartier), serveurs et consommateurs rivalisent de bons mots, de gestes et de rituels pour faire de l'espace qu'ils occupent le lieu de sociabilité par excellence.

Quand la publicité exploite le thème de la convivialité

Le café est associé à une image de convivialité. « Prendre un café » est avant tout un rituel de partage et d'échange avec l'autre (voire les autres). À partir de cette thématique, deux tendances se dessinent dans la publicité à la télévision et se trouvent exploitées depuis plus de trente ans. La première est ce que l'on appelle le « café-famille », qui se fonde sur l'aspect vitaminé et énergisant de la boisson. Des marques comme Ricoré ou Grand-Mère sont allées dans ce sens pour vendre leur produit. La trame est simple : on se retrouve en famille autour de la table du petit-déjeuner pour prendre le premier café de la journée et ainsi bien la démarrer. Au niveau sensoriel, tout va être axé sur l'aspect chaleureux. Au niveau social, le café va être ce lien qui soude la famille. La seconde tendance exploite d'autres propriétés du café : la volupté et la sensualité. C'est le café que l'on prend à deux, à la fin du repas dans le seul but de se détendre. Pendant longtemps, des marques comme Carte Noire vont utiliser l'image du couple dont les cinq sens, cette fois-ci, vont être réveillés après avoir absorbé les précieux et multiples arômes de la boisson. Ce réveil, dans la publicité, est symbolisé par la danse des deux amants. Les maîtres-mots sont volupté, sensualité, désir charnel. En effet, le café est classé, comme le chocolat, parmi les substances aphrodisiaques depuis le XVIII^e siècle.

16. Izzet Keribar, *Joueurs de dominos dans un café de Sanlurfa*, 1996, photographie, 28,8 x 39,9 cm. Mucem, Marseille © Izzet Keribar



17. Arman (dit), Fernandez Armand, *As in the sink (Comme dans /évier)*, 1991, Musée Adrien Dubouché, Limoges. Photo © RMN-Grand Palais (Limoges, Cité de la céramique) / Jean-Gilles Berizzi © ADAGP, Paris, 2016



Les pistes pédagogiques

Cycle 3, collège, lycée général et lycée professionnel (à adapter selon les niveaux)

Après la visite

À partir du visionnage d'une ou de plusieurs publicités (au choix de l'enseignant), faire travailler les élèves sur l'une ou l'autre des deux thématiques, « café-famille » ou « café-sensualité » (ou les deux), en leur faisant repérer les marques visuelles ou non du chaleureux pour l'une, et de la sensualité pour l'autre (Ricoré, « l'ami du petit-déjeuner », Grand-Mère, Carte Noire).

Cycle 3, collège, lycée général, technologique et professionnel

Pendant / après la visite

En comparant les contenants de Starbucks ou Mac Café, faire réfléchir les élèves sur les notions de « nomade » et de « sédentaire ». On s'appuiera sur les descriptions d'une des tasses du nécessaire de voyage en porcelaine de la manufacture du duc d'Angoulême (sans préciser que l'objet a sa fonction) et d'un gobelet de chez Starbucks ou Mac Café en interrogeant les élèves sur l'utilisation qu'ils feraient de l'objet dans leur quotidien, pour arriver à la conclusion suivante : tasse-sédentaire et gobelet-nomade. Dans un second temps, préciser aux élèves l'usage de cette tasse et de ce service au XVIII^e siècle. S'interroger alors sur les anciennes et les nouvelles formes de nomadisme liées à la mondialisation.

Collège, lycée général, technologique et professionnel

Avant et après la visite

Montrer aux élèves que le café (débit de boisson) est semblable au théâtre (de boulevard), scène où des anonymes se livrent sans langue de bois et où la parole se met en spectacle :

Lecture d'un extrait de *Cuisine et dépendances* (1991), pièce de théâtre d'Agnès Jaoui et de Jean-Pierre Bacri, ou visionnage d'un extrait vidéo de son adaptation au cinéma⁵ (Philippe Muyl, 1992).

À partir du visionnage d'épisodes de la série *Caméra Café*, préparer des petites scènes à jouer dans l'espace de convivialité pour illustrer les notions de groupes sociaux et de sociabilité dans l'entreprise.

