



Siamo sempre più sensibili all'impegno delle aziende per l'ambiente e la crescita economica nei Paesi produttori. Così sta cambiando in meglio il mercato di una delle bevande più diffuse e amate al mondo

Consumi Prendiamoci un caffè etico

GIULIANO ALUFFI

Il caffè, quella bevanda eccitante che ogni giorno arriva in due miliardi di tazzine nel mondo, e che permette di vivere a 25 milioni di famiglie di coltivatori nelle regioni tropicali, oggi rende i consumatori ancora più svegli e desiderosi di conoscere l'impatto economico e ambientale dei marchi che vedono sugli scaffali. «La pressione dal basso funziona: i consumatori sono sempre più disposti a premiare o penalizzare, con gli acquisti, le aziende a seconda del loro impegno etico. E per i coltivatori di caffè nei Paesi poveri questa è diventata una leva utile a risalire la catena del valore nella filiera», spiega l'economista Leonardo Becchetti, docente di Economia politica all'Università di Tor Vergata. «Nell'ambito di uno studio che stiamo per pubblicare, abbiamo esposto nei grandi supermercati del Nord Italia un cartello con la classifica stilata da Oxfam per l'iniziativa "Scopri il marchio" (www.behindthebrands.org/it-it). Le principali aziende alimentari sono state valutate sotto aspetti chiave della loro filiera: l'u-

so della terra, il rispetto dell'uguaglianza di genere di chi lavora, aiuti economici ai piccoli produttori come un salario minimo, diritti dei braccianti agricoli, riduzione delle emissioni, consumo idrico nella filiera. Abbiamo riscontrato che i consumatori sensibili votano "con il portafoglio" per le aziende più responsabili». E ciò crea un circolo virtuoso: «Le aziende hanno capito che la sostenibilità ha tre vantaggi: attira i consumatori, fidelizza i coltivatori e riduce i conflitti con gli stakeholder, visto che oggi anche i fondi di investimento fanno pressione etica sulle aziende. È una competizione, per una volta, "al rialzo" su sostenibilità, diritti dei lavoratori e trasparenza», dice Becchetti.

Certo, i coltivatori restano stretti tra due grandi problemi: «La grande volatilità dei prezzi alla produzione, che risale alla liberalizzazione del settore a fine anni Ottanta e risente delle mutevoli condizioni del mercato e dei raccolti, e il fatto che ciò che mettono in vendita è una materia prima e quindi ha poche difese fisiologiche alle intemperie del mercato». Questo perché le attività a maggior valore aggiunto, come il tostaggio, per lo più sono gestite direttamente dai colossi del caffè dopo l'acquisto dei chicchi dai



produttori. «Imponendo dazi a scalare, più bassi sul chicco crudo e più alti su quello tostato, i Paesi ricchi riescono a catturare una maggior fetta della catena del valore», osserva Becchetti. Oggi, secondo dati della Fao, meno del 30 per cento dei ricavi generati dalle vendite del caffè nel mondo rimangono nei Paesi produttori, e ai piccoli coltivatori non arriva più del 10 per cento del prezzo sui nostri scaffali. Per di più la volatilità intacca solo i prezzi di produzione, non di consumo: grazie ai loro investimenti pubblicitari, infatti, i grandi marchi riescono a difendersi dalle guerre di prezzi. L'esempio migliore è il triennio 1999-2001, nel quale i prezzi alla produzione si dimezzarono e quelli al consumo persero solo il 4 per cento. Questo non significa che i coltivatori debbano rassegnarsi: «Per risalire la catena del valore possono certificarsi come produttori di caffè bio, organico ed equo. E organizzarsi in cooperative e consorzi, acquisendo più potere contrattuale e maggiori possibilità di autofinanziare l'acquisto di mezzi utili alla tostatura o anche alla realizzazione del prodotto finale». Anche perché puntare solo sulla quantità porta a impoverire il suolo e la biodiversità: la cosiddetta coltivazione del caffè "al sole", ossia in piantagioni, consente un maggior raccolto rispetto alla coltivazione all'ombra delle foreste (più naturale per il caffè e meno avida di pesticidi) ma spinge appunto alla deforestazione. Soprattutto nel Sud America, ma non solo. L'Iisd (Istituto internazionale per lo sviluppo sostenibile) stima che oltre l'80 per cento dei quasi 12 milioni di ettari dedicati alla produzione di caffè nel mondo si trovino in foreste pluviali o che - purtroppo - le abbiano rimpiazzate. E per di più il caffè oggi è piantato in ben 13 dei 25 "hotspot"

di biodiversità del Pianeta. Forse non per moltissimo tempo ancora, perché alla fine il cambiamento climatico riscuoterà un dazio pesante. Modelli ambientali degli esperti dei Royal Botanic Gardens di Londra mostrano come nei prossimi sessant'anni calerà tra l'85 e il 99 per cento la produzione della qualità Arabica (che oggi tiene il 70 per cento del mercato, mentre la Robusta il 30), proprio in quell'Etiopia che ne è stata la madre nel secolo IX. E finito il caffè, per milioni di coltivatori verrà l'amaro.

