

La filiera del caffè equo e solidale, scelto a simbolo della campagna “Costruiamo un Altrovivere”.

Registrazione RAI Regionale del 25/07/2016 ORE 11.00

Livio: buongiorno a tutti, care ascoltatrici e cari ascoltatori! Sono Livio, del Mosaico per un comune avvenire, associazione che da molti anni promuove il movimento del commercio equo e solidale, gestendo una Bottega del Mondo a Trieste. Con me c'è Sergio, uno dei nostri giovani volontari, che vi introdurrà al tema di oggi.

Sergio: la conversazione del mese scorso aveva riguardato la campagna di sensibilizzazione nazionale intitolata “Costruiamo un Altrovivere”, condotta dal consorzio CTM-Altromercato, a cui la nostra associazione aderisce. La campagna coinvolge anche organizzazioni come WWF Italia e Medici senza frontiere, ed oggi parleremo del prodotto scelto per simboleggiarla. C'è stata una consultazione in rete e gli amici di Altromercato hanno scelto il caffè, della cui filiera produttiva equa e solidale vi parliamo adesso.

Livio: il caffè è divenuto realmente un prodotto globale, nel senso che il suo consumo si è esteso a tutto il mondo, facendo concorrenza negli anni 2000 al tè in Asia perché viene percepito come qualcosa di più moderno e veloce, in particolare nella sua versione di caffè espresso. Di conseguenza la domanda sta crescendo in modo sensibile.

Sergio: bene per i coltivatori allora, perché non rischiano che parte del loro raccolto resti invenduto o che il prezzo si abbassi sotto i costi di produzione. Ma è proprio così?

Livio: direi di no, perché i prezzi d'importazione nei mercati di consumo sono fissati a livello internazionale con i meccanismi tipici delle materie prime e delle commodities, ossia prodotti fondamentali come frumento, mais, soia, zucchero, caffè appunto. Al contrario i piccoli produttori in genere subiscono i prezzi di acquisto offerti, per non dire imposti, da intermediari locali, chiamati coyotes in Messico, che concedono qualche piccolo aumento in fasi di mercato crescente, ma poi fanno crollare i prezzi anche sotto i costi di produzione nelle fasi di mercato internazionale in calo.

Sergio: il commercio equo e solidale ha dunque una funzione importante nella difesa del reddito dei piccoli coltivatori indipendenti, garantendo sempre un prezzo d'acquisto che copra

tutti i costi di produzione, più un ragionevole margine di guadagno ed un premio destinato alla realizzazione di progetti socio-sanitari ed educativi decisi dalle comunità di produttori. Abbiamo scelto alcune di queste realtà come esempi.

Livio: il pioniere del commercio equo Frans van der Hoff, prete operaio, teologo ed economista olandese aveva cominciato proprio dal caffè, contribuendo a fondare la Cooperativa Unión de las Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, meglio nota come UCIRI, che è diventata un simbolo per il movimento del commercio equo e solidale. Frans van der Hoff spiegava così la situazione in cui era nata UCIRI, in una remota zona montagnosa: la mappa della povertà coincide in Messico con la mappa della coltivazione del caffè, con la mappa della resistenza e delle proteste contadine nel paese. Secondo la tradizione indigena di cui sono portatori i soci di UCIRI, la terra non è un'entità estranea da sfruttare il più possibile, ma la "Pacha Mama", Madre Terra da rispettare, perché da essa dipende la nostra sopravvivenza e quella delle generazioni future. Come molte comunità di indios, i soci di UCIRI non concepiscono la proprietà privata e dunque la terra viene ripartita fra gli abitanti del villaggio ogni anno in base alle necessità. Una visione di questo genere è incompatibile con ogni tipo di coltivazione che faccia uso di fitofarmaci o fertilizzanti chimici e la produzione di caffè di UCIRI è totalmente biologica, ma non potrebbe essere altrimenti.

Sergio: accorciare la filiera ed evitare che i campesinos vendano agli intermediari della speculazione è da sempre tra gli obiettivi di UCIRI. Il caffè di alta montagna è di qualità pregiata e negli ultimi anni i coyotes sono diventati sempre più aggressivi, promettendo di pagare un prezzo allettante ai singoli villaggi. UCIRI, invece, mostra ai propri soci tutti i calcoli che portano l'organizzazione a stabilire il prezzo del caffè, che rimane stabile per una stagione intera. Alla fine della stagione scorsa UCIRI ha pagato il miglior prezzo, anche perché i coyotes approfittano del bisogno di vendere subito dei coltivatori, che non hanno strutture per immagazzinare il caffè, e perciò ribassano spesso il prezzo durante il periodo del raccolto. Rimane fondamentale il lavoro di responsabilizzazione, per fare capire ai campesinos che non si tratta solo della vendita del prodotto, ma che il fatto di essere organizzati significa poter promuovere programmi di sviluppo locale, mantenere il proprio stile di vita ed essere riconosciuti politicamente ed economicamente.

