

CRISI DEL CAFFÈ: L'AMAREZZA DEI PRODUTTORI

Ai piccoli contadini non restano che i fondi di caffè

"Mi farebbe piacere che voi diciate alla gente del vostro paese che la bevanda da essi tanto apprezzata è attualmente la causa di tutti i nostri problemi. Noi produciamo queste colture con il sudore della nostra fronte e le vendiamo per niente." **Lawrence Seguya, Uganda, febbraio 2002.**

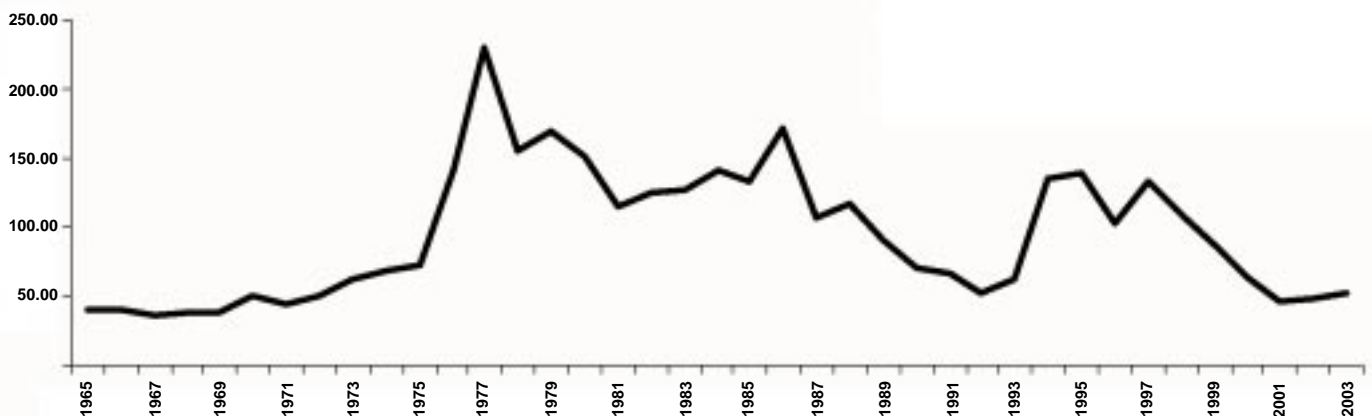
6 anni fa, Mohamed Ali Indris, produttore di caffè in Etiopia, guadagnava 320 dollari all'anno grazie alla vendita di caffè e di mais. Interpellato da Oxfam International nel marzo 2002, sperava di guadagnare 60 dollari per il caffè prodotto in quell'anno. La sua famiglia aveva già consumato le riserve di mais. "Da cinque a sette anni fa, producevo sette sacchi di ciliege rosse [ogni ciliegia contiene due chicchi di caffè]. Questo era sufficiente per comperare dei vestiti, dei medicinali, dei servizi e per risolvere numerosi problemi. Adesso, anche se vendo quattro volte di più, è impossibile coprire tutte le mie spese. Ho dovuto vendere i

miei buoi per rimborsare il prestito che avevo sottoscritto per comperare dei fertilizzanti e delle sementi di migliore qualità per il mio mais, in caso contrario, rischiavo la prigione. (...) Tre bambini non possono andare a scuola perché non ho i mezzi per pagare la loro tenuta scolastica. Abbiamo cessato di comperare del teff [una sorta di miglio] e dell'olio alimentare. Mangiamo principalmente del mais. La pelle dei bambini si è seccata e mostrano dei segni di malnutrizione."

Fonte: Una tazza di caffè al gusto d'ingiustizia, Oxfam International 2002, settembre 2002.

