



# **La storia del caffè nel mercato mondiale**

**Un'intervista a  
Luis Hernandez Navarro,  
giornalista,  
editorialista del quotidiano  
messicano 'La Jornada'**

**Anno 2006**

Ogni anno milioni di sacchi di caffè partono dai paesi produttori per soddisfare i palati di milioni di consumatori residenti nei paesi dove il caffè non crescerà mai. Il mercato del caffè è un mercato mondiale dal volume di scambi enorme, per un valore di oltre 10 miliardi di dollari all'anno, il secondo prodotto scambiato dopo il petrolio.

Questo via vai di chicchi è 'regolamentato' e 'scambiato' principalmente in due centri del potere economico e finanziario mondiale: a Wall Street la *New York Coffee Sugar and Cocoa (Nycsc)* stabilisce le quotazioni delle partite di arabica; a Londra la *London Coffee terminal Market* pensa ai prezzi della qualità robusta. Il tutto avviene in maniera tecnicamente perfetta, con dettagliati codici, sigle e numeri: specie botanica, provenienza, porto d'imbarco, altitudine della piantagione, metodo di raccolta, annata, forma, colore, densità del seme, durezza, tostatura, resa in tazza, calibro del seme. Come per le altre materie prime, anche il caffè trova il suo punto di massima attenzione nei santuari del 'libero mercato' ... Ma in tutto questo chi ci perde e chi ci guadagna?

Da una parte ci sono i grandi proprietari terrieri e le imprese transnazionali, i mediatori locali e internazionali di ogni tipo, polizie private e governi, trasportatori, cartelli di produttori, speculatori, investitori e operatori di borsa, agenzie pubblicitarie, commercianti, ... Dall'altra c'è il sangue, il sudore e i patimenti di milioni di persone per le quali ogni anno si ripete la secolare pratica della coltivazione e della raccolta del caffè: piccoli produttori, famiglie, contadini senza terra, lavoratori stagionali, migranti, bambini, braccianti, indigeni ...

Il Messico è uno tra i principali paesi produttori di caffè ed il primo produttore mondiale di caffè biologico. Il caffè *pergamino* è il principale prodotto esportato, delle migliori qualità, coltivato soprattutto nelle montagne. Il 35% del caffè prodotto in Messico proviene dal Chiapas.

In tutto il paese più di tre milioni di persone vivono grazie alla sua coltivazione ed esportazione: il 91,7% sono piccoli produttori con meno di 5 ettari di terreno e più del 60% di essi sono indigeni. Gli altri lavorano come braccianti in condizioni disumane al servizio dei *finqueros*, proprietari di un pugno di grandi latifondi di enorme estensione, frutto dell'occupazione delle terre delle comunità indigene.

Nei latifondi delle ricche famiglie dell'oligarchia nazionale e degli imprenditori stranieri si conta sugli alti rendimenti derivanti dalle tecnologie moderne e dal lavoro di un'ingente quantità di manodopera sottopagata. I piccoli produttori invece coltivano e producono il caffè senza adeguati strumenti, senza il necessario supporto creditizio e, naturalmente, non riescono con le proprie forze a lavorare e commercializzare il prodotto finito.

Le coltivazioni si trovano spesso in zone isolate e, dopo un trasporto rudimentale e molto faticoso, arrivati alla strada più vicina, il prodotto finisce nelle mani dei *coyotes*, i nodi periferici della intricata e meschina rete commerciale di intermediari. Ai bordi di una strada sterrata, con le bilance false e le menzogne sul reale prezzo di mercato, i *coyotes* lasciano ai produttori le briciole di un grande *affare* che continua altrove.

Intanto le politiche globali del mercato del caffè hanno determinato negli ultimi 10-15 anni instabilità crescenti, prezzi di fornitura in continuo ribasso, sovrapproduzione e speculazioni finanziarie di ogni tipo. Come in altre parti del mondo anche in Chiapas ciò ha significato per i piccoli produttori la disperazione per non riuscire a coprire nemmeno i costi di produzione e un ulteriore sradicamento della cultura e dei legami comunitari delle popolazioni indigene, povertà, emigrazione.

L'EZLN è insorto per costruire dal basso una società in cui la popolazione indigena del Chiapas possa godere di una reale autonomia, tutelare la propria lingua e cultura e autorganizzare attraverso forme di democrazia diretta il proprio accesso all'educazione, alla salute, alla terra e a una vita degna.