Activité de type « World Café » : prendre quatre grands bouts de nappe en papier blanc, des feutres de couleurs. Quatre élèves responsables chacun en point fixe d'une des nappes avec un thème, les autres sont répartis en quatre groupes pour commencer et se déplacent ensuite en groupe toutes les 5-10 minutes au signal de l'enseignant pour compléter le travail des uns et des autres. Exemples de mots à inscrire sur les nappes pour lancer le *brainstorming* : légendes, qualité, marché, convivialité (pour l'ensemble de l'exposition) ou entreprise éthique, commerce équitable, marché, relations Nord/Sud (sections 3 et 4).

6. Voir référence complète p. 21.

L'exposition «*Café in*», par sa richesse documentaire (historique, géographique, littéraire, artistique, économique et sociale), permet aux enseignants des écoles primaires, des collèges, des lycées généraux, technologiques et professionnels d'aborder plusieurs points de leurs programmes et ce, à différents moments de leur progression pédagogique. Qu'elle soit prévue en amont, en cours ou en conclusion d'une séquence, elle fait le lien avec les différents programmes des différents niveaux scolaires. L'exposition se prête particulièrement aux approches interdisciplinaires pour tous les niveaux. De nombreux travaux en petits groupes, sujets d'exposé, d'études, de travaux personnels encadrés peuvent être proposés avant ou après la visite. En TPE en particulier, les sujets sur le commerce équitable sont souvent attractifs.

Cycles 1 et 2

Échanger, s'exprimer, se repérer dans le temps, imaginer, créer.

Décrire, reconnaître, raconter, imaginer, parler, interpréter.

Collège

Français

6^e: contes et récits merveilleux.

5^e: récits d'aventures.

4^e: la lettre (n° 434: fragment de lettre d'un marchand).

Histoire-géographie

5^e: «Nourrir les hommes».

4^e: «L'Europe et le monde au XIX^e siècle».

Lycée général, technologique et professionnel

Français

Terminale

Objet d'étude «Du côté de l'imaginaire»; champ littéraire: le surréalisme.

Objet d'étude «Les philosophes des Lumières et le combat contre l'injustice»; champ littéraire: la littérature des Lumières.

Objet d'étude «Identité et diversité»; champ littéraire: littérature en rapport avec la colonisation / décolonisation et récits de voyage.

Objet d'étude «La parole en spectacle»; mise en scène de la parole.

CAP

Problématique «S'insérer dans le groupe»: rituels d'intégration, rites de passage et traditions.
Problématique «S'insérer dans la cité»: cultures traditionnelles et mondialisation, récits de voyages et représentations de l'autre, découverte de l'autre et confrontation des valeurs.

Histoire-géographie

Seconde

Voyages et découvertes du XVI^e au XVIII^e siècle.

Le premier empire colonial français du XVI^e au XVIII^e siècle. Nourrir les hommes (agriculture durable, commerce équitable...). Le développement inégal (dynamiques de développement, inégalités socio-spatiales).

Terminale

Être ouvrier en France (1975-1830)

(culture ouvrière).

L'Europe et le monde au XIX^e siècle (notamment sur l'industrialisation et la colonisation).

La mondialisation en fonctionnement (étude de cas d'un «produit mondialisé»).

Acteurs, flux, réseaux de la mondialisation (le circuit mondial d'un produit). Mondialisation et diversité culturelle (géographie des goûts alimentaires). Les dynamiques des périphéries (l'Amérique latine et le Brésil comme premier producteur de café).

CAP

Voyages et découvertes du XVI^e au XVIII^e siècle.

Être ouvrier en France du XIX^e au XXI^e siècle (culture ouvrière).

Le développement inégal (dynamiques de développement, inégalités socio-spatiales).

Nourrir les hommes (agriculture durable, commerce équitable).

Mondialisation et diversité culturelle (les goûts alimentaires).

Arts appliqués

Design d'espace, scénographie, design de produits, design graphique.

Apprendre à communiquer ses intentions.

Sciences économiques et sociales

Seconde, enseignement d'exploration

La consommation: un marqueur social?

Comment se forment les prix sur un marché?

La pollution: comment remédier aux limites du marché?

Qui produit des richesses?

Terminale

Qu'est-ce qu'un marché? Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il? Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils? Quelles sont les principales défaillances du marché? Comment les individus s'associent-ils pour constituer des groupes sociaux? Comment les réseaux sociaux fonctionnent-ils? La croissance économique est-elle compatible avec la préservation de l'environnement?

Économie-gestion

Comment l'entreprise se lance-t-elle sur un nouveau marché?

Développement durable: contrainte ou opportunité pour l'entreprise?