CAFFÈ: INDICE COMPOSITO DELL'ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE DEL CAFFÈ (Cts US\$ per libbra)

Fonte: IOC (Organizzazione internazionale del caffè)



VENDITE IN PERDITA

- A partire dal 2000, 25 milioni di piccoli produttori di caffè non possono più coprire i bisogni elementari della loro famiglia: nutrirsi, curarsi, andare a scuola... La migrazione verso le città cresce, il numero di persone senza impiego pure.

- Nel 2001, il caffè verde ha raggiunto la soglia di 42 centesimi di dollaro la libbra inglese (454 g). In termini reali, questo prezzo è il più basso da cento anni. Nel giugno 2003, la libbra di caffè raggiungeva 48.9 centesimi, prezzo sempre insufficiente per coprire i costi di produzione.

- Numerosi paesi del Sud dipendono strettamente dall'esportazione del caffè per procurarsi le valute straniere indispensabili alla loro economia. I paesi fortemente dipendenti dal caffè, Burundi, Etiopia, Uganda, Ruanda, sono pure sull'orlo della crisi.

- Negli anni '90, la produzione mondiale di caffè è aumentata del 20% mentre il consumo non è aumentato che del 10%. Si assiste dunque alla sovrapproduzione di caffè.

Fonte: Oxfam (www.oxfam.org) e organizzazione internazionale del caffè (www.ioc.org)

Mercato mondiale, commercio ineguale!

Quasi tutti i consumatori di caffè abitano nell'emisfero nord. Nel 2002 essi hanno speso 70 miliardi di dollari per comprare il loro caffè al dettaglio. I coltivatori di caffè abitano invece tutti nei paesi del Sud e per la vendita del loro caffè non hanno ricevuto che 5,5 miliardi di dollari.

Oggi, i produttori ricevono quindi poco più del 7,5% del guadagno totale frutto della vendita del caffè. Negli anni '70 potevano contare su un guadagno di circa il 20%.

Il commercio mondiale del caffè si è dunque sviluppato a discapito dei produttori. Produttori che in maggioranza sono piccoli contadini che coltivano a caffè un massimo di 10 ha di terra. Produttori che vendono in media 15 sacchi di caffè (60 Kg ognuno) all'anno. Dall'altra parte della catena, vi sono invece cinque grandi imprese multinazionali a fare la parte dei leoni. Nestlé, ad esempio, acquista più di 10 milioni di sacchi di caffè in un anno!

Come dichiarato dal direttore generale dell'Organizzazione internazionale del caffè Nestor Osorio nella rivista *Libération* "Esse hanno costruito un vero e proprio oligopolio: cinque imprese multinazionali controllano più della metà della trasformazione e del commercio del caffè. La loro cifra d'affari supera i 60 miliardi contro i 30 miliardi degli anni '90. Il loro potere decisionale e di negoziazione è tale da poter disporre oggi dell'essenziale del valore aggiunto di tutta la catena".

Come se non bastasse mai i coltivatori di caffè sono stati sfruttati a tal punto.

Tra il 1962 e il 1989 i prezzi e le quantità di caffè prodotti mondialmente erano regolati dall'Accordo internazionale

sul caffè (AIC). Ogni anno, paesi produttori e consumatori fissavano insieme le quote d'esportazione e si accordavano sul prezzo in una forchetta che andava da 120 a 140 centesimi di dollaro per libra inglese. L'accordo messo in atto dai governi portava benefici ad ognuno degli Stati membri: assicurava globalmente ai produttori degli sbocchi e dei prezzi interessanti e soprattutto remuneranti, ai consumatori un approvvigionamento a prezzo interessante.

Ma nel 1989, i paesi consumatori, Stati Uniti in testa, hanno deciso di "lasciar fare al mercato" e di rinunciare al rispetto dell'AIC dato che non vi era più il timore di un eventuale passaggio al comunismo da parte dei paesi produttori e nemmeno il rischio di penuria di caffè sussisteva più, dato che la produzione mondiale era considerabilmente aumentata. Tale iniziativa non infastidì particolarmente i governi dei paesi produttori dato che essi stessi non riuscivano ad intendersi sulla ripartizione delle quote di esportazione. Alcuni paesi che avevano aumentato sensibilmente la loro produzione di caffè erano infatti tentati d'aumentare le loro esportazioni al di sopra delle quote ammesse.