Le cooperative di piccoli produttori come quella che ha raccolto il caffè rebelde zapatista sono una delle forme di questo progetto. Nelle cooperative si uniscono le forze per migliorare le proprie forme di organizzazione, per difendere un più sicuro accesso alla terra e per migliorare le proprie condizioni di vita.

Per queste ragioni abbiamo sviluppato questo nuovo progetto di lotta comune insieme alle comunità ribelli in resistenza e distribuiamo questi chicchi di caffè ribelle. L'obiettivo del nostro progetto è la costruzione e il rafforzamento di una rete di singoli e gruppi che sostengano con continuità il lavoro dei compagni e delle compagne in Chiapas.

## **La storia del caffè nel mercato mondiale**

Un'intervista, suddivisa in quattro percorsi, a Luis Hernandez Navarro, giornalista, editorialista del quotidiano messicano 'La Jornada'.

### **La coltivazione del caffè in Messico**

Le popolazioni rurali dell'America Latina e del mondo, generalmente, lavorano piccoli appezzamenti di terra per coltivare prodotti destinati al sostentamento locale e all'alimentazione. La coltivazione del caffè, invece, fin dall'epoca coloniale è sempre stata una produzione controllata prevalentemente dai grandi latifondi e destinata al commercio internazionale e all'esportazione. Ancora oggi oltre il 75% del caffè prodotto a livello mondiale proviene dai grandi latifondisti del Brasile, della Colombia e dell'America centrale. In Messico, tuttavia, il caffè si è progressivamente trasformato in un prodotto *campesino*. Ciò è il risultato di diversi processi storici, quali per esempio il modello di ripartizione delle terre indigene in grandi latifondi, il fatto che molti dei contadini che andavano in queste *fincas* per trovare lavoro riportavano a casa le sementi per piantarle nei propri appezzamenti di terreno, l'effetto dei programmi interventisti delle agenzie statali nel settore agricolo a partire dagli anni '70 ...

Il risultato è che oggi esistono nel paese circa 400.000 piccoli produttori di caffè, i quali lavorano appezzamenti di terreno che raramente supera i 2 ettari. Questi produt-

tori si dedicano alla produzione di colture quali il mais, la banana, le arance o all'allevamento di bestiame, per l'autosostentamento familiare. Contemporaneamente essi destinano parte dei loro appezzamenti di terreno alla produzione del caffè, che rappresenta per loro il principale prodotto commercializzabile per ottenere un introito monetario. La maggioranza di questi piccoli produttori sono indigeni ed incontrano moltissime difficoltà durante tutto il processo produttivo.

In Messico la raccolta del caffè avviene nel periodo novembre-febbraio, inizialmente nelle zone con minore altitudine e successivamente in quelle più in alto. Si tratta di una fase importante e delicata del processo produttivo, che richiede tempi certi e molta manodopera per non compromettere la qualità del raccolto. Anche se alla raccolta partecipa tutta la famiglia, spesso bisogna assumere lavoratori stagionali, a volte provenienti da altre regioni. Inoltre, una volta raccolto, il caffè deve essere selezionato e lavorato con una apposita macchina per lo 'spolpamento', per aprire la buccia ed ottenere i grani, che dovranno essere ulteriormente trattati con un processo di essiccazione e di sbucciatura dall'ultima pellicina che li avvolge.

Solo a questo punto il chicco di caffè è pronto per essere immesso dal piccolo produttore nel mercato locale, destinato al commercio internazionale e alle successive lavorazioni di tostatura, macinazione, confezionamento, ecc., effettuate nei paesi consumatori. In questa catena produt-

tiva il piccolo produttore di caffè ricava un'entrata monetaria solo alla fine del raccolto e del processo di lavorazione, anche se si espone economicamente fin dall'inizio, per esempio per pagare la manodopera o, ancora prima, per la lavorazione e la fertilizzazione del terreno, la potatura e la pulizia delle piante. Il piccolo produttore si trova così di fronte a problemi di difficile soluzione nei meccanismi economici nei quali lavora e sopravvive: gli arrivano i soldi quando li ha già spesi e ha bisogno di questi soldi quando non li ha ancora.

Le banche difficilmente concedono prestiti o li concedono a tassi di interesse molto elevati. Il piccolo produttore è in questo modo costretto a rivolgersi ad un intermediario locale, conosciuto nelle campagne messicane con l'appellativo di *coyote*. Il *coyote*, in cambio del prestito, esige che il produttore si impegni anticipatamente a conferire a lui il raccolto finale. In tutto questo il *coyote* si fa pagare alti interessi per i soldi prestati e paga molto poco il caffè conferitogli.

