

thé : l'envers de la tasse

Pierre William Johnson

THÉ : L'ENVERS DE LA TASSE

Enjeux sociaux et environnementaux de la filière thé

ÉDITIONS Charles Léopold Mayer

38 rue Saint-Sabin – 75011 Paris/France

www.eclm.fr

Maison d'édition de la **Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès humain** (FPH), les Éditions Charles Léopold Mayer (ECLM) offrent un service éditorial aux acteurs de la transition écologique, sociale et économique. Elles éditent ainsi des ouvrages qui doivent leur permettre de développer, mettre en forme et diffuser leur plaidoyer autour des thèmes suivants : économie écologique, territoires en transition, démocratie technique, low-tech, démocratie et État de droit, mouvements altermondialistes, systèmes alimentaires durables...

Les ECLM sont membres de l'Alliance internationale de l'édition indépendante (www.alliance-editeurs.org).

© Éditions Charles Léopold Mayer

Essai n° 266

ISBN : 978-2-84377-249-8

Correction : Élisabeth Privat

Mise en pages : Émilie Boismoreau

Conception graphique : Nicolas Pruvost

L'auteur

Pierre William Johnson est un socio-économiste formé en écologie économique, actuellement consultant en développement soutenable de chaînes de valeur agricoles et artisanales. Amateur de thé depuis toujours, il explore dans cet ouvrage les dimensions économiques, sociales et environnementales cachées ou méconnues de cette production à la pérennité étonnante. Il a publié aux Éditions Charles Léopold Mayer *Biopiraterie : quelles alternatives au pillage des ressources naturelles et des savoirs ancestraux ?* en 2012 et *Commerce équitable, propositions pour des échanges solidaires au service du développement durable* en 2003.

Organisations associées à la diffusion et à la promotion

Fondé en 1997, **Commerce Équitable France** est le collectif de concertation et de représentation des acteurs français du commerce équitable. Il rassemble des entreprises engagées, des organisations de solidarité internationale, des labels de commerce équitable, des associations d'éducation à la citoyenneté et des réseaux de distribution, entre autres, afin de promouvoir le commerce équitable en France et à l'international et d'accompagner les transitions écologiques et sociales des modes de production et de consommation.

En 2021, l'organisation a engagé des travaux spécifiques sur la filière thé, à l'origine du programme Solidari'thé, copiloté avec la Commission thé et avec le soutien de l'Agence française de développement.

<https://www.commerceequitable.org/>

Dans le cadre de ce partenariat de diffusion, Commerce Équitable France relaie cet ouvrage auprès de ses réseaux. Les analyses présentées relèvent de la seule responsabilité de l'auteur.

L'AVPA (Agence pour la Valorisation des Produits Agricoles)

est une association française indépendante dédiée à la reconnaissance, à la promotion et à la valorisation des produits agricoles de qualité. Depuis plus de vingt ans, elle organise des concours qui mettent en lumière le savoir-faire des producteurs et la diversité des terroirs.

Engagée dans la diffusion de la culture du thé, l'AVPA a lancé en 2017 le concours International « Les Thés du Monde » AVPA-Paris, devenu un rendez-vous reconnu par les professionnels du secteur. Ce concours valorise la qualité sensorielle, l'authenticité et la typicité des thés, tout en favorisant les échanges entre producteurs, dégustateurs et acteurs de la filière.

À travers ses événements et ses actions de promotion, l'AVPA contribue activement au rayonnement du thé, à l'éducation au goût et à la reconnaissance des savoir-faire. Basée à Paris, l'association organise régulièrement des séances de dégustation, des master class et des rencontres professionnelles, favorisant les échanges entre producteurs, experts et acteurs de la filière.

www.avpa.fr

INTRODUCTION

Préparer puis déguster une tasse de thé, c'est comme suspendre le temps, le chaos de nos vies contemporaines, pour se connecter au végétal, à l'essentiel, à sa madeleine de Proust personnelle. Depuis des siècles, boire cette infusion végétale a une connotation de sagesse, de philosophie, de méditation. L'art du thé, né en Chine sous la dynastie Tang, porté par les moines bouddhistes, a largement diffusé l'image d'une boisson apaisante et légèrement stimulante en Orient. En Occident, c'est le goût pour la culture chinoise au ^{xvii}^e siècle (en Angleterre principalement, mais aussi en France où Louis XIV, Mazarin et Racine consommaient également du thé), puis les aventures coloniales aux Indes et les sociétés de tempérance dans les pays anglo-saxons qui ont contribué à faire connaître le thé dans cet autre bassin de civilisation. Si le café demeure le symbole d'une société moderne pressée et suractive, le thé, qui diffuse le même stimulant que le café, la caféine, mais différemment et plus lentement, est réservé aux moments de calme et d'apaisement.