La fine della regolamentazione dei prezzi e delle quantità ha minato gravemente l'equilibrio dei poteri nella catena di produzione. "Né i produttori di caffè, né i consumatori hanno beneficiato del gioco libero di domanda e offerta. Ma più grave ancora è il fatto che coloro che si assumono i rischi di mercato, i produttori, hanno per lo più margini finanziari negativi, mentre le compagnie commerciali dei paesi ricchi moltiplicano in tutta tranquillità i loro guadagni.



Produttori di caffè (fonte: IOC)

- meno di 1 milione di sacchi / anno
- 1 - 5 milioni di sacchi / anno
- più di 5 milioni di sacchi / anno

I 5 più grandi...
PRODUTTORI
Brasile, Vietnam, Colombia, Indonesia, Guatemala
66% delle esportazioni
CONSUMATORI
USA, Germania, Francia, Giappone, Italia
70% delle importazioni

In Svizzera si raccolgono i benefici

Due multinazionali con sede in Svizzera figurano tra le grandi beneficiarie del commercio del caffè.

Volcafé

Basata a Winterthur, questa industria del commercio del caffè verde si piazza al secondo posto mondiale.

Volcafé si rifornisce in 35 paesi dell'Asia, dell'America e dell'Africa. Come i suoi concorrenti, funziona da intermediario tra i fornitori locali (esportatori o produttori) e le imprese di torrefazione. Nel 2002, Volcafé ha commercializzato la quantità record di 11.1 milioni di sacchi di caffè (da 60 kg), invece dei 10,6 milioni dell'anno precedente.

Con la liberalizzazione del mercato, queste imprese di commercio si impegnano sempre più nelle regioni produttrici di caffè, installandovi le proprie filiali provviste di una rete di informazione e di vendita. Di fronte al peso di queste imprese globali, gli esportatori locali sono sempre più fragili.

Nestlé

Ogni secondo, circa 3900 persone bevono una tazza di Nescafé. Col 56% di parte di mercato, Nestlé si è imposta come leader mondiale del caffè istantaneo. Grazie al solo Nescafé, ha infatti realizzato nel 2002 una cifra d'affari di 8,3 miliardi di Fr. cioè il 9,3% della sua cifra d'affari totale.

Per la sua grandezza e per la sua posizione alla fine della catena d'approvvigionamento, Nestlé, come gli altri quattro giganti della torrefazione, gode di un enorme potere. Per accrescere la loro resa, queste imprese cercano di gonfiare le loro vendite e di diminuire i costi. Grazie agli sviluppi tecnici, hanno per esempio diminuito del 30% la quantità di caffè verde necessario alla produzione del caffè solubile. Inoltre hanno modificato i metodi di torrefazione per mascherare/nascondere l'amarezza dei caffè meno nobili e quindi meno cari, come la "robusta" che si trova oggi in

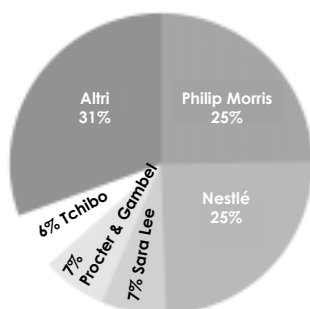
proporzione più grande nelle miscele vendute nei supermercati. D'altra parte, esse investono in grandi campagne pubblicitarie e sviluppano prodotti per imporre le loro marche ai consumatori. Negli ultimi tempi, Nestlé ha investito quasi 80 milioni di franchi per ingrandire il suo centro di produzione mondiale "Nespresso" nel canton Vaud. Questo caffè torrefatto e imballato in capsule d'alluminio è evidentemente molto proficuo: si può infatti utilizzare soltanto con una macchina da caffè sviluppata e brevettata da Nestlé; essa non è disponibile sul mercato ma bisogna diventare soci dei "Nespresso clubs" per averla; il prezzo di questo caffè è di 46 centesimi ogni quattro grammi, cioè 115 franchi al kg! Inoltre, siccome Nestlé ha installato la sua fabbrica in una "zona economica di riorganizzazione" situata a Orbe, molto probabilmente beneficia anche di sgravi fiscali!

