

IL MERCATO DEL CAFFÈ

Il caffè è il **secondo prodotto** commercializzato **a livello mondiale**, dopo il petrolio, con un volume di mercato pari a circa 15 bilioni di dollari.

Costituisce l'unica fonte reale di reddito per **più di venti milioni di coltivatori nel Sud del mondo**. Una grande maggioranza di queste persone, e indirettamente le loro famiglie, sono sottoposte allo **sfruttamento** degli intermediari locali e dipendono quasi totalmente dalle forti oscillazioni del prezzo del caffè e dalle **speculazioni finanziarie** delle grandi borse europee e statunitensi.



Il caffè: storia e origini leggendarie

Quando si cerca di ricostruire le origini, la diffusione e gli usi della pianta del caffè è inevitabile rilevare come storia e leggenda si intreccino profondamente.

La storia leggendaria del caffè comincia probabilmente in **Etiopia**, nella provincia di Kaffa. Si narra che lì un pastore scoprì le proprietà energetiche del caffè quando le sue capre, dopo aver brucato le bacche di caffè, non dormivano la notte e si agitavano freneticamente. Subito le portò a dei monaci che, increduli, le gettarono nel fuoco. Quando le bacche cominciarono a emanare un intenso e avvolgente aroma, i monaci cercarono di recuperarle gettandole in acqua. Fu così che uno di loro, assaggiando quell'infuso bruno e profumato, scoprì la bontà e gli effetti rinvigorenti di quella bevanda fino ad allora ignota.

È documentato con maggiore certezza che le piante di caffè si trovassero in **Yemen** a partire dal XV secolo e che le ciliegie del caffè fossero masticate dagli schiavi deportati dall'attuale Sudan verso lo Yemen e l'Arabia attraverso il porto di Mocha, punto nodale per i collegamenti via mare con Mecca. Secondo altre fonti il caffè sarebbe stato portato in Yemen dagli abissini durante un periodo di occupazione di quei territori.

Un'altra leggenda tramandata oralmente narra che Maometto ricevette la bevanda dall'arcangelo Gabriele, inviatagli direttamente da Allah allo scopo di renderlo instancabile e lucido per le sue predicazioni. Il caffè fu, in generale, ben accolto nei **paesi di religione musulmana** come sostituto delle bevande alcoliche vietate dalla legge islamica.

Le autorità yemenite incoraggiarono il consumo di caffè, preferendolo al *Kat*, un arbusto dagli effetti considerati estremi. Il primo *coffeehouse* fu aperto a Mecca e fu chiamato *kaveh kanes*. Il caffè, però, divennero presto luoghi di attività politica e per questo vennero soppressi quasi ovunque.

La **diffusione** del caffè in **Asia** e in **Europa** avvenne presumibilmente ad opera degli **olandesi** che portarono alcune bacche di caffè in Olanda, cominciando a coltivarle in serra e poi le diffusero in India.

Secondo alcune fonti, il caffè arrivò in India a Malabar ad opera degli olandesi, e nel 1699 a Java. Nonostante la breve durata del colonialismo olandese in quest'area, queste colonie divennero fornitori di caffè per l'Europa. I veneziani portarono il caffè in Europa, per la prima volta nel **1615**, in un periodo in cui andavano diffondendosi in Europa anche altre bevande calde come la cioccolata e il tè.

Fino a quel momento le bevande più diffuse in Europa erano birra e vino, che, grazie ai principi nutritivi in essi contenuti, erano utilizzati come dei veri e propri alimenti. Con l'affermarsi, però, di

valori culturali propri dell'Umanesimo e del Rinascimento e di quelli dell'Illuminismo che misero al centro dell'universo culturale il valore della ragione, il caffè venne propagandato (anche sotto la spinta di un'etica protestante puritana) come **l'alternativa alla pigrizia**, la cura alle sbornie, la bevanda adatta a persone eticamente integre e dedite attivamente al proprio lavoro. Nell'immaginario comune dell'epoca il caffè, per le sue proprietà, era simbolicamente contrapposto alle bevande alcoliche che veicolavano idee di passività e improduttività.

Il caffè, apprezzato in un primo momento anche per le sue presunte proprietà medicinali, divenne presto una bevanda sociale. **Comparvero i primi caffè** (il primo fu aperto a Venezia nel 1683) che diventarono veri e propri **luoghi di socializzazione** per la nascente **borghesia**, distinti dai salotti o dai circoli letterari, luoghi d'incontro aristocratici. La prima fonte che accerta che il caffè era bevuto in Nord America risale al 1668. Poco dopo a furono aperti i primi caffè a New York, Philadelphia e Boston.