L'amateur de thé en pleine dégustation, qu'il soit occasionnel ou confirmé, réfléchit rarement aux conditions qui ont permis ce geste, et aux impacts – positifs ou négatifs – qu'elles ont pu avoir sur la nature et sur la vie d'autres êtres humains, surtout parce qu'ils se produisent le plus souvent dans d'autres parties du monde. Bien que potentiellement

adaptée à nos latitudes, la production de thé reste souvent perçue comme lointaine, issue d'une tradition exotique ancestrale où dominent les savoir-faire manuels.

Cet amateur de thé sait-il que la plupart des 13 millions de producteurs de thé dans le monde effectuent un travail répétitif et vivent en dessous du seuil de pauvreté de leur pays ? Que les rangs bien étagés de théiers qu'il se plaît à admirer sont souvent synonymes de déserts verts contaminés par les pesticides chimiques ? Que le fameux sachet de thé jaune contient principalement des feuilles de thé brisées provenant d'un pays africain, premier exportateur mondial, parfois mélangées à des brisures provenant d'Inde ou du Sri Lanka ? Le thé constitue en effet un secteur économique important, pourvoyeur d'emplois et de devises en Asie du Sud et en Afrique orientale. Le grand public ne sait pourtant presque rien des conditions et des impacts de cette production.

Au cours de la dernière décennie, les « externalités négatives », comme disent les économistes, de la production de cacao dans ses principales régions d'origine, le Ghana et le Côte d'Ivoire, ont été amplement étudiées et dénoncées. Des mesures ont été prises pour lutter contre deux de ses aspects les plus négatifs, la déforestation et le travail des enfants, sous la pression notamment de politiques impulsées par l'Union européenne.

Mais on ne constate rien de tel pour le thé, qui reste en dessous des radars de l'opinion publique. Plusieurs raisons

peuvent expliquer ce manque de prise de conscience. D'abord, la relativement faible consommation de thé en Occident (Europe de l'Ouest, Amérique du Nord et du Sud, Australie) par rapport aux pays d'Asie, voire d'Afrique du Nord et d'Europe de l'Est. Le thé y est considéré comme une boisson exotique, comme le cacao, quand le café est, lui, entré dans le quotidien d'une majorité de personnes. C'est sans doute pourquoi ce dernier a fait l'objet de plusieurs études socio-économiques dès les années 1980, ainsi que du premier programme visant à généraliser un commerce équitable par la mise au point du label Max Havelaar – aujourd'hui Fairtrade – à la fin des années 1980.

Ensuite, l'image d'un thé aliment sain, contribuant à la santé par la présence d'antioxydants et d'autres composants, masque le risque de contamination par les pesticides, voire par les résidus de combustion. Les plantations de thé en monoculture bien étagées agrémentent les brochures et les albums de souvenirs de voyages en Asie, alors qu'elles témoignent d'une déforestation ancienne (XIX^e-XX^e siècle) ou plus récente. Mais ces cultures en terrasses sont tellement emblématiques et valorisées qu'on en questionne peu la nature et les implications environnementales.

Enfin, contrairement au café et au cacao, le thé n'est pas seulement une culture de rente destinée à l'exportation. Les deux principaux pays producteurs, la Chine (qui n'exporte que de 10 à 15 % de sa production) et l'Inde (20 % de sa production), comptent également parmi les consommateurs les plus importants. A contrario, le Sri Lanka

exporte 80% de sa production, et le Kenya et le Malawi la quasi-totalité de la leur. Globalement, 69% du thé produit est consommé dans le pays de production. Les marchés internationaux représentent donc seulement 31% de la production, faisant du thé une culture qu'on peut qualifier d'hybride, mi-traditionnelle, mi-coloniale. Les caractéristiques botaniques du thé lui ont aussi permis de s'adapter à de nombreuses latitudes, tropicales et tempérées. La géographie du thé est donc moins conditionnée par la latitude et la longitude (on produit du thé en France, en Italie et même au Danemark) que par l'histoire et la culture.

Ce livre, écrit par un expert de l'approche « chaînes de valeur végétales », spécialiste des échanges internationaux, mais aussi grand amateur de thés, vise à éclairer l'« envers de la tasse » de thé, c'est-à-dire les conditions sociales et environnementales qui permettent, chaque année, de produire les 5 millions de tonnes de feuilles de *Camellia sinensis* (presque 1 kilogramme par habitant) nécessaires à la consommation de plus de 3 milliards de tasses par jour.

Dans une première partie, l'auteur retrace les grands moments de la mondialisation du thé, depuis le long prologue constitué par sa solide et lointaine implantation culturelle et culturale en Chine et en Asie orientale jusqu'à ses expressions actuelles, symbolisées par deux de ses segments les plus opposés : la production mécanique et standardisée de thé en sachet à bas prix, d'une part, et la « folie », sans doute éphémère, du thé matcha, d'autre

part, en passant par le moment essentiel de son expansion sous l'Empire britannique, comme véritable carburant des classes laborieuses de la révolution industrielle.

