

Documento di sintesi: sostenibilità e caffè

Effetti positivi della coltivazione e del commercio di caffè

Rispetto alle numerose alternative, gli effetti della coltivazione e del commercio del caffè vengono valutati, dal punto di vista ecologico e sociale, in maniera **fondamentalmente positiva** dall'Organizzazione Internazionale del Caffè ICO.

Tuttavia la catena internazionale di valore abbraccia anche Paesi in via di sviluppo e Paesi emergenti nei quali esistono **problemi** come il lavoro minorile, infrastrutture statali non funzionanti o malfunzionanti oppure regolamentazioni lacunose a tutela del lavoro e dell'ambiente.

Negli stati industrializzati occidentali negli ultimi anni è cresciuto l'**interesse per le condizioni di coltivazione** del caffè. Molti consumatori oggi fanno una spesa consapevole e prestano particolare attenzione agli aspetti della sostenibilità.

Le tre dimensioni della sostenibilità

In linea generale la sostenibilità presenta una dimensione economica, una dimensione sociale e una dimensione ecologica:

- **Sostenibilità economica del caffè**

Circa il 70 % del caffè coltivato in tutto il mondo viene prodotto da circa 25 milioni di **piccoli agricoltori**. Questi hanno interesse a che il mercato rimanga stabile. Il prezzo che l'agricoltore ottiene per il suo caffè deve corrispondere equamente alla quota in termini di prestazioni della catena di valore, in ogni caso comunque deve consentire all'agricoltore un'esistenza dignitosa. Dal punto di vista degli **acquirenti e dei consumatori** la priorità è la disponibilità di quantità sufficienti così come la qualità elevata e costante del caffè. Per loro anche la stabilità dei prezzi ha un ruolo importante.

- **Sostenibilità sociale del caffè**

Nelle aree di coltivazione il caffè crea innumerevoli **posti di lavoro** e contribuisce al mantenimento delle **strutture comuni** nelle zone rurali. Le condizioni sociali delle zone di coltivazione però presentano considerevoli **differenze a seconda dei Paesi**.

Per quanto attiene alle **condizioni di lavoro** per le persone occupate nella coltivazione del caffè, dal punto di vista della sostenibilità si tratta per esempio del rispetto delle norme dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro ILO oppure della tutela della salute delle persone nell'utilizzo di sostanze come ad esempio i pesticidi, nelle aree in cui questi vengono utilizzati.

Una sfida particolare è rappresentata dal **lavoro minorile**. Fondamentalmente non rappresenta un problema se i bambini aiutano la famiglia lavorando, può risultare normale anche da noi. Di sostanziale importanza è però che i bambini possano andare a scuola, abbiano tempo libero a

sufficienza, non si affatichino troppo e non corrano dei pericoli. Direttive chiare che devono essere messe in pratica sono:

- le **Convenzioni dell'ONU** sui diritti dei minori e
- le **Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)**, in particolare:
 - la **Convenzione ILO 138** (Accordo sull'età minima di ammissione al lavoro) e
 - la **Convenzione ILO 182** (Divieto e misure per l'eliminazione delle forme peggiori del lavoro minorile).

• **Sostenibilità ecologica del caffè**

Essendo un arbusto sempreverde, la pianta del caffè contribuisce ad **abbattere la CO₂**. Allo stesso modo concorre a **stabilizzare i terreni**. Le piante di caffè, come vuole la tradizione, crescono all'ombra di grandi alberi. In questo modo si mantiene lo spazio vitale naturale. Nel contempo è possibile conservare delle **biodiversità** nell'ambito delle coltivazioni di caffè.

Tuttavia ci sono anche degli **effetti negativi** la cui entità dipende dal **luogo** e dalla **tipologia della coltivazione di caffè** così come dalle **qualità coltivate**. Gli effetti più dannosi si evidenziano in particolare con la coltivazione del caffè in presenza di monoculture. Con questo tipo di coltivazioni non tradizionali aumenta tendenzialmente la necessità di impiegare pesticidi e irrigazione. Per il caffè la parte del leone la fanno comunque i piccoli agricoltori che lavorano in modo tradizionale. Parimenti anche la **tipologia della lavorazione** influisce sull'entità degli effetti ecologici. Così con il metodo, utilizzato in alcune regioni, di "lavorazione bagnata" (nel quale la polpa dei frutti immersi in taniche colme d'acqua si distacca dopo un processo di fermentazione) possono verificarsi casi di inquinamento delle acque.