### **Al mercato, al mercato ...**

Oltre ai problemi che derivano dalla mancanza di finanziamenti e credito e dai prezzi imposti dall'intermediario, il produttore deve affrontare poi altri tipi di difficoltà. Per esempio l'incertezza del clima: se ci sarà una stagione troppo fredda o piovosa il raccolto risulterà compromesso. L'incertezza legata ad eventuali malattie delle piante di caffè che si diffondono nelle coltivazioni. Ma l'in-

certezza più grande e che più sfugge al controllo dei piccoli produttori deriva dal prezzo del caffè, che viene stabilito nel “mercato”. Come per altri tipi di materia prima il caffè è un prodotto il cui prezzo viene stabilito nel mercato internazionale. Inoltre dobbiamo tener presente che si tratta di una materia prima il cui volume si pone al secondo posto negli scambi mondiali, subito dopo il petrolio.

Esistono due tipi di qualità di caffè principali e due borse internazionali dove vengono fissati i rispettivi prezzi. Il caffè di qualità “robusta”, coltivato prevalentemente in Africa e commercializzato nella borsa di Londra. La varietà “arabica”, proveniente soprattutto dall’America Latina e commercializzato attraverso la borsa di New York. Formalmente, secondo quanto ci dicono gli esperti economici, il prezzo del caffè dipende dalla relazione tra offerta e domanda. In realtà nel 1962, nell’ambito della Organizzazione Internazionale del Caffè (OIC), furono sottoscritti sei accordi internazionali tra paesi produttori e consumatori che avevano come obiettivo quello di stabilizzare il prezzo del caffè: a ciascun paese produttore veniva assegnata una quota di mercato da rispettare e, in cambio, veniva stabilita una fascia di prezzo pagato dai paesi consumatori, fluttuante tra i 120 e i 140 dollari per 100 libbre.

Nel 1989, nell’ambito di una rinegoziazione di tali accordi, la pressione degli Stati Uniti e di altri paesi tra i quali il Messico, nel quadro delle nuove politiche neoliberiste, portarono alla rottura di tali accordi e la determinazione

del prezzo del caffè fu lasciato alle leggi della domanda e dell'offerta del 'mercato libero'. Queste scelte portarono in breve tempo il prezzo del caffè a 50-60 dollari per 100 libbre: praticamente dei prezzi più bassi del costo reale di produzione.

A partire dagli anni '90 furono così sfondate le porte all'irruzione dei fondi di investimento e ai cosiddetti *futures* nel mercato del caffè, che provocarono una forte instabilità, sottraendo di fatto la determinazione del prezzo del caffè ai reali rapporti tra domanda ed offerta, per determinarlo invece in funzione di queste manovre speculative. Queste prassi dei fondi di investimento internazionali si sono inoltre estese ad una gamma di materie prime sempre più ampia.

Nel caso del caffè dobbiamo anche considerare ulteriori interferenze. Un esempio è il nuovo ingresso tra i paesi produttori del Vietnam, che ricevette finanziamenti da paesi occidentali, in particolare dalla Francia, nonché dal Fondo Monetario Internazionale e dalla Banca Mondiale, per iniziare la produzione del caffè. Tale manovra aveva delle ragioni ben precise, vincolando la produzione di caffè all'esportazione per far giungere valuta estera nelle casse dello stato, far riprendere l'economia vietnamita, pagare i debiti contratti ... Oltre alle storture e all'inefficacia sul piano interno, tale politica creò una saturazione di offerta sul mercato internazionale, un abbassamento generale dei prezzi della materia prima e l'ulteriore impoverimento dei piccoli produttori nelle altre parti del mondo.

Venendo agli anni più recenti possiamo osservare che il prezzo del caffè è tornato a salire, arrivando ai 120/130 dollari per 100 libbre, rispetto ai 90 dollari del precedente ciclo. Contrariamente a quanto si possa pensare, però, questa non è comunque una buona notizia per la rete e le organizzazioni dei piccoli produttori di caffè. Non lo è perché quando il prezzo ricominciò a salire molti di loro non avevano caffè da vendere. E non lo è perché nel frattempo è venuta meno la tradizionale solidarietà tra le reti di produttori costruita per commercializzare con un'azione comune il proprio caffè nel mercato locale.