Tra il XVII e il XVIII secolo il caffè divenne una bevanda molto affermata in tutto il mondo occidentale e nell'America del Nord, al punto che le quantità prodotte in Africa Settentrionale non furono più sufficienti a coprire la domanda. La coltura del caffè fu, così, esportata in Centro e Sud America.

L'**imposizione della coltura del caffè** in queste aree ebbe un effetto fortemente **destabilizzante** per i **modelli economici preesistenti**. L'agricoltura tradizionale scomparve progressivamente, le **terre** furono **espropriate** e gestite in modo differente, imponendo la fine della proprietà comune della terra, su cui si fondava l'economia delle popolazioni indigene, introducendo forzatamente il concetto di proprietà privata in una cultura in cui tale concetto è percepito come estraneo. La proprietà delle terre si concentrò nelle mani di pochi, furono diffuse **coltivazioni intensive**, gli **indios** furono costretti, per necessità, a cercare lavoro presso queste grandi piantagioni molto spesso in condizioni di **sfruttamento** e **abnegazione**. Condizioni di sottomissione, sotto retribuzione, non riconoscimenti di diritti basilari, esistono ancora oggi. Fu, inoltre, introdotta la **monocoltura** del caffè, che causò gravi danni all'agricoltura tradizionale e rese i piccoli contadini del tutto dipendenti dalla coltivazione di un solo prodotto, privandoli di fonti di sostentamento alternative anche per l'autoconsumo.

Chi produce? Chi consuma?

I **produttori** di caffè sono concentrati nel **Sud del mondo**. I **consumatori** quasi esclusivamente nel **Nord**.

Fino agli anni Sessanta la produzione di caffè era ripartita tra **Brasile, paesi latino-americani e Africa**, negli anni Novanta la **produzione asiatica** ha superato quella dell'America Latina.

Secondo le statistiche riportate sul sito dell'ICO¹ (*International Coffee Organization*), relative al periodo 2007-2009, i maggiori produttori-**esportatori** di caffè sono in ordine di quantità esportate, **Brasile, Vietnam, Colombia, Indonesia**. Seguono Guatemala, Perù, India, Honduras, Uganda, Etiopia, Messico, con indici variabili, secondo le annate.

Il caffè è coltivato principalmente in **grandi piantagioni a produzione intensiva** (*fincas* o *fazendas*), presso le quali le popolazioni indigene trovano impiego come braccianti sfruttati, senza avere alternative, o da piccoli produttori che difficilmente hanno accesso diretto al mercato. Poiché il caffè è, spesso, per questi piccoli produttori l'unica fonte di sopravvivenza, essi si vedono costretti a vendere il loro raccolto a **intermediari locali** che vendono, a loro volta, il caffè a società **multinazionali** tramite una catena di intermediari via via più grandi. I piccoli produttori non hanno alcun potere di contrattazione sul prezzo e questo li porta a subire i prezzi stabiliti e imposti dalle multinazionali

Nel 2000 il **2% dei proprietari possedeva, in Brasile, il 60% delle terre**, in Paraguay l'1% controlla l'80% delle terre coltivabili, mentre i piccoli produttori possiedono in tutta l'America Latina solo il 5% delle terre. In **Africa**, invece, la grande produzione è meno presente e la produzione del caffè è generalmente frazionata tra piccoli produttori. I programmi di aggiustamento strutturale degli anni Ottanta, voluti dal Fondo Monetario Europeo e dalla Banca Mondiale, hanno provocato in Africa l'annullamento del potere statale sulle attività economiche, con conseguenti processi di

¹ Dati tratti dal sito <http://dev.ico.org/>.

In questo quadro mondiale di **continue oscillazioni**, un ruolo fondamentale è giocato dagli **speculatori finanziari**: attraverso **gli strumenti di ingegneria finanziaria** basati sui contratti a termine, conosciuti come **futures**, il caffè viene acquistato dalle grandi società importatrici occidentali ancor prima di essere raccolto, fissando un termine per la consegna. Il caffè viene pagato quasi interamente al momento della consegna, per cui se nel periodo che intercorre tra l'acquisto e la consegna il prezzo aumenta, l'acquirente può rivendere il caffè ancora prima di averlo fisicamente ricevuto. Su questi contratti *futures* sono stati costruiti negli anni strumenti finanziari complessi e rischiosissimi, che spostano ingenti quantità di denaro non collegato a nessun flusso reale di merce nel periodo di vigenza del contratto. Il caffè diviene, così, oggetto di grandi speculazioni finanziarie che **innalzano o abbassano** il suo **prezzo** attraverso dei **meccanismi che prescindono** dal reale andamento della **produzione**.