Promozione della sostenibilità del caffè

La Svizzera in qualità di Membro dell'Accordo Internazionale sul Caffè

La Svizzera si annovera tra i firmatari dell'Accordo Internazionale sul Caffè. Tale accordo costituisce il presupposto per le attività **dell'Organizzazione Internazionale del Caffè (International Coffee Organization, ICO)**. Questa organizzazione è un forum per le consultazioni internazionali, per la promozione del commercio e per una economia del caffè sostenibile a favore di tutti gli stakeholder, in particolare dei piccoli agricoltori delle zone di coltivazione. In questo modo l'Accordo rappresenta anche uno strumento per la collaborazione allo sviluppo.

Un obiettivo importante dell'Accordo Internazionale sul Caffè è lo sviluppo da parte degli Stati membri di un **settore del caffè sostenibile** dal punto di vista economico, sociale ed ecologico:

• **attività dell'ICO in ambito economico**

L'ICO promuove gli sforzi atti al miglioramento della qualità del caffè con lo sviluppo di progetti che perseguono il miglioramento nei settori della **coltivazione**, della **cura**, della **lavorazione**, dello **stoccaggio**, del **trasporto** e del **marketing**. L'ICO promuove anche gli sforzi atti al rafforzamento delle potenzialità regionali nell'ambito della certificazione e del controllo.

- **attività dell'ICO in ambito sociale**

In ambito sociale l'ICO è particolarmente attiva con iniziative di **Capacity Building**. Tra di queste si annovera la costruzione duratura di conoscenze, competenze, strutture e sistemi nelle zone di coltivazione. L'ICO mira inoltre a consentire un migliore accesso ai meccanismi di **finanziamento** e **gestione del rischio** al fine di ridurre la vulnerabilità dei piccoli coltivatori dovuta alle oscillazioni di reddito. Un altro ambito di attività è la **parità di diritti** per le donne.

- **attività dell'ICO in ambito ecologico**

Con l'obiettivo di ridurre il consumo idrico e di evitare l'inquinamento delle acque, l'ICO sostiene, nell'ambito di progetti pilota, agricoltori in Africa e in America latina nell'utilizzo di **tecnologie più rispettose dell'ambiente**.

Attività multistakeholder

- **"4C-Association"**

La Common Code for the Coffee Community Association ("4C-Association") (<http://www.4c-coffeeassociation.org>) è una piattaforma che riunisce i diversi stakeholder del settore del caffè per affrontare i temi della sostenibilità ad un livello pre-competitivo. Questa associazione globale, della quale fanno parte anche diverse aziende Procafé, persegue il miglioramento delle condizioni economiche, sociali ed ecologiche per i soggetti per i quali la coltivazione del caffè rappresenta la base dei mezzi per la propria sussistenza. I membri si impegnano a rispettare il cosiddetto **"Common Code for the Coffee Community"**. Questo codice comprende 27 principi fondamentali per la sostenibilità in ambito economico, sociale ed ecologico e indica 10 pratiche giudicate non accettabili.

L'organizzazione conta oltre 320 membri provenienti dai seguenti settori:

- Organizzazioni dei coltivatori di caffè
- Wholesale / commercio all'ingrosso (importatori, esportatori)
- Industria (addetti alla torrefazione, alla trasformazione, alla lavorazione ecc.)
- Retail / commercio al dettaglio
- Organizzazioni non governative (ONG)

- **Sustainable Coffee Program della IDH**

Il Sustainable Coffee Program (www.sustainablecoffeeprogram.com), gestito dalla Sustainable Trade Initiative IDH, è una **Public-Private Initiative** globale a livello pre-competitivo (ovvero non concorrenziale), che comprende partner provenienti dal mondo del commercio e dell'industria, dagli ambienti governativi, dalle ONG e dalle organizzazioni per la standardizzazione attive nel settore del caffè. L'obiettivo è quello di accelerare la produzione di caffè sostenibile, di unire gli sforzi dei differenti attori e di migliorare la collaborazione con i governi locali. Il programma viene sostenuto, tra gli altri, dal **Segretariato di Stato dell'economia SECO**.