Livio: un altro caso interessante e poco noto è quello di Coopervitae, una piccola organizzazione di coltivatori di caffè nel Brasile sud-orientale che esiste sotto forma di associazione dal 1998. Fin dai primi tempi Coopervitae ha programmato e praticato

l'agricoltura biologica. Nel 2000 i contadini di Coopervitae hanno ottenuto la certificazione biologica valida per la vendita sul mercato nazionale del Brasile, e nello stesso anno hanno iniziato a prendere i primi contatti con il mondo del commercio equo e solidale, con ottimi risultati.

Sergio: vorrei citare anche Fedecocagua in Guatemala, dove l'iniziativa venne messa in moto nel 1969, alle origini del commercio equo, da Misereor, l'agenzia di cooperazione delle diocesi cattoliche tedesche. Venne finanziato un progetto legato al miele ed al caffè. Il contatto con il Fair Trade organizzato arrivò più tardi, cercando di trovare canali alternativi per i produttori di caffè. Ci furono delle difficoltà iniziali per l'elevato numero di cooperative che Fedecocagua presentò e che erano state spesso compromesse con i governi dittatoriali militari. Un paziente processo di selezione e dialogo ha comunque permesso di costituire un valido gruppo, che potesse legittimamente proporsi come partner commerciale equo e solidale. Rapidamente iniziarono le relazioni con CTM-Altromercato e la collaborazione continua con soddisfazione reciproca,

Livio: permettetemi un cenno ad almeno un progetto in Africa, sempre così trascurata. KCU, la Kagera Cooperative Union, è un'associazione che unisce ben 124 cooperative nel Nord-Ovest della Tanzania e coinvolge quasi 60.000 piccoli coltivatori di caffè nella regione di Kagera. KCU si sta ora impegnando per convertire la produzione al biologico, utilizzando tecniche innovative per aumentare la produttività. Circa 60% del caffè viene venduto al circuito del commercio equo ed in Italia viene utilizzato per produrre il caffè solubile, dalla Tanzania appunto. Tutto questo garantisce ai produttori un sovrapprezzo che viene utilizzato in campo sociale. Si sono, ad esempio, costruite nuove classi per le scuole elementari, un centro per la salute che offre le prime cure sanitarie e perfino un ponte per arrivare al magazzino dove i soci depositano il caffè verde dopo la raccolta e prima della lavorazione.

Sergio: queste sono storie di successo, mentre purtroppo si è arenato un altro progetto, che cercava di mantenere nel paese d'origine anche le fasi di lavorazione e finitura, che ora avvengono nei paesi consumatori del Nord del mondo. Si trattava di un caffè varietà Arabica prodotto da COOPROCASINE con la caratteristica di essere raccolto, tostato, macinato e confezionato direttamente in Repubblica Dominicana. Lo spostamento dell'intera filiera al Sud del mondo garantisce in teoria un maggior valore aggiunto ai produttori, che in tal modo possono beneficiare non solo del valore del caffè verde, ma anche dei margini che risultano dai processi di lavorazione e confezionamento. Il progetto era stato avviato grazie alla

collaborazione con Oxfam Italia, ma ci sono stati problemi di accettazione sul mercato italiano, che è molto sofisticato ed ha l'abitudine ad un tipo particolare di aroma che deriva anche dalle modalità di torrefazione, oltre a guardare con sospetto, non giustificato però, le confezioni che non siano sotto vuoto.

Livio: a me l'idea della filiera integrata piaceva molto, comunque le attività di selezione, tostatura, macinazione e confezionamento vengono affidate da CTM-Altromercato a due o tre società italiane specializzate, che sono soggette anche ad una valutazione etica.

Sergio: è arrivato il momento di salutarvi, invitando tutti a venirci a trovare per informazioni ed approfondimenti presso la nostra sede di Trieste, in Via Santi Martiri 8d, aperta ogni giorno dal lunedì al sabato, dalle 9 alle 13 e dalle 16 alle 19.30.

Livio: a risentirci per un'altra conversazione mercoledì 14 settembre alla solita ora!