In questa situazione di deregolamentazione del mercato e di scarsa produzione mondiale di caffè di qualità, i *coyotes* hanno cominciato ad offrire ai produttori nelle campagne messicane dei prezzi addirittura più alti rispetto a quelli delle reti del mercato equo, potendo accedere al credito in dollari fornitogli dalle grandi compagnie transnazionali. Queste ultime hanno alimentato processi di integrazione verticale, operando in distinte catene produttive e attuando delle politiche di 'unico acquirente'.

Normalmente, una volta terminata la fase del raccolto e della lavorazione primaria, i piccoli produttori di caffè lo ripartiscono in piccoli lotti. È molto difficile che vendano il loro raccolto ad un unico acquirente. Questa prassi riguarda anche i piccoli produttori organizzati in cooperative indipendenti e democratiche. Si tratta di una strategia di sopravvivenza per affrontare le logiche e le fluttuazioni

del mercato. Può succedere per esempio che durante la fase della commercializzazione il prezzo subisca un rapido aumento e se il caffè è già stato tutto venduto ad un unico acquirente non c'è la possibilità di realizzare un guadagno maggiore. In questa fase di rialzo dei prezzi i *coyotes* hanno sviluppato una politica molto più aggressiva per accaparrarsi il caffè di qualità, in modo da costringere i piccoli produttori a vendergli il raccolto. Il *coyote* paga al produttore la somma tutta in una volta e prima del raccolto, mentre la maggioranza delle piccole cooperative indipendenti danno al produttore solo un piccolo anticipo. Il produttore dovrà aspettare i ricavi delle vendite da parte delle cooperative e che questi ricavi siano redistribuiti tra i soci. Durante l'ultimo raccolto ciò ha compromesso la capacità delle cooperative di mantenere delle scorte di caffè da immettere nel mercato. Ed è molto probabile che, ora, nel caso del Messico e soprattutto del Chiapas, dopo le grandi piogge e la distruzione di quasi il 40% del prossimo raccolto, la produzione diminuirà di molto e le difficoltà aumenteranno.

### **Nel mondo del sentire comune**

Possiamo individuare tre grandi attori-settori principali che agiscono nel mercato mondiale del caffè. Esistono i produttori che vendono il *pergamino* nel mercato locale, il prodotto ottenuto dal raccolto e dai processi di essiccazione e sbucciatura. Vi sono poi le grandi compagnie transnazionali, che commercializzano il caffè e che

tendono ad agire in una situazione di monopolio (4 imprese controllano circa il 40% del mercato mondiale). Il terzo attore è quello agro-industriale legato alla torrefazione, anche in questo caso con un elevato grado di monopolizzazione. Spesso chi opera nel settore della commercializzazione opera anche in quello agro-industriale, come nei casi maggiormente conosciuti della Nestlé e della General Food.

La forte monopolizzazione dei processi internazionali del caffè è una delle ragioni che favorisce le manovre speculative in borsa. Inoltre, il modello operativo di questa catena internazionale ha fatto sì che le scorte di caffè siano depositate oggi nei paesi consumatori e non in quelli produttori, permettendo ai primi di controllare il prezzo del caffè. E tutto questo sulla pelle dei lavoratori rurali e dei piccoli produttori.

Contro queste logiche speculative negli ultimi anni si sono sviluppate esperienze di autorganizzazione, per dare autonomia ai produttori: si tratta di esperienze che vengono da lontano ma che, dal 1989, si sono intensificate ed estese. Sono esperienze che implicano una stretta relazione tra produttori e consumatori, nelle quali i consumatori sono anche disposti a pagare un pò di denaro in più per il prodotto finito, perché sono convinti che questo denaro può arrivare direttamente ai piccoli produttori e non rimangono nelle mani di pochi speculatori. Sono anche esperienze che favoriscono e premiano la produzione di

caffè organico, che richiede molta più manodopera per la coltivazione rispetto ai tradizionali processi agro-chimici: sono richiesti molti più lavori colturali, per la fertilizzazione naturale, la cura e la pulizia delle piante, ecc. Ma è una produzione e un consumo che, oltre agli aspetti della solidarietà e della preservazione ambientale, guardano anche alla produzione di un caffè di qualità.