- **Progetti e iniziative delle aziende**

La maggior parte delle aziende attive a livello multinazionale, accanto alle attività interaziendali, ha lanciato anche **programmi propri** per la promozione della sostenibilità. I più completi tra questi programmi attuano la **sostenibilità che risulta parte integrante della strategia aziendale** con misure che applicano lungo tutta la catena di valore: dalla collaborazione con i coltiva-

tori di caffè passando per l'ottimizzazione del trasporto del caffè per finire con lo smaltimento dei rifiuti.

Standard internazionali, codici di settore o anche direttive d'acquisto comuni all'interno del gruppo aziendale sono strumenti scelti inoltre da numerose aziende per il mantenimento di elevati standard sociali ed ecologici in tutta la loro catena di valore.

Le effettive **possibilità** dell'azienda **di influire** sulla catena di approvvigionamento risultano inoltre differenti e dipendono soprattutto dalla struttura e dalla complessità della catena di approvvigionamento così come dal posizionamento sul mercato dell'azienda stessa.

Diverse aziende hanno adottato la sostenibilità fino a farne un elemento fisso nella loro catena di valore, ma **rinunciano ad adottare etichette di sostenibilità** di organizzazioni di certificazione esterne. Altre aziende collaborano con **organizzazioni esterne**. Un elenco di queste organizzazioni esterne si trova sul sito di Procafé (Su di noi>Links>Organizzazioni).

Etichette per la sostenibilità

Le etichette sociali ed ecologiche informano i consumatori del fatto che un prodotto è stato realizzato nel rispetto di determinati criteri ecologici, economici e sociali. Le etichette facilitano ai consumatori la **scelta** e ai fornitori la **comunicazione** della sostenibilità sul mercato.

Le etichette più importanti nel settore del caffè

Nell'economia del caffè (senza pretesa di completezza) si sono diffuse le seguenti etichette per la sostenibilità:

Programma 4C – Common Code for the Coffee Community



La 4C Association è stata fondata nel 2003 come Common Code for the Coffee Community (Codice di condotta per la comunità del caffè) dalla società tedesca per la collaborazione internazionale Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) e l'associazione tedesca del caffè Deutscher Kaffeeverband (DKV) insieme a rappresentanti del settore del caffè provenienti dai Paesi produttori e consumatori nonché dalla società civile.

La 4C Association, autonoma dal 2006, è la piattaforma multistakeholder leader per il caffè sostenibile. L'obiettivo è quello di strutturare ad ampio raggio l'intero settore in maniera più sostenibile, coinvolgendo tutti gli attori rilevanti ad un livello pre-competitivo. Come primo passo verso un costante miglioramento nella direzione della sostenibilità, la 4C Association offre uno standard di base riconosciuto, collabora con altre organizzazioni di normazione e iniziative nel settore. Inoltre comunica tramite esse, occupandosi attivamente anche di ulteriori aspetti rilevanti in materia di sostenibilità.

La 4C Association lavora con un sistema di controllo indipendente. In questo contesto si verifica se le unità produttive (4C Unit) si attengono al codice di condotta 4C e se dispongono di strutture adeguate per un costante processo di miglioramento. Siccome ciò non corrisponde ad una certificazione del prodotto, sulle confezioni degli associati 4C non vengono apposte etichette o applicati loghi. Invece, sulla base di un cosiddetto "membership statement", vale a dire una dichiarazione di adesione, può essere indicata sulla confezione l'adesione della relativa azienda.

