



I Conferenza Mondiale sul Caffè

“17-19 maggio 2001, Londra, Regno Unito”

A.- ARRIVO giovedì 17 maggio 2001

A.01

La crisi mondiale del caffè

Mr. Jorge Cardenas Gutierrez,
Presidente Conferenza Mondiale del Caffè,
Direttore Generale della Federazione Nazionale di
Produttori di Caffè di Colombia

Discorso d'apertura della Conferenza

Londra, 17 maggio 2001



La maggioranza della popolazione del mondo dipende per il proprio lavoro e benessere della produzione ed esportazione di beni, cioè prodotti che non hanno avuto processi industriali. Per cui è ragionevole pensare che il consolidamento di questi settori è vitale per lo sviluppo economico e sociale dei paesi produttori. I dirigenti mondiali che si sono riuniti nel Vertice del Millennio organizzato dalle Nazioni Unite si è impegnata ad adottare misure per ridurre la povertà mondiale del 50% per l'anno 2015. E' ovvio che questo scopo non può essere raggiunto senza l'applicazioni de politiche adatte a regolare la crescita di questo settore di beni, di cui il caffè è uno dei più significativi.

Per molti anni il caffè è stato il bene più importante nel commercio internazionale dopo il petrolio. Il settore del caffè ha avuto una profonda influenza nella struttura politica, economica e sociale di un un gran numero di Paesi ed è nello stesso tempo una delle bibite più popolari nel mondo.

Questa Conferenza forma parte dell'Accordo Internazionale del Caffè del 2001. Lo scopo principale di questo incontro è di considerare le tendenze e le sfide più importanti nell'economia mondiale del caffè con la partecipazione di rappresentanti e dirigenti del settore pubblico, privato e accademico che hanno a che vedere con il caffè. Questo evento non si può considerare di routine: questo è un vertice d'incontro che si ripeterà ogni tre o quattro anni. Vorrei ringraziare ognuno di voi per la vostra presenza a questa primo importante convegno. Contiamo più di 400 partecipanti provenienti da 65 Nazioni.

Stiamo vivendo uno dei momenti più drammatici nella storia del caffè degli ultimi 100 anni. I prezzi all'esportazione costanti in US dollari sono i più bassi mai raggiunti dal 1900 e sono inferiori a quelli del periodo della Grande Depressione del 1930 che erano allora considerati come un disastro totale per i Paesi in via di sviluppo. Il settore del caffè continua a essere vitale per 50 Paesi produttori in Africa, Asia e America Latina come fonte di posti di lavoro, il bilancio dei pagamenti, crescita economica, finanza pubblica,

distribuzione degli introiti e sviluppo regionale. Non è esagerato dire che il settore del caffè è stato un potente motore per lo sviluppo per queste nazioni. Nel caso del Brasile, America Centrale, Messico e Colombia, nazioni di chi conosco bene l'economia, il caffè ha svolto un ruolo importante per la creazione di centri urbani, infrastrutture di trasporto, uso del suolo, posti di lavoro e l'espansione del settore industriale e il sistema finanziario. Più di 20 milioni di famiglie attive nell'agricoltura del caffè lottano per sopravvivere in queste difficili circostanze nei vari continenti e molte di loro sono diventate più povere, costrette a vivere con meno di un dollaro al giorno.

I prezzi al consumatore finale si sono leggermente abbassati ma di una percentuale molto inferiore a quella dei prezzi all'esportazione del crudo. Nel 1980, quando le clausole economiche del International Coffee Agreement (Accordo Internazionale del Caffè) erano attive, il consumatore finale spendeva circa US\$30 miliardi nella voce caffè l'anno; di questo totale, arrivavano ai paesi produttori US\$ 9-10 miliardi l'anno che rappresentavano circa il 30-33 per cento. Le ultime stime (2001?) ci dicono che il consumatore finale paga circa US\$ 55 miliardi l'anno e di questi i paesi produttore ricevono meno di US\$ 8 miliardi, che rappresentano soltanto il 15 per cento. Questo squilibrio tra il comportamento dei prezzi all'esportazione e al dettaglio merita un'analisi approfondita.

Il problema del deterioramento dei prezzi reali all'esportazione diventano ancora più complicati per l'aumento del livello di volatilità dei prezzi. I prezzi internazionali del caffè hanno avuto fluttuazioni di più del 50% negli ultimi anni mentre nei periodi nei quali il mercato era regolato, i prezzi variavano nell'ordine del 10-15% come tendenza a medio termine. Questi altissimi livelli di instabilità dei prezzi producono un effetto molto negativo nel processo di sviluppo, come confermato da una serie di studi fatti dalla Banca Mondiale.

La situazione del settore del caffè è talmente critica che 12 capi di Stato di Paesi Latinoamericani e del Caraibi hanno sottoscritto una dichiarazione sulla crisi inviata a vari dirigenti della comunità internazionale. Siamo invitati a far circolare il testo di questa dichiarazione ai partecipanti a questa conferenza. Vi chiedo di leggere il testo con attenzione e di ricordarlo nelle nostre delibere.

Dal fronte del consumatore, possiamo dire che il caffè continua a rappresentare una delle bibite più consumate al mondo. Più di mille milioni di persone nel mondo sono bevitori abituali di caffè. Questo è una conquista ma rappresenta soltanto il 20% della popolazione mondiale. La nostra più grande sfida sarebbe quella di raggiungere il 35-40 per cento della popolazione del pianeta nei prossimi 10-15 anni. I torrefattori hanno investito somme importanti in prodotti nuovi e nuove tecnologie insieme a nuovi sforzi per raggiungere la popolazione dei giovani. Il leggendario Signor. Bernard Rothfos di Amburgo dichiara che il caffè è "il combustibile intellettuale della civilizzazione" e non possiamo che essere d'accordo. In più il caffè è una bevanda che porta grandi benefici all'organismo umano, cioè, concentrazione mentale superiore, attivazione della memoria e caratteristiche anti depressive come suggerisce la ricerca scientifica, includendo studi da Vanderbilt all'Università di Harvard.

Questo primo Grande Vertice dovrebbe aiutarci a capire la complessa situazione che affronta l'economia del caffè e dovrebbe chiarire l'attuale dinamica e possibile evoluzione. Per raggiungere questo scopo, consideriamo utile fare un'analisi del soggetto da cinque diverse prospettive:

1. Tendenze globali
2. Il caffè come motore di sviluppo
3. Tendenza della produzione e del consumo
4. Il ruolo delle istituzioni
5. L'impatto della scienza e della tecnologia

Lasciatemi di fare un piccolo commento su queste sessioni. Primo, dovremo considerare questioni associate con le tendenze mondiali. La rivoluzione dell'internet e la globalizzazione sono forze potenti che trasformano le attività nel mondo. Abbiamo invitato dei relatori scelti dai più alti livelli ad aiutarci a capire questo fenomeno, che nessun settore può permettersi d'ignorare. Diversi analisti hanno espresso il timore che queste forze possano portare all'emarginazione di un gran numero di Paesi in via di sviluppo. Come evitare uno scenario del genere sarà una delle questioni importanti da valutare. Secondo, considereremo il ruolo avuto dai settori dei beni, e il settore caffè in particolare, come motore di sviluppo in diverse nazioni di Africa, Asia e l'America Latina. La (terza?) sessione riunirà relatori con vasta conoscenza della situazione del settore del caffè nei diversi continenti. A questo farà seguito la considerazione delle maggiori tendenze nella fornitura e la domanda di caffè con la partecipazione di un pannello di relatori molto competenti. La quarta sessione sarà dedicata a una discussione del ruolo cruciale delle istituzioni nella performance del settore caffè. Un qualificato pannello di accademici delle più prestigiose università del mondo sarà con noi durante questa sessione. L'ultima sessione svilupperà il tema del caffè e la salute e la tecnologia disponibile per combattere plaghe e malattie, aumentando la resa dei piccoli produttori e promovendo uno sviluppo sostenibile. Anche in questa sessione i relatori sono dei più qualificati per sviluppare e discutere questo tema.

Inoltre a questi temi, abbiamo invitato il Direttore Generale del Mercato dei Futures di Londra e al Presidente di Starbucks per riferire a noi su due questioni molto importanti: il ruolo dello scambio di beni nella formazione del prezzo e la rivoluzione del specialty coffee. Vorrei chiamare l'attenzione sulla presenza di un numero di importanti dirigenti politici, uomini d'affari e accademici tra cui Sua Eccellenza Gnassingbé Eyadema, Presidente del Togo, il quale parlerà a nome delle nazioni Africane. Vorrei pure esprimere il mio ringraziamento a Sua Eccellenza Marco Antonio de Oliveira Maciel, Vice-Presidente della Repubblica del Brasile, il quale ha gentilmente accettato in nostro invito a fare un discorso nella recezione di domani.

Sono state suggerite diverse maniere di affrontare la crisi; tra cui vorrei menzionare le seguenti: (a) adottando a livello internazionale rigorosi norme di qualità, per evitare che caffè di bassa qualità possa entrare al mercato. (b) Promuovendo e adottando politiche responsabili di produzione per essere sicuri che la comunità internazionale non conceda crediti che possano far aumentare l'area dedicata al caffè (?). (c) Concedendo

finanziamenti per permettere ai produttori di regolare i loro processi di marketing e l'accumulazione di scorte. (d) Aumentando lo sforzo di promozione per far salire il consumo. (e) Dando appoggio allo sforzo di diversificazione nei Paesi produttori per aprire mercati di nazioni a reddito alto; ci auguriamo che il prossimo Ciclo WTO conceda vantaggi speciali alle nazioni in via di sviluppo. (f) Consolidando i programmi per formazione del capitale umano, aumentando l'efficienza produttiva e lo sviluppo sostenibile nei Paesi produttori, con il supporto delle agenzie multilaterali di credito. (g) Aumentando il processo di mento locale in nazioni d'origine attraverso alleanze strategiche con le transnazionali. (h) Dando supporto al mercato dei futures, come suggerito dal Sig. James Wolfensohn, Presidente della Banca Mondiale.

Mi auguro che alcune di queste idee siano discusse durante questa conferenza. Se vogliamo assicurare una fornitura stabile di caffè di alta qualità a prezzi remunerativi per il produttore e prezzi accettabili dal consumatore, la comunità internazionale deve dare supporto a misure di questa natura.