Che solidarietà coi piccoli produttori?

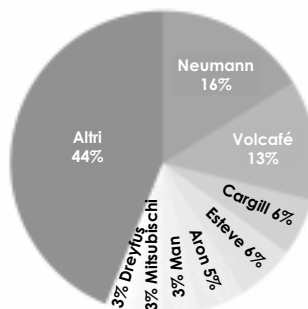
Dal 2001 Oxfam international interpella tutti gli attori (governi, ONG, imprese, produttori) affinché risolvano la crisi del caffè. Nestlé e Volcafé si sono dette disponibili a sostenere delle iniziative relative alla qualità del caffè, all'ambiente e alle condizioni di vita degli agricoltori. Nestlé vorrebbe perfino una politica dei prezzi che permetta di offrire ai produttori un livello di vita "soddisfacente". Ma ha precisato che questo prezzo non deve in alcun caso raggiungere il livello equo, altrimenti inciterebbe troppi coltivatori a lanciarsi nella produzione. Sembra quindi che Nestlé sia pronta a pagare per autorizzare la sopravvivenza dei coltivatori di caffè, ma non per permettere loro di vivere degnamente!

In questo momento le iniziative sostenute dalle due imprese sono dei progetti pilota che hanno essenzialmente lo scopo di migliorare i metodi di lavoro dei coltivatori di caffè "sostenibili", in altre parole, quelli che hanno possibilità di sviluppo a lungo termine.

Chi trae profitto dal caffè?

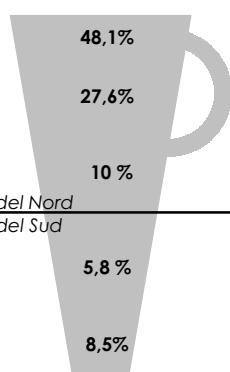


Quote di mercato delle compagnie specializzate nella torrefazione e nel caffè solubile (1998)



Quote di mercato dei negozianti di caffè (1998)

Fonte: The Latte Revolution? Winner and Losers in the Reconstruction of the global Caffè Marketing Chain, Stefano Ponte, CDR Working Paper, juin 2001, Centre for Development Research, Copenhagen.



Valore aggiunto nei paesi del Nord
Valore aggiunto nei paesi del Sud

Venditore al dettaglio

Marca di caffè
(torrefazione, sviluppo delle marche e delle miscele)

Negoziante
(controllo della qualità, acquisto, esportazione, stoccaggio e consegna)

Intermediari locali
(trasporto locale, estrazione dei grani, scernita, preparazione di sacchi da 60 kg)

Coltivatori di caffè
(cura delle piante, raccolta)

Invertiamo la tendenza!

La crisi del caffè modifica la vita di numerose comunità rurali. I produttori più poveri lasciano le loro terre e migrano verso i quartieri poveri delle città. Gli altri rinunciano ad assumere. Altri ancora si buttano sulla produzione di coca (cocaína) che necessita delle stesse condizioni climatiche del caffè.