Ce prologue historique permet de comprendre le poids toujours présent des relations nouées dans les colonies britanniques entre les propriétaires des plantations de thé en monoculture et une main-d'œuvre asservie à celles-ci. Des structures sociales solidement établies se sont combinées aux forces qui, depuis deux siècles, conduisent la mondialisation des échanges dans ce secteur. La géographie des voies de commercialisation du thé, depuis la « route du thé et des chevaux » reliant la Chine à ses confins himalayens jusqu'aux négociants de Hambourg, irriguant l'Europe de thés importés, a contribué à structurer ces échanges internationaux, avec des conséquences qui, encore aujourd'hui, sont loin d'être négligeables. Ces deux derniers siècles de l'histoire d'une boisson millénaire expliquent en grande partie la géographie actuelle de la production et de l'exportation de thé, de l'Inde au Sri Lanka, du Kenya au Malawi. On en examinera ici la dynamique socio-économique, tirée notamment par l'évolution accélérée des modes de consommation du ^{xix}^e siècle au ^{xxi}^e siècle. Les faits historiques éclairent aussi les défis environnementaux de la culture du thé, particulièrement en Asie du Sud, où elle s'est implantée sur des zones anciennement forestières.

Dans la partie suivante, l'auteur examine comment les acteurs directs et indirects de la filière ont tenté de répondre à ses défis sociaux et environnementaux les plus criants. Faute d'une prise de conscience et d'une mobilisation similaire à celle qui a été entreprise pour contrôler et faire évoluer la production de cacao, les institutions multilatérales et l'Union européenne n'ont mis en place aucun programme spécifique répondant à ces défis. C'est sans doute la raison pour laquelle les entreprises et les consommateurs se tournent depuis la fin du xx^e siècle vers les certifications volontaires, dans l'espoir qu'elles seront des leviers de changement. Mais, dans le secteur du thé, les labels les plus couramment adoptés pour garantir certains droits économiques et sociaux aux cueilleuses et aux travailleurs ont montré leurs limites, notamment sur le plan économique et social.

Face à ces impasses, un détour par la réalité chinoise paraît utile. La Chine semble en effet avoir échappé en grande partie aux parcours coloniaux des thés indiens, sri-lankais et kényans, tout en réservant la partie la plus importante de sa production à ses consommateurs nationaux. Ce cas de figure amène l'auteur à examiner le potentiel des thés de spécialité, un mouvement trouvant sa racine en Extrême-Orient, et leur capacité à répondre aux enjeux identifiés dans la première partie. Les réponses proposées sont mitigées, notamment lorsque l'on considère les dérives induites par les effets de mode. Si des régions comme Darjeeling semblent coincées dans une impasse liée à des facteurs structurels mais aussi conjoncturels,

le monde du thé connaît cependant des évolutions positives esquissant des dynamiques prometteuses, grâce à de nouvelles organisations de la production et de la transformation, à la montée en gamme des thés de petits producteurs et à leur reconnaissance. Intégrer la production de thé à l'économie locale, diversifier l'activité et l'économie des plantations et des producteurs, y amener le cas échéant le tourisme sont des options qui semblent dessiner des chemins d'avenir. D'autres initiatives en phase avec la responsabilité sociale des entreprises s'adressent à la partie plus industrielle du secteur, à l'aide de codes de conduite et d'instruments de traçabilité.

Cette analyse, reposant sur une documentation primaire et secondaire importante, ainsi que sur des entretiens auprès de professionnels du secteur, permet à l'auteur de dégager dans le dernier chapitre de cet ouvrage une série de cinq grands leviers pour rendre le thé aussi bon sur le plan éthique et environnemental qu'il peut l'être au palais. Son espoir est que ces propositions constitueront un point de départ pour un débat et des actions visant à rendre la production et le commerce du thé plus transparents, plus équitables et plus durables. Il s'agit en un mot de donner au thé une qualité intégrale, à la fois gustative, économique, environnementale et socioculturelle.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	7
---------------------	---

PREMIÈRE PARTIE - LE POIDS D'UNE LONGUE HISTOIRE	15
---	----

I. L'ÉMERGENCE D'UN PRODUIT MONDIALEMENT APPRÉCIÉ	19
--	----

Aux origines du thé moderne	20
-----------------------------	----

Au cœur de rivalités mondiales	23
--------------------------------	----

Un nouvel empire du thé	27
-------------------------	----

II. UNE EXPANSION PERMISE PAR LE SYSTÈME COLONIAL DU TRAVAIL FORCÉ	33
---	----

Un symbole national britannique poussé par des mouvements divers	35
--	----

Un mouvement qui atteint l'Afrique de l'Est	38
---	----

En Inde, l'avènement du <i>chai</i>	39
-------------------------------------	----