www.4c-coffeeassociation.org

Fairtrade Max Havelaar



L'organizzazione non profit è stata fondata nel 1992 dalle opere di soccorso svizzere Brot für alle (Pane per tutti), Caritas, Sacrificio quaresimale, HEKS, Helvetas e Swissaid. I caffè dotati del marchio di qualità Fairtrade Max Havelaar vengono coltivati e commercializzati in base alle norme internazionali di Fairtrade International (FLO). Il rispetto di queste norme viene controllato regolarmente dall'organizzazione indipendente FLO-Cert. Fairtrade migliora le condizioni di vita e di lavoro di piccoli contadini, delle loro famiglie e dei lavoratori agricoli. Fairtrade, con l'ausilio di mezzi finanziari, promuove modalità di lavoro professionali nella coltivazione del caffè e nelle strutture organizzative democratiche. Il caffè di Fairtrade proviene da complessivamente 30 Paesi dell'America latina, dell'Africa e dell'Asia. Il prezzo minimo Fairtrade e il premio Fairtrade danno ai contadini una sicurezza economica e i mezzi finanziari per investire nella produzione del caffè e in progetti comunitari. La coltivazione sostenibile conforme agli standard ecologici di Fairtrade garantisce un utilizzo rispettoso delle risorse e quindi la base per un'esistenza a lungo termine dei contadini. L'efficacia di Fairtrade è dimostrata da numerosi studi indipendenti.

www.maxhavelaar.ch



Rainforest Alliance

La Rainforest Alliance è un'organizzazione internazionale non profit, ovvero senza scopo di lucro. È stata fondata nel 1987 e ha sede a New York. I coltivatori che producono caffè in modo sostenibile conformemente agli standard SAN della rete di agricoltura sostenibile (Sustainable Agriculture Network) possono ottenere la certificazione che si basa sulle tre colonne della sostenibilità: salvaguardia dell'ambiente, giustizia sociale e redditività. Uno degli obiettivi di questa certificazione è quello di proteggere l'habitat degli animali selvatici e mantenere le risorse naturali nelle piantagioni di caffè. Oltre alla protezione dei boschi, delle acque, dei terreni e degli animali selvatici, la certificazione viene conferita soltanto a quelle piantagioni che garantiscono un pagamento equo dei coltivatori di caffè. Inoltre i lavoratori delle piantagioni ricevono anche un'attrezzatura da lavoro e hanno accesso all'istruzione e alla previdenza sanitaria. Dal 1992 sono già state certificate diverse centinaia di migliaia di ettari di piantagioni in oltre due dozzine di Paesi. Il caffè proveniente da coltivazione sostenibile è riconoscibile grazie al marchio Rainforest Alliance Certified™ con la rana verde. Oltre due milioni di coltivatori di caffè beneficiano della certificazione Rainforest Alliance.

www.rainforest-alliance.org



UTZ Certified

UTZ Certified è un programma nonché un marchio di qualità per la coltivazione sostenibile. Il nome "UTZ" deriva dall'espressione "Utz Kapeh" che nella lingua maya Quiché significa "buon caffè". UTZ Certified aiuta i contadini, i lavoratori e le loro famiglie a raggiungere i loro obiettivi e fornisce nel contempo un contributo alla salvaguardia delle nostre risorse naturali, per il presente e per il futuro. La missione di UTZ Certified è creare un mondo nel quale la coltivazione sostenibile sia la regola, nel quale i contadini mettano in atto buone pratiche agrarie e gestiscano con profitto le loro aziende agricole rispettando l'uomo e l'ambiente, nel quale l'industria investa in una produzione sostenibile e la ricompensi e nel quale i consumatori possano gustare i prodotti a loro famigliari con la coscienza pulita.