Negli ultimi 20 anni, i Paesi produttori hanno investito molto in tecnologia e produttività. Il settore caffè ha dato istruzione pratica per la formazione di uomini d'affari e cittadini che partecipano in molti campi dell'agricoltura e l'industria. Molte nazioni sono riuscite a raggiungere settori di produzione di caffè moderni ed efficienti che danno condizioni eque e rispetto all'ambiente. Il caffè è stato un motore per lo sviluppo sociale e rurale. La crisi nel settore produce squilibri sociali, spinge la migrazione dal campo alle aree urbane e lo squilibrio politico. La comunità internazionale deve agire per consolidare tutti i collegamenti nella filiera di produzione di caffè, dal produttore al consumatore. L'Accordo Internazionale del Caffè del 2001 concede un meccanismo per una tale azione per cui vorrei sollecitare tutti i governi di completare le procedure prima del 25 settembre 2001 per facilitare la cooperazione della comunità internazionale in questi temi.

https://en.wikipedia.org/wiki/International_Coffee_Agreement

Cosa è l'Accordo Internazionale del Caffè. (ICA)

L'accordo originale è stato sottoscritto nel 1962 con validità di cinque anni, ed allora ci sono stati sei accordi ratificati nel 1968, 1976, 1983, 1994, 2001 e 2007.

Precursore dell'ICA è stato l'Accordo Interamericano del Caffè (IACA) stabilito durante la Seconda Guerra Mondiale. La guerra aveva creato le condizioni per un accordo Latinoamericano del caffè: i mercati europei erano chiusi, il prezzo del caffè scendeva e gli USA temevano che il prezzo al ribasso potesse portare le nazioni Latinoamericane, particolarmente il Brasile verso le simpatie dei Nazisti o dei Comunisti.

Nel 1940, gli USA hanno accettato di restringere la loro quota d'importazione a 15,9 milioni di sacchi, e altre Paesi Latinoamericano decisero a loro volte di ridurre la produzione. L'accordo ebbe un effetto immediato, il prezzo quasi raddoppiò verso la fine del 1941. Dopo la fine della guerra nel 1945 il prezzo del caffè aumentò in forma costante fino al 1955 - 1957 quando si è raggiunto un grado d'equilibrio.

I produttori hanno cercato la maniera di mantenere i prezzi, fatto che portò alla sottoscrizione del primo Accordo Internazionale del Caffè. Si è fissato un prezzo target, insieme con le quote di produzione. Quando il prezzo target fissato dall'OIC cadeva sotto il prezzo target, le quote si riducevano. Se invece cresceva le quote si aumentavano. Nonostante il sistema presentasse i suoi problemi, riuscì ad aumentare e stabilizzare il prezzo. L'Organizzazione Internazionale del Caffè è stata costituita nel 1963 per amministrare le clausole dell'accordo e supervisionare i meccanismi applicati. Fino al 1986 l'Organizzazione Internazionale del Caffè, il corpo decisionale dell'OIC approvava le quote d'esportazione.

Molti di voi avete viaggiato grandi distanze per essere oggi qui con noi. A nome della comunità internazionale del caffè vorrei ringraziare la vostra presenza. Con l'appoggio di tutti voi sono sicuro che la Conferenza raggiungerà i suoi obiettivi. Per concludere desidero ringraziare gli sponsor di questa Conferenza che includono il Gruppo Neumann, Cafes Do -Brasil, Banco Alemán Platina, Tchibo, Nestlé, Fococafé e Café de Colombia. Desidero sottolineare l'efficiente collaborazione di F. O. Licht e dell'OIC nell'organizzazione di questo importante evento.

A.- ARRIVO giovedì 17 maggio 2001

A.02

Discorso d'apertura ai delegati al ricevimento del 17 maggio 2001 dal Direttore generale della Conferenza e Ministro dell'agricoltura la pesca e gli alimenti

Kate Timms (UK)

Vorrei prima di tutto estendere il più caldo benvenuto a tutti i delegate, e porgere le scuse a nome del nostro Ministro dell'Agricoltura, l'Onorevole Nick Brown, MP, impegnato attualmente in campagna elettorale e per questo motivo impossibilitato di partecipare a questo ricevimento.

Nonostante in suo nome, ho l'onore di dare il benvenuto alla Conferenza Mondiale del Caffè a Londra. Londra un centro superiore di comunicazioni, viaggi e del commercio del caffè per le società locali ed straniere, ha oggi il privilegio di ospitare la sede dell'Organizzazione Internazionale del Caffè.

Il Regno Unito ha sempre avuto importanti collegamenti con l'industria del caffè. Infatti, diverse delle nostre maggiori istituzioni finanziarie come la Borsa e la Compagnia d'Assicurazione Lloyds sono state concepite nelle caffetterie dell'XVIII secolo a Londra. La Borsa Internazionale Finanziaria dei Futures e Opzioni (LIFFE) Amministra il molto attivo mercato dei futures del caffè Robusta. Questa è la borsa europea più importante dei futures e opzioni e la terza più grande borsa del suo tipo nel mondo. La maggioranza delle istituzioni finanziarie e di beni sono membri nostri; l'universalità dell'appartenenza facilita la liquidità del mercato, e la sicurezza commerciale offerta è particolarmente importante per gli esportatori di caffè.

Prima lasciatemi dire una parola riguardo la situazione attuale del mercato.

L'attuale mercato globale del caffè ha visto l'offerta superare la domanda e dunque la caduta dei prezzi al prezzo più basso della storia in termini reali.

Siamo coscienti che con i prezzi bassi come quelli attuali avremmo delle conseguenze nell'introiti dei produttori che potrebbe portare a una insufficiente manutenzione del raccolto e successivamente insufficiente qualità del caffè, con risultati negativi per l'industria e la fiducia del consumatore. Ci auguriamo di poter prevedere un consolidamento del mercato, se non altro per il ruolo vitale che il caffè rappresenta nelle economie di molte nazioni invia di sviluppo.

L'importanza dell'agricoltura per lo sviluppo è cruciale. L'agricoltura non fornisce soltanto il cibo e le materie prime per i consumatori e l'industria, ma è anche una fonte vitale di lavoro per le comunità rurali. Una quota maggiore di crescita nell'agricoltura è normalmente essenziale per la riduzione della povertà in molte nazioni in via di sviluppo. Beni agricoli primari come il caffè riassumono l'importanza del settore agricolo – è per questo motivo infatti che sono descritti come la spina dorsale di molti Paesi invia di sviluppo. Non sono soltanto una fonte importante di valuta ma contribuiscono in forma significativa alla sussistenza di un grande numero di persone, compreso piccoli produttori in aree rurali. Il Regno Unito s'impegna con forza ad assistere l'integrazione di Paesi invia di sviluppo dentro del sistema multilaterale del commercio. Con questo scopo, diamo appoggio all'iniziativa Everything But Arms (EBA) che aiuta a dare accesso ai Paesi in via di sviluppo ai mercati dell'Unione Europea. Il Regno Unito s'impegna pure a migliorare l'accesso ai mercati dell'Unione Europea delle nazioni in via di sviluppo in senso generale. Ciò incoraggerà la diversificazione con l'obiettivo di migliorare i guadagni dell'esportazione. L'anno scorso, il Regno Unito ha fornito oltre £2,2 miliardi in assistenza allo sviluppo con basi bilaterali o multilaterali e continuiamo a lavorare per fare avvicinarsi all'obiettivo dell'assistenza allo sviluppo delle Nazioni Unite del 0,7% del PIL.

Il Governo del Regno Unito ha intrapreso attività di ricerca e sviluppo nel settore del caffè in 15 nazioni dal 1987, al costo di \$15m. Il lavoro si è concentrato soprattutto nell'amministrazione integrata dei parassiti e analisi di qualità e predizioni. Per cui il nostro impegno di lavorare con i Paesi produttori di caffè per consolidare e sviluppare le loro economie si mantiene forte come sempre.

Secondo, una parola sulla strada avanti per la produzione di caffè

Nonostante il Regno Unito è considerato come un Paese che beve del te, basta vedere il numero di negozi di caffè nella strada commerciale delle città, nelle stazioni ferroviarie e negozi per rendersi conto della drammatica crescita che il consumo di caffè ha sperimentato negli ultimi anni. Molto di questo successo è dovuto ai miliardari investimenti che le società del Regno Unito investono in pubblicità e, via la televisione e il media, l'immagine veramente positiva che il caffè ha con i consumatori. Il negozio del caffè è quello di crescita più veloce nel settore delle bevande calde e rappresenta circa metà del valore totale del mercato britannico delle bevande calde. Pensiamo che la Organizzazione Internazionale del Caffè è una piattaforma unica per trattare questioni importanti riguardo il ruolo che la produzione di caffè ha nella crescita dei guadagni e dunque dello sviluppo economico più in generale. Diamo supporto ai diversi progetti per il miglioramento della qualità del caffè, aree da rehabilitare e sistemi di produzioni sostenibili di caffè. Questi e gli altri progetti del caffè dell'OIC saranno di grande beneficio per l'economia del caffè in senso più ampio.

Diamo supporto al nuovo Accordo Internazionale del Caffè, che comprende un'area nuova come crescita della cooperazione con il settore private, e la promozione di una economia sostenibile del caffè. Tutte queste nuove iniziative saranno un contributo al consolidamento dell'economia mondiale del caffè.

Alla fine qualche conclusioni

Uno degli aspetti essenziali del nuovo Accordo Internazionale del Caffè è la Conferenza Mondiale del Caffè. La Conferenza è una piattaforma unica che permette a tutti i soggetti del settore del caffè di riunirsi e discutere i temi fondamentali che affettano l'industria.

Signore e signori: La Conferenza Mondiale del Caffè ci fa incontrare tutti insieme questa sera. A nome del Governo del Regno Unito, vorrei esprimere la speranza – o piuttosto la predizione fiduciosa – che i risultati di questa conferenza dia benefici duraturi al lavoro nel futuro dell'Accordo Internazionale del Caffè.

A.- ARRIVO giovedì 17 maggio 2001

A.03

Discorso di ED di benvenuto al cocktail d'apertura della Conferenza Mondiale del Caffè

Ho molto piacere nel dare il benvenuto a tanti distinti ospiti e partecipanti alla prima Conferenza Mondiale del Caffè organizzata dalla Organizzazione Internazionale del Caffè.

Siamo felici ed onorati di avere tanti delegati scritti per la conferenza.

Ci sono due ragioni per l'interesse eccezionale di questa conferenza: primo, vorremmo ringraziare il Dr. Jorge Cárdenas per l'enorme prestigio e supporto sincero dato alla conferenza e per aver accettato di esserne il Presidente. Grazie a lui abbiamo alla WCC i più conosciuti e i personaggi più influenti nel mondo del caffè e oltre.

Il Dr. Cárdenas e il Signor Diego Pizano hanno lavorato senza sosta, con immaginazione, intuizione – e abilità diplomatica- nella preparazione di questo programma.

Il mio personale e gli organizzatori della conferenza, la società F.O. Licht hanno avuto molto da fare per questo sono personalmente molto riconoscente a tutti loro. Il secondo motivo è l'opportuno tempismo per la conferenza. C'è un squilibrio tra la domanda e l'offerta e i produttori di caffè soffrono i prezzi all'esportazione per il caffè troppo bassi. Dobbiamo studiare la forma di ottenere maggiore stabilità, per migliorare la qualità e aumentare la domanda.