I **produttori** non partecipano a questo gioco rischioso. **Non hanno alcun potere contrattuale** nella determinazione del prezzo. Essi subiscono pesantemente gli effetti negativi della caduta dei prezzi, ma non traggono alcun beneficio dal loro aumento, a causa dei molti intermediari, chiamati **coyotes**, che acquistano il caffè dai piccoli produttori a prezzi bassissimi per rivenderlo alle grosse multinazionali del caffè. Vendere il caffè ai coyotes rappresenta spesso l'unico modo di sopravvivere per molti piccoli contadini che dipendono totalmente dalla coltivazione del caffè e non hanno altre vie d'accesso al mercato.

Il caffè nel Commercio Equo

Il **Commercio equo** è stato definito come

“un partenariato commerciale basato sul dialogo, la trasparenza e il rispetto, che mira ad una maggiore equità nel commercio internazionale. Contribuisce allo sviluppo sostenibile offrendo migliori condizioni commerciali a produttori svantaggiati e lavoratori, particolarmente nel Sud, e garantendone i diritti. Le organizzazioni del Commercio Equo, col sostegno dei consumatori, sono attivamente impegnate a supporto dei produttori, in azioni di sensibilizzazione e in campagne per cambiare regole e pratiche del commercio internazionale convenzionale.”³



Il Commercio Equo si basa su un modello di commercio che, diversamente dal commercio internazionale tradizionale, prevede una più equa distribuzione dei profitti tra produttori, importatori e consumatori, in modo da garantire ai produttori più svantaggiati un **accesso diretto al mercato** e **maggiori diritti**. Nel Commercio Equo i produttori sono soggetti di uno sviluppo sostenibile e non più oggetti di sfruttamento. E i **consumatori** sono **consapevoli** delle loro scelte d'acquisto, conoscono la provenienza dei prodotti, le condizioni di produzione, il contesto in cui operano i produttori, scelgono in modo critico cosa consumare.

Tutto si fonda sulla fiducia e il rispetto reciproci, la cooperazione e la collaborazione. Il **Commercio Equo** **“umanizza” le relazioni economiche**, accorciando la catena di intermediazione che, nel commercio tradizionale, separa fisicamente e culturalmente il produttore dal consumatore.

³ Definizione stabilita dal FINE (il coordinamento informale delle reti del Commercio Equo) nel 2001, condivisa da tutti gli attori che aderiscono al movimento.

Questi principi sono la base di tutte le azioni e le relazioni interne al Commercio Equo, articolati in base ai diversi contesti di produzione e ai diversi prodotti.

Il **caffè** è sempre stato **uno dei prodotti più importanti per il commercio equo e solidale**. Nel 1973 Fair Trade Organisation dei Paesi Bassi ha importato per la prima volta il caffè equo da cooperative di piccoli produttori del Guatemala⁴.

Oggi il caffè equo è diventato un concetto e sempre più persone scelgono di bere il caffè equo.

I **criteri** stabiliti dal commercio equo sul caffè sono:

- **Acquisto diretto:** il caffè proviene sempre direttamente dalle organizzazioni di piccoli coltivatori allo scopo di evitare le intermediazioni speculative.
- **Prezzo equo:** un bonus di 5\$ centesimi/libbra (454 gr.) al di sopra del prezzo del mercato mondiale ed un prezzo minimo garantito (1,26\$ per il caffè arabica). In questo modo la retribuzione del produttore è svincolata dalle logiche finanziarie speculative dei contratti *futures*.
- **Pre-finanziamento:** credito fino ad un massimo del 60% del prezzo di vendita garantito all'inizio del raccolto, per fronteggiare le difficoltà derivanti dalla scarsità di capitale iniziale e dall'impossibilità di accedere ai canali di credito istituzionali
- **Garanzia:** contratti annuali, che stabiliscono gli acquisti di caffè e una cooperazione a lungo termine, che garantiscono una collaborazione più stabile e continuativa. All'interno di tali contratti è indicata anche la clausola secondo cui il prezzo deve essere determinato direttamente dal produttore.

Il commercio equo è quindi a sostegno dei piccoli produttori, che riescono così a trovare vie d'accesso dirette al mercato, sottraendosi allo sfruttamento dei *coyotes* locali e alle speculazioni degli operatori finanziari. Un processo che mira all'auto-sostentamento e l'auto-determinazione e permette condizioni di vita dignitose per i contadini che coltivano il caffè e le loro famiglie.

⁴ Informazioni tratte dall'annuario del commercio equo: *La sfida del fair trade in Europa 2001-2003*