Science et technologie du *management* et de la gestion

L'entreprise éthique, acteurs, consommateurs, marché.

Les marchés des biens et services sont-ils concurrentiels?

L'État doit-il intervenir sur les marchés?

Une régulation des échanges internationaux est-elle nécessaire?

Pourquoi mettre en œuvre une croissance soutenable?

Livres

Café in, coédition Mucem / Actes Sud, 2016.

Éric Saint-Pierre, *Des peuples et du café*, Montréal, Nazca-Impressions, 2003.

Alfred Conesa, *La Fabuleuse Aventure du café*, Paris, Les Éditions de Paris, 2006.

Tugdual Ruellan et Bernard Bruel, *La Route du café: des Yungas à la Bretagne. Pour un commerce juste*, Saint-Jacut-les-Pins, Rives d'Arz, 2010.

Sites

Ingénieurs sans frontières, Centrale Marseille
<https://assos.centrale-marseille.fr/isf/>

Artisans du Monde, Marseille
<http://www.artisansdumonde.org/les-associations-locales/artisans-du-monde-marseille>

Le commerce équitable: construction et enjeux, études de Salima Badi pour le pôle du commerce équitable et solidaire PACA
<http://www.apeas.fr/Le-commerce-equitable-construction.html>

Association Ethica, Kedge Business School
<http://ethica-kbs.jimdo.com/>

Cité de l'économie
<http://www.citeco.fr/>

Étude de cas: le café un produit mondialisé
http://www2.ac-lyon.fr/lyc01/cotiere/IMG/pdf/Chapitre_2_la_mondialisation_en_fonctionnement_cours.pdf

Étude de cas: comment fonctionne le marché mondial du café?
http://lewebpedagogique.com/forte-philippe/files/2008/01/le_marche_du_cafe_histoire-geographie1.doc

Malongo: responsabilité éthique d'entreprise 2011
http://www.malongo.com/images/upload/bibliotheque/files/pdf/malongo-REE2011_web.pdf

Com Verte, blog sur la communication éco-responsable des entreprises
<https://comecolodentreprise.wordpress.com/2010/11/02/malongo-le-cafe-bio-beau/>

Revue

Philippe Chalmin, «Matières premières, pourquoi les prix montent», *Alternatives économiques*, n° 235, avril 2005: http://www.alternatives-economiques.fr/matieres-premieres---pourquoi-les-prix-montent_fr_art_188_21235.html.

Fabien Bertho, «Comment le marché mondial du café s'est dégradé», *Alternatives économiques*, n° 026, novembre 2006: http://www.alternatives-economiques.fr/comment-le-marche-du-cafe-s-est-degrade_fr_art_311_27849.html.

«Commerce équitable: parts de marché», *Alternatives économiques*, no 266, février 2008: http://www.alternatives-economiques.fr/commerce-equitable-parts-de-marche_fr_art_683_35397.html.

L'Avant-Scène Théâtre, n° 895, 1^{er} octobre 1991: extrait de *Cuisine et dépendances* de Jean-Pierre Bacri et Agnès Jaoui (acte II) .

Vidéos

«Ouverture du magasin Artisans du Monde», INA, 18 décembre 1980, 49 secondes: <http://www.ina.fr/video/RAC01005281>

«Petite visite à Artisans du Monde, Marseille», 8 janvier 2015, 6 min 53 s.: http://www.dailymotion.com/video/x2e8y54_artisans-du-monde-marseille_webcam

«L'équité compte», dessin animé Artisans du Monde, 4 min 50 s: <https://www.youtube.com/watch?v=BkLQ9C1cII8>

«Le commerce équitable: les grands principes», *Consomag*, 2014, 2 min 09 s.: <https://www.youtube.com/watch?v=q9hgFXGHf8I>

«Prix du café: un goût amer», *Géopolitis*, RTS/TV5 MONDE, 2014, 15 min 05 s.: <https://www.youtube.com/watch?v=gvk2vqAbMjE>

Philippe Muyl, *Cuisine et dépendances*, 1992: <https://www.youtube.com/watch?v=A56tvOKzDi8>

Fond de carte

Une mappemonde avec les cités http://www.histgeo.ac-aix-marseille.fr/webphp/carte.php?num_car=2931&lang=fr

Vendeur de café par les rues, 1746, gravure, 49,2 x 32,5 cm. Fondation Malongo © François Fernandez



Vendeur de Caffé par les rues

J. Sautin del. sculp.

56.

Avec Privil. du Roi.