Sotto i termini dell'Accordo Internazionale del Caffè del 2001, l'OIC potrà rispondere alle idee provenienti da questa conferenza e fare totalmente il proprio ruolo per aiutare la comunità mondiale del caffè.

Grazie a tutti per essere venuti fin qui per partecipare a questo importante evento.

B.- SEDUTA I

B.01

Mr. Don Tapscott,
Manager, docente ed economista canadese

https://it.wikipedia.org/wiki/Don_Tapscott



Buongiorno. Per me è un vero piacere essere qui.

Sono intervenuto in più di 100 conferenze come questa nel passato e devo dire che è veramente gratificante venire a una conferenza nella quale è garantita una ottima tazza di caffè.

Parlando seriamente, per me è un vero piacere essere qui.

Questa industria è importante in termini di strutture economiche, sociali e politiche in più di 40 Paesi dell'America Latina, Asia e Africa. Genera reddito e occupazione a più di 20 milioni di famiglie nel mondo ed è la seconda merce più commercializzata dopo il petrolio. Nel passato il mercato del caffè non è stato il più perfetto. Non è stato sufficientemente competitivo, l'offerta è bassa, la domanda è elastica, e i prezzi internazionali sono troppo volatili. Questo è particolarmente noto negli ultimi 10 anni a causa del collasso dell'Accordo Internazionale del Caffè.

Si entra nell'Internet e si entra nella "new economy". L'Internet cambierà in maniera fondamentale la natura degli affari in tutti i settori dell'economia, ma non nel senso che molti immaginano. Siamo sinceri. Abbiamo visto il decollo e la caduta delle così chiamate dot-com se di questo abbiamo imparato molto rispetto al significato di Net.

https://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com_company

Un'impresa dot-com o semplicemente una dot-com (alternativamente dot.com, dot com o .com), è un'impresa che fa quasi tutti i suoi affari tramite la rete, generalmente tramite un sito web che utilizza il popolare dominio di livello superior "com" (che deriva dalla voce "Commercial").

Mentre il termine può far riferimento a società di oggi, lo stesso è spesso adoperato per delle imprese con questo modello d'affari apparse negli anni 1990. Molti di questi startups sono fatti per approfittare della eccedenza di fondi di capitale di rischio (venture capital). Molti sono stati emessi con piani d'affari molto leggeri molte senza niente più che un'idea e un nome attraente. Lo scopo dichiarato era di "crescere velocemente", cioè di catturare la maggiore quantità di "shares = azioni" in qualunque mercato si vuole operare. La strategia dell'uscita (exit strategy) generalmente include una (IPO = Initial Public offer) Offerta Iniziale Pubblica e una ricompensa (payoff) per i fondatori. Altre erano società già esistenti che si hanno trasformato in società Internet., molte cambiando legalmente i suoi nomi per poter incorporare un suffisso . Con il crollo del mercato azionario (stock market) negli anni 2000 che porre fine alla bolla del dot-com, molte ditte dot-com fallite o in procinto di fallire furono chiamate con stupore bombe apunte dot-bomb, dot-cons o dot-gones. Molte delle ditte sopravvissute tolsero il suffisso .com dei loro nomi.

Sulla fine della settimana scorsa guidavo lungo la superstrada 101 da San Francisco a San José nel cuore della Silicon Valley. La superstrada 101 è una metafora di quello che successe durante la pazzia del dot-com. Due anni fa, 18 mesi fa, lungo tutta la superstrada a ambi lati di questa si vedevano ogni pochi metri della cartellonistica che faceva pubblicità delle dot-coms. Nel periodo di massimo successo un cartellone poteva produrre US\$ 55.000 mensile d'affitto. Dot.coms inondati di liquidità da investitori a rischio comperavano palazzi completi per trasformarli aree di cartellonistica. La cartellonistica del giardino.com aveva un giardino completo in fioritura e ricordo una lavanderia cinese in San Francisco, appena accanto la strada 101, ribattezzata "La lavanderia della new economy" e "consegna in un'ora, vestiti lavati in tempi da internet". C'era un sacco di euforia e di eccitazione allora, ma si oggi conduci la macchina lungo questa stessa strada molta della cartellonistica non porta nessun messaggio. La cartellonistica tutto'ora attiva fa pubblicità a costruttori di macchine, produttori di birra, di dentifricio e caffè. I fiori e le piante e i bellissimi cartelloni della garden.com sono appassiti e successivamente sono morti. Benvenuti al mondo post dot-com.

C'è in atto una grande discussione sul motivo che ha fatto crollare questo affare e cosa veramente significa internet per gli affari. Sicuramente sono stati fatti molti errori.

Molte società hanno dimenticato e non hanno mai imparato i principi fondamentali degli affari. Hanno ignorato la realtà, cioè, che la redditività è l'arbitro del successo aziendale. Per avere successo bisogna creare un buon servizio e venderlo a un cliente che lo valuta tanto che è disposto a pagarlo di più di quello che costa produrlo. Per qualche ragione molte persone pensano che questa vecchia regola non è più valida. Molti dei modelli di reddito erano indiretti, con dot-coms che pensavano che potevano fare dei soldi attraverso la pubblicità invece che attraverso la creazione di valore vero per i propri clienti. Molte di queste società erano condannate dall'inizio perché erano delle creazioni degli operatori dei capitali di rischio. Per molte ditte la questione non era di creare valore per il cliente ma di creare capitalizzazione di mercato (*Market capitalization*). Per questo motivo la cartellonistica è salita di prezzo sulla 101. Facevano pubblicità agli operatori degli investimenti a rischio, agli analisti e a se stessi.

Non facevano pubblicità per i clienti.

Questo era totalmente un non senso come ho detto ripetutamente nei miei libri. Internet non riguarda la creazione di un grande sito che attira gli occhi e si attacca. Piuttosto è in atto un cambiamento fondamentale sulla natura e il ruolo della tecnologia applicata agli affari. Stiamo attraversando un cambiamento di paradigma. Ho scritto il libro *Cambiamento di Paradigma* 10 anni fa. E forse dovrei cominciare a porgere le mie scuse per aver contribuito a creare la parola d'ordine "Cambiamento di Paradigma". Non molto fa ho sentito descrivere come si fa avere un "cambiamento di paradigma" nella decorazione del loro salotto, e allora mi sono reso conto di aver fatto qualcosa di sbagliato. No, no, no, paradigma è un modello mentale. Fissa i limiti attorno a quello che pensiamo, limiti che vincolano le nostre azioni e spesso si basano su ipotesi tanto forti che non ci rendiamo conto che esistono.

"La terra è il centro dell'universo" è un paradigma. "Il grande problema nel mondo è il comunismo" è un paradigma, te lo ricordi? Il proposito di adoperare il computer in una organizzazione agricola, industriale o altro è di automatizzare i processi esistenti allo scopo di ridurre i costi. Qualcosa può succedere nella nostra conoscenza scientifica, culturale o tecnologica per provocare un cambiamento fondamentale. Questo si sta verificando da un tempo a questa parte. Da un mezzo per automatizzare le cose, il computer è diventato qualcosa di più importante, un mezzo di comunicazione. E secondo questo mezzo si estende nell'economia, noi si spostiamo a un nuovo periodo della storia dell'umanità. La maniera come produciamo ricchezza, il modo come produciamo il cibo, i dispositivi meccanici, o ci governiamo comincia a cambiare in forma fondamentale. Il problema con il crollo del dot-com è che molte persone sono arrivate a delle conclusioni sbagliate sullo stesso. L'esuberanza irrazionale del passato viene sostituita con un nuovo concetto di ortodossia, dove molti competenti professori di economia e commercio dell'Università di Harvard insieme ad altri dicono che abbiamo bisogno soltanto di andare in dietro con l'orologio 20 anni. Ritengono che l'internet non è importante e che il e-business veramente non esiste. Non esistono i modelli commerciali e meno ancora i nuovi modelli commerciali. In più, non esiste la "nuova economia" e tutto di cui si ha bisogno per il successo è la saggezza del commercio convenzionale. Dalla mia prospettiva è un errore fatale che una ditta o una industria possa fare. Non siamo alla fine, siamo all'inizio. Siamo all'uno per cento della trasformazione fondamentale nella natura del commercio. No dobbiamo permettere che "ritornare alle cose fondamentali" si trasformi in un nuovo fondamentalismo dove la ortodossia degli affari è l'unica cosa che conta.

C'è un altro fattore da prendere in considerazione e del quale avrei piacere di parlare con voi in forma individuale o durante il pannello di discussioni. Non ne posso parlare adesso per mancanza di tempo. C'è una nuova generazione di giovani che cresce adoperando la tecnologia. Permettetemi chiedere chi di voi ha figli o nipoti con età compresa tra i 2 e i 22 anni. Alzate le mani per piacere. Quelli di voi che avete alzato le mani, chi di questi ragazzi usano il computer? Alzare le mani prego. OK. Potete vedere che lo stesso gruppo ha alzato le mani due volte. Certamente questa tecnologia non è disponibile nella stessa forma in giro per il mondo. I bambini, particolarmente nei paesi in via di sviluppo non hanno accesso a questa tecnologia, ma nel resto del mondo invece è disponibile. E la prima vittima del *time on-line* è la televisione. La televisione occupava 24 ore alla settimana di quelli nati nel periodo dei baby boom. Oggi invece i bambini non desiderano essere destinatari passivi della TV. Con i computer sono capaci di essere interattivi, pensare, comunicare, collaborare, autenticare, scrivere, comporre i loro pensieri e leggere. Questo fatto produce una nuova generazione che la pensa diversamente come impiegati e, saranno anche molto diversi come consumatori. Ho accennato a tutto questo perché è significativo quando si pensa al mercato globale emergente per il caffè.

Andiamo nel merito. C'è una nuova economia? e se c'è come si può descrivere? Nel 1994 Alan Weber allora direttore della rivista commerciale di Harvard propose una sfida. Disse, ma cosa c'è tanto di nuovo nella nuova economia? E allora ho scritto un libro nel 1995, dicendo "ecco quello che io penso c'è di nuovo", e il libro dice la sua con buona autorità. Quando penso cosa c'è di nuovo oggi penso a quando Albert Einstein era professore di fisica e aveva una sala grande di studenti che rispondevano ai quesiti di un esame. Gli studenti

venivano nella sala degli esami, si sedevano, aprivano il libro con le domande e c'era una specie di sospiro nella sala. Uno degli alunni ha alzato la mano e ha detto "Professore Einstein, questo è lo stesso questionario di esame dell'anno scorso." E il professore Einstein rispose: "Va bene lo stesso perché questo anno le risposte sono differenti". Va bene lo stesso perché questo anno le risposte sono differenti. Una cosa che sappiamo è che la nuova economia non ha la stessa tecnologia. Molti hanno pensato che la nuova economia era NASDAQ (*National Association of Securities Dealers Automated Quotation* ovvero Associazione nazionale degli operatori in titoli con Quotazione Automatizzata) primo esempio al mondo di mercato borsistico elettronico, tecnologia, Società d'Internet, dot-com. No, l'economia è un sistema per la creazione di beni e servizi e la distribuzione della ricchezza. Un settore non può essere uguale a tutta l'economia.