UTZ Certified collabora con i produttori leader di articoli di marca che smerciano caffè certificato UTZ. Inoltre UTZ Certified ha sviluppato un severo codice di condotta specifico sul prodotto nel quale sono stabiliti i criteri di certificazione. I chicchi di caffè e le altre materie prime certificate UTZ percorrono un lungo viaggio che li conduce dai campi agli scaffali dei negozi. UTZ Certified crea trasparenza lungo questa catena di fornitura. Sul sito web di UTZ Certified si trovano i contadini che possono coltivare le materie prime per i prodotti dotati del marchio UTZ Certified.

www.utzcertified.org

Relativizzare l'impiego delle etichette di certificazione

L'utilità delle etichette di certificazione unitamente ad altre misure è riconosciuta. Tuttavia alcune posizioni sono più critiche:

- L'organizzazione degli agricoltori in strutture consorziali (per es. in cooperative) è una premessa per la certificazione. Secondo le stime sono però **solo circa il 10 - 25 % dei piccoli agricoltori di caffè** a essere organizzati in gruppi di produttori. In questo modo la certificazione raggiunge soprattutto il numero relativamente piccolo di "low hanging fruits", mentre esclude i restanti coltivatori di caffè.
- A volte si constata anche una **mancaanza di trasparenza**, per esempio in termini di efficacia e di utilità della certificazione. Si osserva del potenziale di miglioramento, tra gli altri confrontando i modelli di certificazione e le iniziative per la sostenibilità delle aziende senza certificazione.
- **"Leakage effect" (effetto perdita)**: una parte del caffè certificato in origine viene venduto dai coltivatori anche come merce non certificata. Si suppone che solo circa la metà del caffè, che viene prodotto conformemente alle direttive per la certificazione, venga anche venduto come caffè certificato. In particolare, eventuali difficoltà di liquidità possono indurre i coltivatori di caffè a vendere il caffè certificato attraverso i **canali convenzionali**. Un'ulteriore fonte della cosiddetta "leakage" è rappresentata dalle **certificazioni multiple**. In questo caso il desiderio di ridurre la propria dipendenza da un singolo acquirente può indurre i coltivatori di caffè a vendere il caffè attraverso canali certificati diversi. In conseguenza di questi effetti "leakage" i coltivatori perdono (nel caso della vendita attraverso i canali convenzionali) i loro premi, nonostante abbiano già investito nelle pratiche di agricoltura sostenibile così come nelle necessarie procedure amministrative e di audit, oppure ricadono su di loro (nel caso delle certificazioni multiple) inutili spese multiple.

La posizione di Procafé

L'economia svizzera del caffè è interessata a qualità di caffè prodotte in modo sostenibile. Accoglie con favore quindi **tutte le misure** atte a sostenere le strutture dei piccoli agricoltori e delle cooperative presenti nelle aree di produzione. In particolare ritiene che gli sforzi compiuti per favorire l'istruzione e la formazione professionale rappresentino delle misure importanti al fine di combattere la povertà e le condizioni di lavoro illegali.

La sostenibilità è un tema che attiene all'intera catena di valore, cominciando da chi pianta il caffè passando per i commercianti per finire con i consumatori. Accanto alle **cooperazioni** con le organizzazioni che promuovono la vendita di caffè prodotto in maniera sostenibile, rinomati attori dell'economia svizzera del caffè sostengono quindi l'adozione di misure a garanzia della sostenibilità lungo tutta la **catena di valore**. A tutto ciò si aggiungono le **iniziative particolari** adottate delle singole aziende al fine di aumentare la sostenibilità.

Per l'approvvigionamento di caffè crudo, le società che fanno parte di Procafé si concentrano su **fonti** che conoscono e le cui condizioni di produzione corrispondono per quanto possibile alle aspettative di sostenibilità dei consumatori.

Le **etichette per la sostenibilità** vengono utilizzate come alternativa facile da ricordare rispetto alle iniziative, ai progetti e alle attività che risultano efficaci senza etichette. In accordo con altri strumenti possono avere un effetto positivo. Focalizzarsi unicamente sulle etichette però non sarebbe sufficiente.

La molteplicità dei gruppi di interesse, delle misure e degli approcci nell'ambito della sostenibilità rappresenta la **complessità** delle sfide in campo. Le misure volte a rafforzare la sostenibilità in ambito economico, sociale ed ecologico necessitano quindi di procedure differenziate che prendano in considerazione tutti i gruppi di interesse rilevanti a livello statale e privato. In ogni caso i membri di Procafé si impegnano a perseguire sempre **costanti miglioramenti** nella fornitura sostenibile di caffè.