Una delle espressioni più riuscite di questo processo è quella che si è costruita nella produzione del caffè delle comunità zapatiste. Si tratta di un sistema di produrre e di consumare che non solamente sostiene singoli produttori individuali o una determinata cooperativa, ma che appoggia l'intero processo di resistenza e di ribellione in Chiapas. Producendo un caffè di qualità, compatibile con l'ambiente e che rafforza le relazioni di cooperazione e solidarietà tra chi lo produce e chi lo consuma. Non si può dire che questi aspetti siano sempre il comune denominatore di tutto quello che passa in quello che conosciamo come 'mercato equo e solidale'. Ci sono stati esempi di alcuni circuiti del commercio equo che hanno addirittura cercato degli accordi con la Nestlé affinché la multinazionale inaugurasse una propria linea di prodotti "equi". Anche se ciò aumenterebbe di una piccola quantità il caffè commercializzato per questa via, si sacrificerebbe la costruzione di un concetto di produzione e consumo che si contrappone e critica radicalmente il mercato dei grandi monopoli.

Ci sono poi altri esempi, come quello della Colombia che è il secondo produttore mondiale di caffè dopo il Brasile. In Colombia esiste una lunga esperienza di produzione di caffè di qualità e, insieme, di commercializzazione 'diffusa'. La Federazione dei *Cafeteros* colombiana ha permesso la creazione di un sistema per cui i prezzi pagati ai piccoli produttori siano ancorati e indicizzati alle spese di produzione. La Federazione promuove il caffè nel mondo con un'unica marca, indipendentemente da chi sia il produttore. È un sistema che permette di sommare gli sforzi di commercializzazione di molti produttori.

Il Messico è invece il luogo dove più è estesa la produzione di caffè organico nel mondo. La prima organizzazione, pioniera in questa esperienza, fu costituita da piccoli produttori dello stato di Oaxaca, che si organizzarono nell'organizzazione *Uciri*, che significa Unione delle Comunità indigene della regione dell'Itsma. Questa esperienza si estese al Chiapas, con la marca di caffè 'Mam' e successivamente si diffuse un po' in tutto il paese. Insieme al metodo di coltivazione organica del caffè si svilupparono, per lo meno dal 1978, esperienze e organizzazioni di produttori indipendenti di caffè, con l'obiettivo di creare una autonomia economica dei singoli produttori e di destinare le eccedenze ricavate dalla vendita ad un uso comunitario. Con la rottura delle clausole internazionali dell'OIC avvenuta nel 1989 e l'instabilità che colpì il mercato mondiale del caffè negli anni '90, queste esperienze

si trovarono improvvisamente in grandi difficoltà. La crisi fu simultaneamente uno stimolo all'organizzazione dei piccoli produttori ma nello stesso tempo un ostacolo per la loro sopravvivenza.

Una delle ultime espressioni di un processo di organizzazione autonoma dei piccoli produttori è proprio ciò che è successo negli ultimi anni in Chiapas, con le cooperative che si sono organizzate a San Juan de la Libertad e a Morella. Si tratta di esperienze dove produttori e consumatori, nel mondo, hanno creato un vincolo molto stretto sulla base di un sentire e di un agire politico comune, con un caffè di qualità! Lo ribadisco perché esperienze precedenti, come per esempio quella del caffè commercializzato per sostenere la rivoluzione sandinista in Nicaragua, non erano accompagnate da una eccellente qualità del prodotto, come possono testimoniare lo stomaco di molte persone solidali e cooperanti di quell'epoca ...

### **Il caffè è femmina**

Il mercato mondiale del caffè continua ad essere caratterizzato per l'incertezza e produce sempre nuove forme di precarietà. Se in passato essere produttori di caffè, pur nella povertà, significava comunque avere una piccola entrata e una qualche forma di stabilità, oggi non esiste nemmeno questo. A partire dagli anni '90 l'emigrazione è cresciuta esponenzialmente, le zone di produzione di caffè si sono convertite in zone di espulsione di manodopera. In Messico e in tutta l'America centrale continuano i flussi

migratori, soprattutto verso gli Stati Uniti. Rispetto però ad altre fasi storiche di emigrazione, durante le quali chi partiva poteva continuare a contare su reti di solidarietà e di appoggio tra compaesani, queste sono migrazioni che non possono contare su tali reti, esposte a pericoli e a patimenti maggiori. Queste emigrazioni hanno anche provocato un processo di femminilizzazione del lavoro rurale, in particolare sono le donne rimaste nelle comunità a dedicarsi alla raccolta del caffè. Dietro alla tazza di caffè che beviamo ogni giorno, non c'è solo sangue, sudore e lacrime, ma anche un aroma che profuma di donna.