Sappiamo bene che non è nuova nel senso che è sempre capitalismo. Non abbiamo la proprietà statale della ricchezza, c'è un mercato aperto, non c'è una programmazione governativa come esisteva nell'Unione Sovietica d'allora, o esiste oggi in Cina con i suoi programmi economici. Ma c'è un numero di questioni che sono totalmente diverse. Innanzitutto questo non vuole dire che cominceremo a mangiare dei bytes e che saremmo alloggiati e vestiti in informazione. Finché le persone hanno bisogno di vestirsi e di mangiare, di muoversi e di alloggiare, il mondo fisico rimane importante. Quello che succede è che si sta creando una nuova infrastruttura nelle economie del mondo che cambia tutto, e come la rivoluzione industriale ha cambiato la vecchia economia agricola con trattori, macchine per la mungitura e tecnologie agrarie e macchine - di uguale forma la rivoluzione informatica cambia la maniera come l'industria è gestita. Le fabbriche adoperano dei robots e gli operai diventano operai della conoscenza. La percentuale di fabbriche che adoperano lavoratori con gradi universitari in ingegneria e altre discipline aumenta vertiginosamente. Per cui la nuova economia cambia l'economia industriale come quella agricola perché gli agricoltori hanno accesso a internet i trattori e le macchine di mungitura sono in rete e possono comunicare fra loro. Quando il bestiame si ammala, ci si connetta a Internet per avere una diagnosi interattiva e scoprire la fonte della malattia. Fertilizzazione, alimentazione e attività simili sono tutte influenzate da informazioni base e reti di lavoro (data base and networks)

Dove stiamo andando è quello che oggi vorrei discutere con voi. Nel modello basico di commercio appaiono cambiamenti di lunga portata e profondità. Questo avrà un enorme impatto su tutto quello che noi sappiamo sull'industria del caffè, dalla ricerca alla produzione fino alla distribuzione e il consumo. Per cui, vorrei spiegare. C'è un nuovo modello di corporazione che noi chiamiamo commercio nel web. Il commercio nel web non è un sito web. Il commercio nel web è un nuovo tipo di partenariato tra clienti, fornitori, gruppi affini e concorrenti che collaborano insieme nel Internet per produrre valori in nuovi modi. A causa di questo, il nuovo del modello commerciale si converte nella chiave del successo per competere e creare valori per i clienti. Questa è l'economia basata sulla conoscenza in quanto noi interconnettiamo con i cervelli umani in forma crescente. Il capitale intellettuale si converte in capitale digitale e se interconnetta. In più c'è una massiccia crescita dell'interconnessione di oggetti fisici che si trasformano in meccanismi di comunicazione intelligenti. E questo succede a causa della convergenza di tre tecnologie diverse: Tecnologie della computazione, hardware e software. Tecnologie portatrici come telefono, cavi, satelliti di trasmissione, CITV collassano insieme con le tecnologie di contenuto come pubblicazioni, tecnologie d'informazione base, divertimento ecc. E per ognuna di queste tre tecnologie c'è una industria corrispondente. Queste industrie collassano insieme quando una prova di entrare nel centro, perché è qui che si crea valore per i clienti, e non nelle periferie. Se sei una ditta di computer non produci valore facendo computers. I computer (hardware) è una merce con margini di guadagno molto stretti, per cui si crea valore tramite software, servizi e contenuti.

<https://en.wikipedia.org/wiki/CITV>

British children's television channel from ITV Digital Channels Ltd, a division of ITV plc.

L'ho detto 10 anni fa nel libro "Cambiamento di Paradigma" e in quel periodo gli introiti per la voce servizi dell'IBM crescevano in forma smisurata da 2 miliardi a più di 30 miliardi di dollari. La IBM si sarebbe trasformata in un paio di anni in una società di servizi odi software e Lou Gerstner ha dichiarato la settimana scorsa che è questa la loro nuova direzione e strategia.

Se voi siete una compagnia telefonica, diciamo una compagnia telefonica di larga distanza come Telmex, voi non create valore con la telefonia e nel futuro gli introiti per questa voce saranno zero. Il costo di una telefonata a larga distanza negli USA è passata da 120 dollari al minuto, 70 anni fa, a 5 centesimi al minuto oggi e nel 2005 sarà "0" cents al minuto. Quando la voce diventa un byte non sarà possibile far pagare un centesimo. Quello che riempiranno le reti non saranno delle voci. Invece saranno i byte interattivi dei filmati di Hollywood, e la navigazione interattiva attraverso il terreno della mia tenuta di bytes, o gli elicotteri interattivi traverso i bytes del mercato azionario. E questo che riempirà le reti non sarà necessario far pagare per la voce. Per cui tutte queste società dovranno ripensare la proposta di valori.

Le società dell'intrattenimento provano a cambiare. Potete notarlo guardando l'industria della musica registrata. La loro proposta di valore - la distribuzione fisica della musica - è stata distrutta da Napster e MP3. Per cui devono venire con qualche cosa di nuovo. La radiodiffusione è arrivata al capo linea. Non ci sarà più radio e nemmeno diffusione. Ne ci sarà piccola diffusione come qualcuno ha pensato. Cinquecento canali televisivi a Bogotá? Non penso. Sarebbe più giusto dire 15 milioni di canali a Bogotá. Uno di loro è il canale della mia figlia di 17 anni, già disponibile a Bogotá. Si chiama la chiacchierona Nicky. Il gruppo di discussione di Nicky riguarda la sua band favorita i Backstreet Boys. Si trova anche il filmato del viaggio in Francia di Nicky. Ogni volta che lei tira fuori la piccola video camera digitale mi irrigidisco perché 500 milioni di persone potrebbero vedermi cinque minuti dopo. Nicky ha pure un forum sull'argomento di come i adolescenti possono amministrare il rapporto con i genitori. Quello lì lo odio perché è protetto da una password. Questa è la nuova trasmittente che non sarà né radio né trasmittente ma molecolare. E non sarà a fare casting perché l'osservatore, l'ascoltatore, si trasforma nel consumatore. Il casting lo fai tu. No CNN. Prime time è qualunque momento. Per cui lo è anche 9.05 *dimmi le notizie*. Questo si può già fare. O alle 9.05

am puoi chiedere: *dammi il risultato della finale dei 100 metri maschili delle olimpiadi di Sydney*. Tra uno o due anni, alle 9.05 am io potrò dire: *dammi il mio programma favorito di TV*. O sono le 9.05 am dammi *il nuovo hit singolo di David Bowie* che non è ancora disponibile nei negozi di dischi; puoi trovarlo soltanto in Internet. E questo implica dei cambiamenti ciclopici e la Rete è al cuore di tutte queste industrie che collassano insieme.

Chi dei membri di questa audience naviga del WEB adoperando le proprie dita sulla tastiera? Non parlo di e-mail. Parlo di web. Per cortesia alzate le mani. Quelli che non li hanno alzate, per cortesia alzatele. Parlate ai vostri programmatori, parlate a un venditore esterno, parlate alle associazioni, parlate alla vostra figlia di 13 anni, e quando parlate, sarete insieme a altre 400 milioni di persone. Questo è un nuovo mezzo di comunicazione umana tanto importante come la rotativa o l'invenzione del meccanismo per produrre il fuoco, e non ci sono speranze di capire il suo potenziale a meno di usarlo se stessi. Con le proprie dita. Le dita della segretaria non servono all'esperimento. L'uso personale rappresenta la condizione fondamentale per capire. Una delle cose che oggi faccio è collezionare barzellette di Internet, e se qualcuno di voi ne ha fatemi averlo e vi sarei grato. C'è una buona barzelletta per illustrare quanto pazzo era la questione del dot-com. Un accattone sulla strada aveva messo il capello con una scritta che diceva: *Disposto a lavorare soltanto per il vito*. Vicino a lui c'era un altro accattone con il capello sul pavimento con una scritta che diceva *"disposto a lavorare soltanto per il vito.com"* e si è trovato sepolto da denaro, tutti gli davano soldi. Mette dot.com alla fine del vostro cognome e diventerai ricco. Un altro cartone animato e quello dei due cani. Due cani si trovano di fronte a un computer navigando sulla rete Internet. Il cane grande dice al cane piccolo *"nella rete Internet nessuno sa che sei un cane"*. La cosa simpatica è che presto questa affermazione non si potrà più fare. In Internet nessuno sa ancora che tu sei un cane. La bolla è prossima a scoppiare. Ci sarà un video interattivo totale. Se c'è un cane all'altra estremità della linea tu dirai: *"Hey, tu sei un cane. E non vendiamo caffè ai cani"*.

Per cui, a quale scopo? Questo produce un settore enorme, però è molto di più di un settore. Si sta trasformando nell'infrastruttura per ogni settore dell'economia. E cambierà l'industria del caffè. Come? Innanzitutto l'Internet si sta trasformando in Hypernet. Oggi, per entrare in Internet se usa un computer allacciato a una scrivania. Il computer costa un paio di migliaia di dollari. Ma stiamo entrando a un mondo dove centinaia di miliardi d'oggetti inerti si trasformano in elettrodomestici internet e dispositivi intelligenti di comunicazione.

Guardate quello che io porto nella mia 24 ore. Le chiavi della mia macchina sono un dispositivo di comunicazione che contiene una chip allacciata via internet con la mia macchina. Presto avrà un indirizzo internet. La porta d'entrata della mia casa contiene una chip che s'interconnette. Siccome sono in viaggio in Europa ho il mio telefono GSM (Global System for Mobile Communications) che si apre e diventa un browser totale della rete. Il mio telefono è pieno di conoscenza. Il mio diario è un dispositivo di comunicazione intelligente. Ho assistito al World Economic Forum in Davos, Svizzera dove ogni partecipante ha ricevuto un Ipaq, dispositivo di comunicazione intelligente prodotto dalla Compaq. E' il mio cerca persone RIM. Lo utilizzo per la mia posta elettronica. Favoloso perché è sempre collegato. Potrei continuare E' un telefono. E' una scheda di computer. La introduco nel computer e trasforma il mio computer in un sistema di comunicazione intelligente. L'anno prossimo le camice avranno un chip nel collo. Le camice acquireranno conoscenza, sapranno come sono fabbricate, come si muovono nel sistema di distribuzione. Se ritorno la camicia, la camicia saprà tutto di me. Saprà quando l'ho comperata, quanto ho pagato. Verso dove va tutto questo potenziale. Non lo sappiamo. Nel 2005, la camicia potrà interloquire con la lavatrice. Se sei Procter and Gamble, e so che diverse persone che appartengono a P&G sono qui presenti, dovrete avere interesse in questa conversazione. Voi desiderate che la camicia dica alla lavatrice qualcosa come *"wow, tempo finito, stai adoperando Tide? Questo non suona giusto"* risponde la camicia. La camicia nella lavatrice dice *" Tide lascia i tessuti più bianchi."*

La tazza di caffè in Starbucks sarà un istrumento intelligente di comunicazione che suggerirà al barista che la temperatura per un ottimo cappuccino non è corretta. Questo produrrà un'esplosione d'intelligenza ambientale dove un mondo fisico tesse la maglia con un mondo cibernetico.

