



Un café aux arômes féminins

Le simple effort de changer pour une marque de café responsable peut faire une différence. En fondant Dona Coffee, Elisa Dot Bach souhaite instaurer un lien entre productrices et consommateurs | DR

Saint-Légier

Créée en mars 2022 par la Catalane Elisa Dot Bach, Dona Coffee a pour mission de collaborer avec des caféicultrices du monde entier, afin de leur assurer une meilleure rémunération.

Julien Lilla
redaction@riviera-chablais.ch

Lorsqu'elle quitte son poste de responsable marketing et innovation chez Nescafé en 2018, Elisa Dot Bach pensait en avoir fini avec le monde du café. Mais l'appel

“

Les femmes représentent 70% de la main d'œuvre dans ce secteur, mais ne détiennent que 15% des plantations. Dès que l'on arrive à la commercialisation, les hommes sont omniprésents. J'avais à cœur de changer cela”

Elisa Dot Bach
Fondatrice de
Dona Coffee

de la fève était plus fort qu'elle. «Pendant la pandémie, je me suis beaucoup instruite sur la problématique du commerce de café. Ne travaillant plus dans le secteur, j'ai pu changer de casquette et adopter le regard d'une passionnée plutôt que d'une employée.

Et ce que j'ai lu m'a déplu», partage l'entrepreneuse de 58 ans. «Les femmes représentent 70% de la main d'œuvre dans ce secteur mondial, mais ne détiennent que 15% des plantations. Dès que l'on arrive à la commercialisation, les hommes sont omniprésents. J'avais à cœur de changer cela.»

La Saint-Légerine d'adoption crée ainsi Dona (ndlr: femme en catalan), une entreprise qui collabore directement avec des projets 100% féminins de cultivation de café, afin d'avoir un véritable impact dans cette industrie.

«J'ai découvert la plupart des projets grâce à l'International Women's Coffee Alliance, à laquelle je suis associée. J'ai immédiatement pu contacter les cheffes de projet et établir une véritable relation de confiance. Aujourd'hui, j'achète des graines de café venant de trois continents: Amérique du Sud (Colombie et Brésil), Afrique (RDC, Rwanda) et Asie (Indonésie). C'est une réelle fierté de pouvoir faire la promotion du travail formidable de femmes venant du monde entier!», se réjouit Elisa Dot Bach.

Étape par étape

L'idée est noble, mais la mise en place n'était pas une mince affaire. «De par mon passé, je connais bien l'aspect marketing, néanmoins toute la partie production était encore floue, confie l'amatrice de café. Heureusement, Ennio Cantergiani (ndlr: fondateur de l'Académie du café à Chardonne) m'a beaucoup aidée dans ce processus. On a donc importé les échantillons, on les a dégustés. Nous avons choisi de continuer avec ceux qui nous correspondaient le plus. Il m'a même mise en contact avec une entreprise genevoise pour torréfier le café, afin d'obtenir le produit final.

Une fois le plan de production établi et le premier lien avec les cultivatrices noué, la collaboration peut commencer. La première grosse étape est la cultivation des grains de café qui se fait sur place, au sein des différentes coopératives. Une fois cette cultivation terminée, Dona Coffee engage un opérateur logistique qui va regrouper tous les grains de café et les envoyer direction Genève. S'ensuivent la torréfaction et l'emballage avant qu'Elisa ne fasse parvepir les colis aux clients.

Pour l'instant, elle s'occupe de chapeauter toutes les étapes, en

particulier la vente. «Ma maison est un véritable entrepôt improvisé. Dans la supposée chambre d'amis, ces derniers ont totalement disparu et ont été remplacés par les paquets de café», rigole-t-elle. Sur son site Internet, on peut y découvrir cinq gammes de café en graines ou en capsules compostables, venant de différents pays ainsi que la présentation des collaboratrices du projet.

«Mon but est de mettre en avant les valeurs humaines de Dona Coffee. Je trouvais important de mettre le nom des productrices sur les paquets, afin de les valoriser et d'instaurer un véritable lien avec les consommateurs. Je voulais aussi que le <packaging> haut en couleur, également créé par une femme, reflète le <women empowerment> qui découle de notre projet.»

Un geste pour la planète

Elisa Dot Bach s'aligne directement sur le prix au kilo que lui donnent ses collaboratrices, même s'il s'avère parfois plus élevé que le prix du marché. Il n'y a donc pas de processus de négociation. Un geste qui en vaut la

chandelle selon la Catalane. «Mon but n'est pas de faire des économies sur leur dos, mais de rendre leur commerce durable. Le prix qu'elles me donnent est établi chaque année en fonction des besoins de leur coopérative. Avec ce geste, je contribue au développement de leur communauté.»

L'entrepreneuse espère éveiller les consciences des consommateurs via sa démarche. «J'aimerais vraiment que les gens se rendent compte de l'injustice qui se cache derrière le café trop bon marché. Le simple fait de choisir une marque responsable peut déjà faire une différence. Il faudrait que chacun y pense lorsqu'il boit sa tasse. Si j'arrive à convaincre les consommateurs, alors ma mission sera réussie!»

Plus d'infos: dona.coffee/fr/



Scannez pour ouvrir le lien



Le nom des productrices figure sur les paquets, une façon de les valoriser. | DR