Secondo la Fao ai contadini delle aree di produzione oggi non arriva più del 10 per cento del prezzo sui nostri scaffali



Buoni incentivi ai coltivatori

Il progetto Nespresso AAA è basato su tre pilastri: qualità, sostenibilità e produttività. L'obiettivo della multinazionale è stabilire relazioni di lungo periodo con i produttori locali, aiutandoli non solo ad adottare pratiche di agricoltura sostenibile, ma anche a migliorare la qualità e la produttività attraverso interventi nel campo della formazione, dell'assistenza tecnica e degli investimenti diretti. Insomma, iniziative che vanno al di là del solo ambito del business. Nespresso riconosce ai produttori AAA un prezzo del caffè superiore del 30-40 per cento rispetto ai valori di mercato, consentendo loro di mettersi al riparo dalla volatilità del settore e della produttività. (I.d.o.)





PROCESSI NATURALI

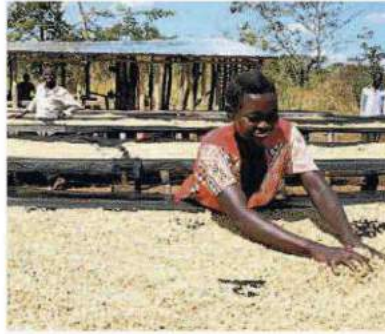
L'asciugatura al sole dei chicchi di caffè in un'azienda in Costa Rica: il processo naturale assicura al prodotto la qualità più alta.

A sinistra, una raccogliitrice in Zambia. L'Istituto internazionale per lo sviluppo sostenibile stima che oltre l'80 per cento dei quasi 12 milioni di ettari dedicati alla produzione di caffè nel mondo si trovino in foreste pluviali oppure che le abbiano rimpiazzate



Piano pensioni in Colombia

Nel 2014 Nespresso ha siglato un accordo con il ministero del Lavoro della Colombia e con la cooperativa dei coltivatori di caffè di Aguadas, Expocafé e Fairtrade International per offrire un fondo pensionistico ai produttori che partecipano al Programma AAA Sustainable Quality. Un intervento che va a sostegno dei lavoratori con un reddito insufficiente a versare contributi per la pensione di anzianità. A maggio dello scorso anno la multinazionale del caffè ha effettuato il primo pagamento, distribuendo 140mila dollari a circa 850 coltivatori di Caldas (circa 150 dollari a testa). Gli agricoltori che fanno parte del piano pensionistico quest'anno riceveranno dal governo una micro-assicurazione per la copertura dei rischi di morte e infortuni. (l.d.o.)



Etiopia e Kenya aiuti per sei anni

In Etiopia e in Kenya le azioni messe in campo da Nespresso puntano in primo luogo a contrastare la povertà, con un investimento di 10 milioni di dollari in sei anni. L'azienda ha deciso di aiutare 300 impianti di macinazione a umido, che acquistano caffè da circa 200mila coltivatori, ad adottare procedure migliori per incrementare i volumi e la qualità del caffè verde. Con ricadute positive sul reddito dei coltivatori. Nespresso sta anche lavorando a programmi di formazione in agronomia per aiutare i lavoratori ad aumentare raccolti e qualità con metodi più sostenibili che, allo stesso tempo, ne accrescono il reddito. Oltre a ciò, sta coinvolgendo le aziende di export nella realizzazione di una catena di approvvigionamento efficiente e tracciabile. (l.d.o.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Capsule: riciclo, riuso e sostegno

In Italia Nespresso ha avviato cinque anni fa un progetto per la raccolta e il riciclo delle capsule di caffè esauste: attualmente è disponibile in 50 città con 88 corner dedicati. Dal suo avvio ha consentito di recuperare 1.593 tonnellate di capsule, di cui 317 nei primi nove mesi di quest'anno, il 3 per cento in più rispetto allo stesso periodo del 2015. Una volta raccolto, il prodotto giunto a fine vita viene gestito in maniera differente rispetto agli altri rifiuti. Il caffè entra nel ciclo del compostaggio 100 per cento biologico e utilizzato come fertilizzante nella risaia Cusaro, in provincia di Pavia. Il riso prodotto grazie a questo concime naturale viene riacquistato da Nespresso e donato alla fondazione Banco Alimentare. (l.d.o.)