La rete esplose pure in termini di ampiezza di banda e questa è l'unica volta nella quale diventerò molto tecnico. Il vecchio e simple servizio telefonico aveva una ampiezza di banda di circa 56kbps. We adoperiamo un'analogia stradale possiamo dire che il servizio corrente è uguale a un sentiero di giardino, mentre che la ampiezza di banda del futuro, come ad esempio OC3, è una strada principale larga un miglio. E questa analogia è ancora da completare perché questa strada principale può portare dei camion anche uno sopra l'altro. Questo creerà una esplosione in termine del numero d'applicazioni possibili.

Ci saranno applicazioni sensibili alla temperature del caffè nella tazza e miliardi di altre. Per cui quali sono le implicazioni per le corporazioni (corporations) e l'industria? Nel corso del ventesimo secolo abbiamo avuto questo modello di creazione di ricchezza chiamato la *corporazione industriale integrata verticalmente*. Faceva di tutto, da suppe a dadi e bulloni. Sessanta anni fa il Premio Nobel Ronald Coase, economista chiese *"Perché esistono le corporations?"* Disse che se Adam Smith era nel giusto e il mercato aperto è il meccanismo migliore per determinare come si assegnano i beni e le risorse allora per quale motivo non sono imprenditori indipendenti tutti i partecipanti alla trafila?

Coase disse che la spiegazione per l'esistenza poteva essere riassunta nei costi di transazione. C'erano costi di ricerca tali come accertamento d'informazione, denaro, materiali, chicchi di caffè appropriati, fertilizzanti, conoscenza ecc. Secondo c'erano costi di contrattazione. Se ogni transazione individuale era un contratto la questione diventava proibitiva e costosa. Terzo, ci sono costi di coordinazione tali come riuscire a far lavorare il personale insieme, negoziando contratti, eseguendo transazioni ecc. Per cui, Henry Ford non soltanto costruiva automobili. Era proprietario di una centrale energetica, una compagnia marittima, una fabbrica di vetro, una piantagione di mogano in Honduras ecc. Per quale motivo prese tutti questi impegni e iniziative? Perché i costi di partenariato erano superiore ai costi di fare il tutto entro della stessa corporazione. Ronald Coase era nel giusto. Le società si espandevano finché i costi di transazione entro la stessa corporazione diventavano troppo alti.

Una decada fa, ho dichiarato che c'era un cambiamento. La corporazione diventa più friabile a causa della rete, e voi avete probabilmente sentito altre dichiarazioni simili, io lo chiamo impresa estesa (estende enterprise) altri lo chiamano corporazione virtuale (virtual corporation) o outsourcing. L'indirizzo nel quale ci muoviamo ha per scopo sostituire le società con integrazione verticale con dei commerci di rete (business webs)

Le società possono concentrarsi su cosa è "nucleo" per loro e organizzare via web la produzione del resto. Questo è possibile perché abbiamo un'infrastruttura ricca, disponibile pubblicamente e che si riempia di funzionalità. Motori di transazione, motori di ricerca, sistemi di pagamento, sistemi di micro pagamento, strumenti di negoziazione, motori di collaborazione ecc sono parte di una infrastruttura pubblica disponibile. Per cui, questo porta totalmente nuovi modelli commerciali con implicazioni profonde per tutti noi.

Per cui se pensate de tutte le attività dentro la filiera totale dell'industria del caffè, noi abbiamo produttori, scienziati, unità di processamento del caffè verde, esportatori, banche, assicuratori, agronomi, cooperative, associazioni di produttori, ufficiali governativi, operatori portuari, depositi, commercianti, agenti di futures, analisti, meteorologi, torrefattori, imballi, supermercati, venditori, bar di caffè, ristoranti, alberghi, e consumatore domestici, e questa è soltanto un elenco parziale.

Oggi può esistere una migliore divisione del lavoro. Ditte individuali possono concentrarsi nella loro specialità e lasciare fare in partenariato il resto. Questa industria si presta informa brillante a questo modello, in quanto speso ha un numero di piccole società. Non sono soltanto società come P&G, Nestle, Starbucks ecc., che possono partecipare alla totalità della filiera. Ci sono pure tutti i tipi di produttori, piccoli laboratori, consulenti contrattuali, meteorologi ecc. Piccole società possono cooperare oggi insieme in commercio di rete (business web) permesso dalla rete internet dove il metabolismo è veloce e possono crearsi tutta una serie di nuovi valori. Allora, come questo farà impatto sull'industria? Orbene noi cataloghiamo i "business web" secondo il grado nel quale si organizzano contro il controllo gerarchico. In fondo, il valore all'interno del web aziendale è basso rispetto alla alta integrazione. Per cui qualcosa auto-organizzata, di valore poco integrato, è quello che noi chiamiamo "Agora" ricordando il termine romano o greco "agora". Ci sono una mezza dozzina di agore, una delle quali è chiamata Mercato aperto, e eBay è uno dei esempi più conosciuti.

Chi dei presenti ha mai comperato o venduto qualcosa per eBay. Alzate le mani per piacere. OK. Compito da fare nr. 2. Andate a eBay. C'è qualcosa nel box auto, attico o cantina della vostra casa che desiderate vendere e qualcuno desidera acquistare? Quando vai alla piattaforma siete insieme a 6 milioni di aste in atto. Questo cambia il nostro concetto di scoperta di prezzi e asta nel senso tradizionale che finora è esistito nell'industria del caffè.

Adesso un po' d'autocritica. Cinque anni fa, la mia ditta ha sentito parlare di eBay e abbiamo scritto un rapporto sul tema. Abbiamo detto: questa è grossa anche se non aveva ancora ricavi, abbiamo *pensato che la ditta sarebbe diventata molto grande e che avrebbe cambiato il mondo*. Abbiamo pensato bene. Il problema è stato che mentre mi sentivo orgoglioso del mio rapporto, un canadese ha investito \$ 70.000 in eBay. Oggi il suo investimento vale più di un miliardo di dollari, ma, io ho scritto un bel rapporto. Mi fa ancora male.

https://it.wikipedia.org/wiki/Electronic_Data_Interchange

<https://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-business>

Business-to-business (B2B) si riferisce a una situazione nella quale un operatore commerciale fa una transazione commerciale con un altro. Questo ha luogo normalmente quando:

Un operatore commerciale cerca materiali per il proprio processo di produzione (e.g. un produttori d'alimenti che acquista del sale). Un operatore commerciale ha bisogno di servizi da un altro per motivi operativi (ad esempio un produttore d'alimento che subcontra una società di revisori contabili per controllare le proprie finanze). Un operatore commerciale rivende bene e servizi fatti da un terzo (ad esempio un dettagliante che acquista il prodotto finale da un produttore.).

B2B (Business to Business) è proposto contro la formula B2C (Business to consumer). Nel commercio B2B succede spesso che gli operatori nel rapporto hanno una capacità abbastanza simile nella negoziazione, e anche se non fosse così, ogni partecipante si appoggia su personale professionale e consiglieri legali nella fissazione dei termini della negoziazione, mentre che B2C è predisposto di una maniera più sostanziosa per le implicazioni economiche di asimmetria informativa.

Ci sono molti tipi di agoras. Il secondo tipo si chiama scambio B2B. Nel vecchio continente gli acquirenti potevano mettersi in contatto con i fornitori adoperando EDI (Electronic Data Interchange). Questo esisteva nell'industria del caffè per i grandi acquirenti e grandi fornitori. Ognuno di questi allacciamenti era costoso perché richiedeva molta programmazione su misura, tecnologie proprietarie ecc. Oggi in molte attività industriali, una ristrutturazione comincia a prendere piede, dove invece di sviluppare allacciamenti direttamente con i fornitori si ci si collega con lo *scambio centrale*, il quale crea un mercato dove si può raggiungere proposte competitive più aperte. Data il fatto che il mercato del caffè nel passato non è stato un mercato aperto nel senso di una elasticità di offerta / domanda ecc, questo è qualcosa molto utile per tutti i portatori d'interesse. Come può succedere questo a livello industriale? Forse associarsi produce sviluppo di comando, di maniera che si possono avere numerosi venditori di una certa merce o un certo tipodicaffè. I venditori continuano a puntare e continuano ad abbassare il prezzo finché rimane soltanto uno e allora i compratori acquistano. Questo succede in tutti campi industriali.

Si sta formando un mercato aperto per lo scambio internazionale. Questo è importante per voi perché si conducono transazioni con base globale. Il mercato è stato organizzato da 50 delle banche più potenti del mondo che si trovavano sotto pressione da grandi transnazionali come Daimler e P&G è effettivamente una di quelle. Se tu sei Daimler e compri Chrysler, lo scambio internazionale, in quella transazione è molto importante, perché tu desideri la migliore tasso d'interessi e una gran quantità di servizi di valore aggiunto.

Per cui Atriax oggi è diventato un mercato aperto per scambio internazionale con base in Internet. Questo comincia a prendere piede nell'industria del caffè dove abbiamo una sorta di passi iniziali, come ad esempio movimento di scambio uguale che riunisce diverse società in America Latina, Africa e Asia.

Il tipo seguente di business web è quello che noi chiamiamo l'Aggregazione. È organizzato gerarchicamente con poco valore d'integrazione. Chi di voi ha comperato o venduto azioni in internet? Alzare la mano per piacere.OK. Compito a casa n.3. Andare a E-trade o Schwab e iscriversi. Prenderà soltanto qualche minuto iscriversi ed essere pronto a comperare delle azioni. Trading Online oggi possiede un terzo della vendita di azioni al dettaglio degli USA. Tra due anni pensiamo che si arriverà a due terzi. Non sto consigliando di diventare un commerciante per la giornata perché molti di questi sono stati letteralmente spazzati via per il famoso aggeggio dot.com. È importante ricordare che online trading di basso prezzo non vuole dire di essere privo di cercare consiglio. Il potere del suo ambiente circondante è che puoi trovare consiglio insieme a accesso istantaneo al mercato.

Schwab è stato giudicato come la corporation degli USA con più successo second Forbes Magazine, Schwab non è veramente una società nel senso tradizionale del concetto., ma piuttosto il cuore del business web. Se visite il sito web, puoi, ad esempio, chiedere per una tabella comparativa delle prestazioni di due stocks per un periodo di tempo. In forma istantanea la tabella apparirà ma non è Schwab che costruisce la tabella. Questa è stata fatta da una società chiamata Big Charts, un partner nel business web della Schwab.