Chine : un nouveau modèle de production	40
---	----

III. LORSQUE LE COMMERCE INTERNATIONAL TRANSFORME LE THÉ	43
---	----

Un produit en voie de standardisation	45
---------------------------------------	----

Un produit mondialisé	48
-----------------------	----

Des formes de concentration et de commercialisation spécifiques	50
---	----

IV. DES STRUCTURES SOCIALES INÉGALITAIRES EN HÉRITAGE	57
--	----

Une organisation et une rémunération du travail inchangées	58
--	----

Un salaire réel sous le niveau minimum d'existence	62
--	----

Un pouvoir économique inégalement réparti	64
---	----

Des empreintes environnementales différenciées	66
--	----

Au Sri Lanka, une situation sociale comparable et un virage brutal vers le bio	69
--	----

V. LES DÉFIS DU THÉ EN AFRIQUE DE L'EST FACE AUX INÉGALITÉS SOCIALES ET DE GENRE	73
---	----

Premier exportateur mondial de thé en volume	74
Un agencement institutionnel équilibré pour les petits producteurs	75
Un impératif : améliorer la qualité intrinsèque et sociale du thé kenyan	77
Des pays voisins aux structures sociales contrastées	80

VI. DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX MÉCONNUS	83
---	----

Thé, déforestation et érosion	83
Un usage intensif de pesticides aux effets cocktail inconnus	87
Le thé biologique	91
Les effets du changement climatique	95

DEUXIÈME PARTIE - DES LEVIERS À RENFORCER ET DES SOURCES D'INSPIRATION À DIFFUSER	99
--	----

VII. LES INSTITUTIONS INTERNATIONALES ONT-ELLES OUBLIÉ LE THÉ ?	103
--	-----

Des organismes efficaces pour les questions commerciales	103
Le Groupe intergouvernemental sur le thé de la FAO	105
L'OIT met en lumière des conditions indignes subsistant dans les plantations	107
Les hésitations de l'Union européenne	109

VIII. LES CERTIFICATIONS SONT-ELLES LA RÉPONSE AUX ENJEUX SOCIAUX DU THÉ ?	115
La grenouille du <i>greenwashing</i>	117
Fairtrade, un label qui s'adapte difficilement au monde du thé	121
Le pari d'un label de petits producteurs	126
Labels bio et pour la biodiversité	129
IX. LA CHINE, OU L'AUTRE MONDE DU THÉ	133
Le premier producteur et consommateur mondial	133
Le développement de la culture du thé : une priorité aux multiples enjeux	135
Une recherche agronomique de pointe	137
Un tissu économique diversifié et dynamique	138
Un découplage entre marché intérieur et exportations	141
X. LES THÉS DE SPÉCIALITÉ SONT-ILS PLUS DURABLES ?	145
Le retour du thé vert	146
La montée des thés de spécialité	147
Des thés plus vertueux ?	149
La question épineuse du prix de la feuille fraîche	150
Plus d'attention, donc parfois plus d'impact climatique ?	154
Le matcha, une tendance loin de la qualité	156

XI. CRISES ET RECOMPOSITIONS	161
Darjeeling, un modèle dans l'impasse	161
Le modèle émergent de TPI, entreprise pionnière du label Fairtrade	166
S'organiser pour remonter la chaîne de valeur	171
Le thé comme support de la diversification rurale et du partage de la valeur	174
Un exemple inspirant de plantation à vocation sociale au Sri Lanka	177
XII. UNE MEILLEURE COORDINATION DES ACTEURS DE L'AMONT À L'AVAL	181
Organiser la concertation et exiger la transparence	181
Les initiatives se revendiquant d'une approche multi-parties prenantes	185
Peser par la distribution	190
Des coopératives distribuant les thés de coopératives	194
TROISIÈME PARTIE - SYNTHÈSE ET PROPOSITIONS	199
XIII. CE QU'IL FAUT RETENIR DES PRINCIPAUX ENJEUX DU THÉ	201
XIV. CINQ PROPOSITIONS POUR NE PAS BOIRE UNE TASSE AMÈRE	207
1. Plus de transparence...	208
2. Dé-commodifier le thé et réunir les acteurs autour de la qualité intégrale	212
3. Vers des paysages de thé réellement beaux, résilients et diversifiés	215
4. Une culture du thé partagée	222
5. Responsabiliser les États et renforcer la coopération internationale	227

CONCLUSION	233
-------------------	-----

Le thé de demain conjuguera équité et excellence	233
La voie de la qualité organoleptique et environnementale	236
La voie de l'équité	236
La voie du " <i>business as usual</i> " : quelles évolutions pour le thé conventionnel ?	237
La qualité intégrale plutôt que la quantité	238

BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE	241
--------------------------------	-----