Vivendo in Stati incapaci di finanziare delle politiche pubbliche a loro protezione, i produttori sono al verde. Se prima del 1989 essi erano sottomessi a degli enti pubblici - purtroppo sovente corrotti - che imponevano i prezzi e le quantità prodotte, sono stati messi da quel momento in poi in concorrenza su un mercato del quale non conoscevano le regole. Da parte loro, i paesi produttori di caffè non possiedono in realtà i mezzi per aiutare i propri contadini. Fortemente indebitati, sono sottomessi alle politiche dettate dai loro creditori: il Fondo monetario internazionale e la Banca mondiale. Questi ultimi gli impongono di ridurre le spese pubbliche e di procurarsi delle valute esportando. Problema: il mercato del caffè è saturo e allo stesso tempo le esportazioni aumentano, i prezzi calano e le loro entrate si assottigliano...

Di fronte alla crisi del caffè, la Dichiarazione di Berna, le Botteghe del Mondo e numerose altre organizzazioni tra cui i membri di Oxfam international si mobilitano. Esse richiedono ai governi, ai commercianti, ai torrefattori, ai venditori al dettaglio ed ai consumatori di fare tutto il possibile per portare una risposta strutturale alla crisi. Si tratta:

- di ristabilire l'equilibrio tra l'offerta e la domanda di caffè,
- di risanare i corsi e di garantire dei redditi dignitosi ai produttori,
- di migliorare la qualità del caffè,
- di permettere ai produttori di aggiungere essi stessi un valore al proprio caffè, ad esempio torrefacendolo sul posto,
- di sostenere lo sviluppo di colture alternative al fine di ridurre la dipendenza dei produttori nei confronti del caffè.

Beviamo il caffè equo

Gli svizzeri consumano ogni anno l'equivalente di 8 kg di caffè verde per persona. 3% di questo caffè proviene da cooperative o da associazioni di produttori che lavorano con delle organizzazioni del commercio equo come le Botteghe del Mondo. Uno degli obiettivi principali di questa rete è di permettere ai coltivatori di vendere il loro raccolto ad un prezzo che copra le spese di produzione e di migliorare le loro condizioni di vita.

Mentre le grandi marche e i grandi distributori acquistano il caffè verde a meno di 60 centesimi di dollaro la libbra, gli attori del commercio equo pagano loro più di 120 centesimi! Essi si impegnano di principio a prefinanziare una parte dei raccolti e a stabilire delle relazioni commerciali stabili e durevoli con i produttori.

ACQUISTANDO EQUO, PERMETTETE AI PRODUTTORI DI GUADAGNARE PIÙ DEL DOPPIO DI QUELLO CHE RISCUOTONO ATTUALMENTE SUL MERCATO TRADIZIONALE!

ALLORA NON ESITATE!

E la vostra parrocchia, il vostro datore di lavoro, la vostra scuola? Proponete anche a loro di acquistare il caffè delle Botteghe del Mondo!

Per saperne di più sulle campagne e sulle loro rivendicazioni:

www.evb.ch

www.pouruncommerceequitable.com

www.oxfam.org

PER MAGGIORI INFORMAZIONI:

Sui prodotti con il marchio Max Havelaar:

www.maxhavelaar.com fornisce delle informazioni sul funzionamento e i criteri del marchio del commercio equo Max Havelaar. Si scopre ugualmente il funzionamento del suo sistema di controllo. Purtroppo i rapporti di controllo restano confidenziali.

Sul mercato del caffè: Gusto amaro, La povertà nella tua tazza di caffè, a cura di Oxfam, Editrice Berti, settembre 2002. Il libro raccoglie testimonianze e ricerche che raccontano la crisi e propone alternative per costruire un mercato equo. In vendita presso le Botteghe del Mondo.

Traduzione dal testo in francese:



Dichiarazione di Berna

Casella postale 1356

6501 Bellinzona

dichiarazioneidiberna@bluewin.ch

www.evb.ch

**Associazione
Botteghe
del Mondo**
Svizzera italiana



Lavoro
Giustizia
Ecologia
Sviluppo

Associazione delle Botteghe del Mondo

Via Pobbia

6514 Sementina

botteghedelmondo@bluewin.ch

tel. 091 857 72 33, fax 091 857 79 48