<http://www.data-profits.com/solutions/inventory-replenishment/>

Allora, la gente comprerebbe caffè on line? Questa è una domanda interessante. Molti di questi ambienti di acquisto di alimenti on line falliscono, ma ci sono diversi che vanno bene. Quanti sopravvivranno nel tempo non è chiaro. Il mio parere personale è che le gli acquirenti compreranno on line in tutti i Paesi del mondo. La ricerca da forza a questa affermazione particolarmente se Lei è un membro attempato o giovane della generazione della rete. Se invece hai qualche invalidità, se è troppo impegnato, se Lei un yuppi, farebbe qualunque cosa per questo sistema, in quanto l'esperienza di acquistare così è veramente "una ricostituzione del paniere base" e a nessuno piace la "ricostituzione del panierebase". In Europa è chiaro il pubblico va ancora a comperare dolci alla pasticceria, ma i prodotti basici rappresentano una sostanziale percentuale del paniere basico e la gente lo vuole comperare "on line". In più quando lo spazio del negozio diventa spazio cibernetico, ci sono molte cose che si possono fare nel cybermercato che non si possono fare nel supermercato. Ad esempio, si può chiedere al sito Web di fare l'elenco soltanto dei prodotti che sono in svendita con sconti dell'ordine del 20 per cento o di più. O di caffè che sono decaffeinati con un processo specifico, o voci che hanno un certo valore nutrizionale.

Nel prossimo future si entrerà in Internet per chiedere "Ho una cena tra amici il sabato sera, scegliamo la cucina italiana". Poi ti dirai a te stesso "ma comunque, chi era Alfredo". Per cui clicca con allacciamento con Roma e troviamo un'animazione in tempo reale dello chef che inventò i fettuccini Alfredo. So che è morto, ma lo rassomiglia in quanto parliamo di un'animazione in tempo reale. Avete visto la Play Station 2 della Sony. Le figure animate cominciano a sembrare delle persone reali e nella Play Station 3 ti sentirai obbligato a confermare la differenza. Dirai al tuo frigoriferi collegato a Internet: Ho una domanda da fare riguardante il caffè. Lasciami parlare a Juan Valdez".

Quello che succederà dopo sarà che quando ti finisce il latte necessario per la tua bibita di caffè dirai al frigorifero d'ordinarlo per te. Questa no è fiction scientifica. Sono fatti che si verificano oggi. Ci sono 3 società che sono collegate elettronicamente a delle cucine. Facevo della consulenza per una di loro e dissi, sono preoccupato che stiate andando nella direzione sbagliata, cioè che finirete per decidere che gli elettrodomestici dovrebbero cominciare a comunicare con le persone. Vi trovate a cena una sera e inatteso suona il telefono e una voce dice "Ciao Don, questo è il tuo frigorifero. Puoi aiutarmi? Abbiamo un problema. Aspetta Don, un attimo per piacere, la lavatrice ha bisogno di dirmi qualcosa. Ciao Don, sono io nuovamente, devo andare ma vedrò di far chiamare i miei collaboratori ai tuoi collaboratori, vediamo di pranzare insieme qualche volta". No, no, non è questa la maniera come si svilupperanno i fatti quando il frigorifero sia a corto di latte, quando la macchina di caffè abbia bisogno di scorte: infatti le macchine semplicemente passeranno avanti gli ordini.

Do ancora qualche altro esempio di cosa succede attualmente in tutte le industrie, queste aggregazioni. C'è questa bellissima pubblicità nella televisione attualmente negli USA per una società chiamata "l'albero dei prestiti" (Lending Tree) che presenta una donna seduta e di fronte a lei c'è un banchiere seduto di fronte alla sua enorme scrivania, e il banchiere con un vestito di tre pezzi dice alla donna "Sono dispiacente signora, ma questo è il miglior prezzo che io posso dare per la sua ipoteca". Lei dice, OK, il prossimo, e la sedia sulla quale siede il banchiere vola via e un nuovo banchiere arriva alla scrivania.

Gli aggregati dell'albero dei prestiti (Lending Tree Aggregate), un sacco di banche messe insieme per creare un mercato più aperto e competitivo di servizi finanziari. Travelcity, un altro servizio d'aggregazione, è reddito e conta con più di 20 milioni di clienti. La Specialty Coffee of America è una aggregazione, che riunisce una quantità di organizzazioni, produttori, tanti tipi di partenariati. Se clicchi sulla voce membri, la videata può darti un elenco dei partecipanti nel business web. Ed è questa la maniera giusta di pensare su questo argomento.

<https://sca.coffee/about-1/>

<https://sca.coffee/code-of-conduct>

Riguardante SCA

La Specialty Coffee Association (SCA) è una associazione basata sui i membri e costruita con le fondamenta di apertura, inclusività, e la condivisione della conoscenza. Da produttori agricoli a baristi e torrefattori la nostra appartenenza copre il globo, includendo tutti gli elementi della filiera dei valori del caffè. SCA agisce come la forza collante nell'ambito dell'industria del specialty coffee e agisce per fare un caffè migliori con normative superiore in tutto il mondo tramite un avvicinamento di collaborazione e progresso. Dedica il suo sforzo per costruire un'industria giusta, sostenibile, con benefici per tutti, SCA si basa su anni di intuizioni e ispirazione della comunità del specialty coffee.

Codice di comportamento.

Sei adesso membro dell'Associazione Specialty Coffee (SCA) per divertirti, imparare, comunicare in rete e crescere insieme con gli altri soci. E noi siamo qui per raggiungere quello scopo e garantire il migliore ambiente per tutti i partecipanti. Per riuscirci, abbiamo qualche regole necessarie per la sicurezza e il benessere di tutti. Vi chiediamo semplicemente di rispettare e osservare queste regole. Desideriamo stare insieme come una comunità, curarsi reciprocamente e assicurare che tutti sono trattati con rispetto.

Politiche sulle molestie

La SCA mantiene una politica di tolleranza zero alle molestie, comportamento violento, e comportamenti o azioni offensive sessualmente. Questo comprende, ma non si limita a molestie verso un'altra persone sulla base de genero, sesso, gravidanza, parto, religione, credo, razza colore, Paese di provenienza, condizione medica, disordine genetici,invalidità fisica o mentale, status civile, età o orientazione sessuale, minacce fisiche o verbali. Attenzione non voluta, bullismo, lo stalking, uso di forza fisica, comportamento che crea disturbo o pericolo compreso la lascivia o linguaggio o comportamento offensivo; uso di linguaggio o condotta sessualmente esplicita;gesti osceni. Chiunque è sorpreso a comportarsi in una maniera tale che viola questa politica, sia personalmente o tramite l'uso del media, sarà rimosso dall'Associazione senza rimborsi e interdetto a partecipare a eventi futuri della SCA.

Segnalazione di molestie o altri comportamenti vietati

SCA facilita la denuncia di casi di comportamento offensivo. Per noi è molto importante che Lei sappia che si subisce qualunque tipo di molestie può fare denuncia immediatamente. Non possiamo agire se non siamo informati e abbiamo bisogno di qualunque particolare disponibile, come i nomi o altra informazione descrittiva. Se Lei è molestata o è testimone di molestie, comportamento minaccioso o altre forme inappropriate di agire, li chiediamo con forza di denunciare il fatto al personale SCA più vicino per assistenza. Può pure contattare il Direttore di Risorse Umane, Leigh Duszynski, leighd@sca.coffee e la sua denuncia avrà una reazione immediata. Se in qualunque momento ritiene che la sua integrità fisica o quella di altri è in pericolo, contattare per cortesia 911. Tutte le denunce inviate all'attenzione di SCA avranno una istruttoria e se necessario, tutte le azioni saranno fatte in forma riservata tra le parti interessate.

Altre politiche di SCA

SCA none responsabileper beni rubati, persi o danneggiati, o per danni fisici fatti durante lo sviluppo di un evento.

Non è permesso portare nessun tipo di arma nei nostri eventi o nelle nostre strutture.

Droghe illegali non sono permesse in nessun caso nei nostri eventi

Si potrà servire bevande alcoliche o renderli disponibili, ma una condotta disordinata non è permessa.

Membri sorpresi a danneggiare volontariamente beni della SCA dovranno rimborsare i danni alla SCA o all'organizzatore

Ci riserviamo il diritto di rimuovere Membri o Partecipanti se questoCodice di comportamento non è rispettato.

Per cortesia rispettate il desiderio di chi non vuole essere fotografato o registrati chiedendo autorizzazione per farlo.

Divertiti, agisci in sicurezza, sii rispettoso e ricorda di adoperare giudizio e professionalità in tutte le situazioni.

Conseguenze della violazione del codice di condotta

Se un membro commette una violazione del codice di condotta potrà essere espulso dall'Associazione per un periodo di tempo specifico o per la durata della sua appartenenza potento essere interdetto anche per il futuro. Se invece si verifica un reato il fatto sarà denunciato alle autorità competenti.

Non considerate questo lavoro come la creazione di un sito internet. L'ultima cosa della quale la vostra società ha bisogno è un sito internet. Quello di cui avete bisogno è un nuovo modello commerciale. Un business web. Certo che adopererete tecnologia di sito web, ma quella è la parte più facile. La parte più difficile è pensare qual è la proposta di valore di ad esempio, l'Associazione Specialty Coffee, e come questa può essere differente in questo nuovo ambiente? Poi si aggiunge la proposta di valore, si mettono insieme tutti i partners che posso consegnare gli elementi di quel valore. Li dai un marchio, lo riporti al mercato e poi crei qualcosa che può essere veramente straordinario, Quello che la Colombia ha fatto con la idea totale di Juan Valdez è essenzialmente un business web. Non è un sito internet, ma mette insieme numerosi partners del territorio colombiano per creare valore e farlo arrivare al mercato.

Società come P&G e Starbucks ecc sono buoni esempi di quello che si può chiamare catena di valori (value chain). Hanno un valore integrato reale stretto e sono orchestrati in forma gerarchica. Herman Miller è un esempio de business web con catena di valori. Herman Miller è una fabbrica che non produce cose. Il suo business web produce. Però, Herman Miller non progetta mobile. Lo fa il suo business web. Si sono resi conto che avevano bisogno il migliore progettista, ma I migliori progettisti di mobile non lavoravano per Herman Miller, in quanto I migliori progettisti I mobile non erano progettisti di modelli. Erano semplicemente progettisti. Progettisti industriali che progettavano tosta pani, automobili e pure palazzi. Per cui Heman Miller costruì un business web che mise insieme tutte queste persone, progettisti, diversi costruttori e oggi hanno pure coinvolto i clienti. Questo nuovo redditizio modello commerciale non lascia spazio più alla concorrenza.

Vi ricordate che la IBM faceva tutto. Creavanola chip, l'architettura del hardware, il sistema operativo e molte applicazioni da collegare al sistema operativo, per cui qualcuno voleva comperare questo, e una strategia di

rete, e l'interfaccia di un usuario, e una totalità di servizi tutto fatto dalla IBM internamente dentro le risorse della corporazione. Oggi la IBM è un marchio e anche l'orchestratore di business webs che coinvolgono migliaia di partneriati. Non costruisce tutti i suoi chips. Usa Linux, il sistema operativo sviluppato da moltissimi volontari. Acquista applicazioni da tutti nel settore. Aveva la propria amministrazione dei rapporti con il cliente che generava più di 40 milioni di dollari l'anno di reddito. Ma ha visto il sistema Siebel e ha pensato che Siebel aveva un prodotto migliore. IBM mise in soffitta i propri prodotti, formò un partenariato con Siebel e oggi la combinazione genera 2 miliardi di US\$ di reddito.

IBM è una società di computer che non produce computer. Lo fa il suo business web con molto successo. Parte del business web di IBM è una società chiamata Celestica, che produce circuiti stampati e questo rappresenta tutta la propria produzione. Malo fanno così bene, che crescono a un tasso composto di crescita del 60 per cento. La ditta produce reddito. Ci sono altri come Flextronics e Solectron, che partecipano pure in tali webs. Lo stesso succede con Starbucks, che diventa un business web, ed è diventato un innovatore nel uso dell'informazione tecnologica e oggi Internet. Ha una catena di valori molto stretta che controlla pure i suoi punti vendita entro i confini aziendali per questioni di marchio. Sentiremo molte notizie su di loro nella conferenza. Lo stesso possiamo dire di Procter and Gamble. Procter and Gamble è veramente una società che faceva tutto perfino le loro telenovele. Sapete che Procter and Gamble inventò le telenovele e le filmava nella loro sede. In Cincinnati P&G oggi si è convertito in una vasta catena di business web in partenariato, tutto appoggiato su internet. Si concentra in quello che può fare al meglio. Fa un straordinario R&D (Research and Development), una grande amministrazione di marchi, ma in forma crescente la produzione, logistica, distribuzione e i punti vendita sono amministrati da altri.

Un'altro tipo di business web è l'alleanza, che considero magico. Le alleanze godono di un valore integrato in forma stretta ma non sono proprietà di nessuno. Conoscete il sistema operativo Linux? Questo è il sistema di software installato nei grandi servers di computer. È stato sviluppato da migliaia di persone, tutte di differenti società, non si sono mai visti fisicamente e lo fanno in base volontaria, tutto per internet. Nel libro li chiamiamo Rotariani digitali. Linux controlla un quarto di tutto il mercato mondiale del server, portando via una fetta importante del mercato a uno dei prodotti strategici della Microsoft.

Se Lei può costruire un sistema operativo di questa maniera, cosa ancora può costruire? Potrebbero i suoi clienti auto organizzarsi e spazzarlo via? Lo vediamo già succedere come ad esempio con i prodotti della Lego Mindstorm. La Lego ha commercializzato questo prodotto ai giovani come un pacchetto per costruire il proprio piccolo robot in un sistema operativo proprietà della Lego. Ma siccome i bambini sono oggi delle vere autorità, gli studenti hanno violato il codice e cominciato a scambiare le proprie applicazioni Mindstorm sulla rete d'Internet. Lego ha avuto una grossa decisione da fare. Poteva fare come le società della registrazione musicale e decidere di portare in tribunale i bambini, o fare una decisione in una direzione contraria. Aprire la propria piattaforma ed è quello che ha fatto. Ha pubblicato tutte le specifiche di come sviluppare software per Mindstorm e oggi ci sono decine di migliaia di ingegneri informatici compresi tra l'età di 30 a 4 anni che sviluppano applicazioni per la Mindstorm. Hanno sfruttato il genio dei propri clienti per creare i loro prodotti e servizi. Potresti costruire un libro di scuola? C'è un sistema chiamato "libro scolastico open source" con sede a San Francisco. Provano di costruire tutti i libri di testo K fino a 12 adoperando il modello "open source". È un'idea eccellente, un libro di storia sviluppato da storici, insegnanti, educatori, genitori, studenti e probabilmente non parlerà di Michael Gorvachev come Presidente dell'Unione Sovietica, e il muro di Berlino ancora in piede come il vecchio libro di storia di mio figlio. Se funziona tutta la industria dei libri di testo sarà spazzata via.

Cosa altro possiamo costruire? È possibile costruire una rete? Già fatto. Si chiama Seattle Wireless, un gruppo di volontari si è riunito e creato una rete che sarà gratuita nell'area di Seattle.

Il grande esempio col quale ci impegnano nelle Alleanze auto-organizzate è tutto il movimento anti-globalizzazione. Dei giovani usano internet per organizzarsi contro la globalizzazione. Sopra tutto penso io che questo è un errore in quanto il protezionismo non è certamente la maniera di andare avanti e ci troveremo a discutere su questo argomento in tutta questa conferenza. La rete è un potente strumento per organizzarci. Quando ero giovane se non ero d'accordo con qualcosa ed ero impegnato nel movimento dei diritti civili negli USA, oppure nel movimento anti Vietnam cosa si poteva fare? Mettere un volantino in un albero, potevi telefonare a qualcuno, potevi scrivere una lettera all'editore. Oggi, nel male o nel bene, milioni di persone nel mondo hanno ai polpacci l'istrumento più potente per organizzare mai esistito.

Sono ritornato da Davos dal Forum Economico Mondiale e mi sono a discutere con mio figlio di 14 anni su questo argomento. Lui era stato in Internet con uno di questi gruppi, ed ha cominciato a dirmi cosa succede in qualche nazione dell'America Latina, dove delle società private hanno comperato le risorse idriche e oggi in alcune nazioni 20 del reddito di una persona serve per pagare l'acqua. Questo è un potente strumento per la distribuzione dell'informazione e conoscenza ma allo stesso tempo per la distribuzione di informazione fasula.

L'ultimo tipo di business web è quella cosa chiamata rete distributive. Nella vecchia economia avevamo le griglie di potenza elettrica, le strade ecc. Oggi queste si basano sull'Internet.

<https://it.wikipedia.org/wiki/Enron>

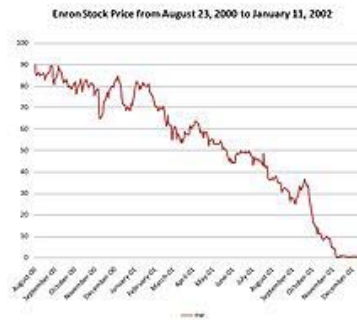
La Enron Corporation è stata una delle più grandi multinazionali statunitensi, operante nel campo dell'energia è fallita nel 2001..

In seguito il nome è stato modificato in Enron Creditors Recovery Corp. (ECRC) dopo che la United States Bankruptcy Court approvò il piano di riorganizzazione aziendale.

La missione della "nuova" società è quella di liquidare i creditori di Enron Corporation.

Storia del fallimento

L'andamento del prezzo delle azioni della Enron tra il 23 agosto 2000 e l'11 gennaio 2002



Endless possibilities.™

Nel 2001 la Enron improvvisamente fallì. L'avvenimento giunse del tutto inaspettato poiché ufficialmente l'azienda negli ultimi dieci anni aveva avuto una crescita molto rapida, decuplicando il proprio valore e raggiungendo il 7° posto nella classifica delle più importanti multinazionali degli USA. Tuttavia nel giro di pochissimo tempo le azioni Enron, da tutti considerate solidissime, persero tutto il loro valore, passando dalla quotazione di 86 dollari a 26 centesimi, bruciando così circa 60 miliardi di dollari nel giro di tre mesi.

Ciò portò numerosi dipendenti a gravi difficoltà, poiché era stata fatta loro una proposta che permetteva loro di acquistare le azioni della società e non poterono far nulla per ripararsi dal disastro. L'opinione pubblica pretese chiarimenti, poiché pareva inspiegabile che una multinazionale che aveva un fatturato di circa 130 miliardi di dollari all'anno crollasse così rapidamente senza segnali premonitori.

I rapporti con la politica

Indagando più a fondo si scoprì che la Enron innanzitutto manteneva alto il livello dei suoi redditi con trucchi contabili, ma anche ottenendo agevolazioni da parte del governo, ottenute in cambio di aiuti nelle campagne elettorali o donazioni a numerosi uomini politici in denaro o in pacchetti azionari. Comportamenti di questo tipo non erano adottati a vantaggio solo di esponenti del partito repubblicano, ma anche di quello democratico..

Grazie a queste consuetudini la società ottenne numerosi aiuti sotto forma di ammorbidimenti della legislazione contro l'inquinamento. Ad esempio la decisione statunitense di non aderire al protocollo di Kyoto venne probabilmente influenzata anche da pressioni della Enron. Manovre di questo tipo non erano nuove per la società: ad esempio il permesso di costruire un oleodotto in Mozambico fu ottenuto anche grazie all'aiuto di Bill Clinton, che minacciò lo stato africano di interrompere gli aiuti economici se non avesse acconsentito alle richieste della multinazionale.

Le società create dalla Enron

Ad aggravare la situazione contribuì la scoperta della rete di società legate alla Enron che i dirigenti avevano costruito in alcuni paradisi fiscali. Le società erano in totale 881, di cui più di 600 nelle isole Cayman. In questo modo la Enron, teoricamente sottoposta a severi controlli, riuscì ad evadere una parte considerevole delle sue tasse ed a gonfiare i profitti, mantenendo così stabile il valore delle sue azioni anche nei periodi di crisi. L'episodio più significativo avvenne nel 2000, quando una tassa di 112 milioni di dollari si trasformò in un credito di 278 milioni.

Un aiuto in queste attività venne fornito dalla Arthur Andersen, una multinazionale statunitense specializzata nella certificazione dei bilanci. Un partner della stessa Andersen, David Duncan, fu accusato nel 2002 di aver distrutto documenti riguardanti alcune delle attività della Enron. Tale vicenda giudiziaria si concluse alla fine di novembre del 2005, quando il Dipartimento di Giustizia statunitense mise fine alle indagini su Arthur Andersen senza alcun esito.

Conseguenze del fallimento

Un fallimento di tali proporzioni fu piuttosto grave, ma non tanto da minare l'intera economia degli USA, che nel complesso resse abbastanza bene, benché la Enron avesse accumulato un debito di circa 10 miliardi di dollari, distribuito in varie banche in tutto il mondo e principalmente negli Stati Uniti.

Gli istituti di credito che avevano concesso prestiti alla multinazionale si trovarono in difficoltà ed esercitarono una pressione maggiore su altre società che erano ricorse a loro per avere prestiti, causando il fallimento di alcune, come nel caso della catena di supermercati Kmart. Numerose società di assicurazione si trovarono inoltre a dover rimborsare delle perdite, crollando e dichiarando bancarotta.

I problemi maggiori si riscontrarono tra gli azionisti e soprattutto tra i dipendenti dell'azienda, che vennero licenziati in massa. Anche i fondi pensione dei dipendenti vennero toccati (gran parte del patrimonio era investito in azioni della stessa Enron), e 20.000 impiegati si ritrovarono senza pensione, perdendo la possibilità di usufruire dei contributi già versati.

Procedimenti giudiziari

Dopo la bancarotta fraudolenta, il Congresso aprì una commissione d'inchiesta e gli amministratori vennero rinviati a giudizio e condannati a pene detentive comprese tra i 18 mesi e i 24 anni. Jeff Skilling, amministratore delegato e "regista" della colossale truffa finanziaria venne condannato a 24 anni di reclusione, successivamente parzialmente ridotti, mentre Ken Lay, presidente ed amministratore delegato a seguito delle dimissioni di Skilling, morì d'infarto prima della condanna.

Gli altri responsabili che collaborarono con la giustizia non riuscirono ad evitare pene comunque severe (2, 3 e 10 anni di reclusione).

Per cui Enron è una business web che riunisce un gruppo di partenariati e comincia a distribuire petrolio e poco dopo gas e successivamente potenza elettrica, e poi larghezza di banda, e poi contenuti come ad

esempio pellicole. E poi? Caffè?, Soldi? Le banche in realtà distribuiscono soltanto rete, prendono soldi da qualcuno e lo danno in prestito ad altri, hanno un guadagno e tutto questo si fa tramite la rete. Chi è più capace di attaccare le banche che una compagnia di telefono o di software? Quello che hanno fatto Merrill Lynch e Goldman Sachs. Non era una società di brokerage ma una compagnia di software chiamata E-trade, la quale creò un nuovo modello di business catturando un terzo del mercato. Per cui, vedremo apparire tutti i tipi di innovazione. Permettetemi di fare un'altra scoperta. Seguendo la esperienza dolorosa di eBay decise di investire in società che penso andranno bene. Oggi sono nel processo d'incubazione di una società che si chiama Maptuit, una società di servizi di nuova generazione con base locale dove installiamo sistemi di guida in camion di consegna che suggerisce agli autisti la rota più veloce in 14 località prendendo in considerazione le condizioni del traffico, indicando anche il miglior posto dove fermarsi a pranzare ecc.

Considerate il fenomeno NTT DoCoMo della telefonia mobile in Giappone. Sono riusciti a interessare 17 milioni di clienti in un anno. Oggi sta addirittura portando via alle banche redditi per transazioni. La popolarità del dispositivo è cominciata con giovani adolescenti, e allora l'applicazione principale erano giochi, giocare, comunicando tra di loro e divertendosi. Questo è diventato una vasta rete provando un grande impatto nelle banche in Giappone e molto altro.

Tutti questi nuovi modelli di business sono diversi del vecchio modello a integrazione vertical di Henry Ford in quanto il suo modello proveniva da una impostazione feudale artigianale degli affari della economia agraria dei primi tempi. I sistemi Siebel è un grande esempio. Rappresenta la corporazione di crescita più veloce negli USA. Tom Siebel mi ha detto che 30.000 persone lavorano per lui, ma soltanto 8.000 di loro sono nel suo elenco d'impiegati. Tutti gli altri sono i suoi soci in questa vasta rete che li ha permesso di crescere tanto velocemente. Per cui sentirete molto di più del business web mentre le ditte che capiscono questa nuova architettura commerciale spazza via i loro concorrenti tradizionali.

Per cui questo è il momento di vaste opportunità nuove e pure il momento di grande pericolo e vorrei chiudere discutendo l'altro lato più buio della medaglia.

Esistono pericoli per delle società che non riescono a trasformare i loro modelli commerciali in questo nuovo ambiente e ci sono pure pericoli per delle società. E io viaggio, e trovo molte persone chiedendosi se il piccolo mondo che i nostri figli ereditano sarà migliore.

Come possiamo essere sicuri che tutte queste innovazioni e tecnologie servono veramente alle persone? Abbiamo molti temi difficili. Quando il nostro mondo diventa più intelligente nelle comunicazioni e tutti questi dispositivi crescono, c'è bisogno di un miglioramento nella qualità della vita e non soltanto bisogno di aggiungere stress e complessità.

Ci sono un numero di temi difficili che dobbiamo considerare. Ogni istituzione dovrà fare dei cambiamenti. Il guru della direzione manageriale Peter Drucker disse che l'università statunitensi in 30 anni saranno delle reliquie perché concepite in un periodo della storia dell'umanità nel quale l'apprendimento si svolgeva in una località specifica. Adesso invece si può imparare dappertutto, e riuscire ad avere un titolo universitario dall'Università Motorola a Tokio o a Buenos Aires. Poi anche le università sono uscite da un periodo quando imparare era un processo che si faceva in un periodo della vita, quando si era studenti. Orbene, quel concetto è stato sostituito con il concetto di essere studenti tutta la vita perché una volta finito gli studi all'Università siamo pronti non per il resto della vita ma per i prossimi 15 minuti. Se hai studiato un corso tecnico metà di quello che hai studiato nel primo anno, è diventato obsoleto quando arrivi al quarto anno.

Io mi auguro che Peter sbagli in quanto c'è un ruolo per il campus. L'università è il luogo dove i giovani vanno per 4 anni e per crescere, dichiara Marvin Dresler di Princeton. Ho una figlia di 17 anni e posso vedere un certo merito in quello che dice Marvin. Ma dobbiamo cambiare queste istituzioni per la pertinenza e per l'efficacia di una nuova economia.

Cosa dobbiamo dire della privacy. Tutti lasciamo una traccia di briciole digitali mentre lavoriamo e queste briciole sono memorizzate in un data base. Quando navighi nella rete crei una immagine speculare di te stesso. Il tuo io virtuale può sapere più di te che te stesso. Perché il tuo io virtuale può ricordare cosa ha comperato 13 mesi fa. Questo è nel procinto di distruggere tutto quello che noi consideriamo il nostro diritto base di privacy.

E cosa possiamo dire della qualità della vita. Molti temi difficili si svegliano. Come li affrontiamo? Molte Nazioni europee hanno deciso di adottare una legislazione sulla censura. Questi sono temi difficili.

E allora cosa dire della divisione digitale, quelli che hanno e quelli che non ne hanno? Diventeranno mai conoscenti o non conoscenti, e facenti o non facenti, o persone che possono comunicare con il resto del mondo e quelli che non possono farlo? La divisione digitale produce vere divisioni e vere divisioni causano divisioni digitali e la divisione digitale causa discordia reale producendo una sottoclasse strutturale.

https://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_per_la_cooperazione_e_lo_sviluppo_economico

Questo succede tra le nazioni del gruppo OECD (Organization for Economical Cooperation and Development = Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico). La divisione digitale cresce negli USA perché la terza parte dei bambini più ricchi non hanno mai usato un telefono, e tanto meno internet. Un amico lavora presso la OECD ed è appena tornato da una importante conferenza sull'ambiente. Mi ha chiesto se conoscevo la causa mortale primaria di contaminazione dell'aria nel mondo, cioè quella che uccide di più. Puoi immaginare? Per primo ho pensato agli automobili e di secondo la contaminazione industriale delle fabbriche. Tutti i due tentativi erano sbagliati. La risposta corretta era i fuochi per cucinare. Ci sono miliardi di persone nel pianeta terra che cucinano dentro delle loro abitazioni senza cimini e appropriate.

Per cui so, che come udienza voi siete più in contatto con la vasa e deprimente povertà che esiste nel mondo. Abbiamo un'opportunità oggi di estendere le nuove infrastrutture nel mondo prendendo per mano lo sviluppo sociale, ma siamo disposti a farlo?

E cosa dire dei governi? Innanzitutto qual è il loro ruolo nella creazione della nuova economia? Ho avuto un bellissimo incontro con Ricardo Lagos, presidente del Cile, e mi ha chiesto qual è il ruolo del Capo di Stato, nel creare questa nuova economia digitale? Abbiamo parlato sulle sfide del comando. I Governi hanno bisogno di creare nelle loro nazioni le condizioni per permettere costruire al settore privato una infrastruttura Hypernet. Nessuna nazione può aver successo senza una infrastruttura di rete nel migliore stato dell'arte. I Governi devono creare le condizioni perché il settore tecnologico possa crescere e particolarmente lo sviluppo di software e contenuti.

I governi devono essere se stessi modelli di utilizzatori. Una delle cose più importanti che i governi possono fare è di trasformare i propri modelli commerciali. Dello stesso modo che la corporazione industriale integrata verticalmente si è incorporata nel settore privato, lo stesso ha fatto la sua controparte pubblica, la burocrazia dell'età della integrazione verticale industriale. Questo può trasformarsi tramite reti. I governi possono stimolare una economia e mostrare vera capacità di comando facendolo loro stessi. Abbiamo bisogno di governi che si dirigono a questioni del lato scuro, per essere sicuri che non abbiamo una sotto classe strutturale. Crediti d'imposta per le famiglie di bassi risorse di maniera che possano acquistare computers e permettano di usare la rete. Creando centri di computer della comunità. Mettere le scuole con allacciamento elettronico, in quanto non c'è cosa più importante che l'assicurazione che la nuova generazione di bambini cresceranno imparando l'arte digitale e con accesso a questa tecnologia. Ci sono molte cose che i governi possono fare.

Per concludere, abbiamo bisogno di grande cambiamenti nella democrazia stessa, facendo crescere una relazione molto più sofisticata tra la cittadinanza e i governi. La capacità di stampare la carta ha facilitato la distribuzione della conoscenza. Quando le persone hanno cominciato a sapere molte cose non aveva senso avere un re che faceva tutte le decisioni nella vita dei sudditi. Si sono rotte le vecchie strutture feudali, permettendo il sorgere di nuove strutture e di una democrazia parlamentare. Il mondo in sviluppo ha capeggiato la riforma della terra, la rivoluzione coloniale e la libera mobilità ecc.

Oggi che abbiamo questo nuovo mezzo della comunicazione umana estesa in tutto il globo, sicuramente ci porterà a nuovi modelli di democrazia. Questo non significa un municipio elettronico come indicato dal candidato presidenziale statunitense Ross Perot ha detto una volta, con i voti che si contano ogni sera dopo le notizie. Quello è un concetto che fa paura. La democrazia è molto di più che il predominio della maggioranza in base notturna. Una funzione fondamentale per la democrazia è quella di proteggere il diritto delle minoranze. Conforme ci muoviamo in questo nuovo ambiente, sicuramente ci saranno opportunità per cambiare la relazione tra il cittadino e il governo. La gente è più coinvolta. Considerate tutto il concetto della memoria digitale del cervello. Il Primo Ministro Blair, ad esempio, poteva far scattare una discussione a livello nazionale sul tema della chiusura della divisione digitale nel Regno Unito.. E' una discussione in due sensi, dove ognuno è invitato a partecipare. Lui modera le discussioni, affitta 10.000 studenti di scienze politiche per fare volontariato per aiutare a organizzare le discussioni con diversi gruppi e sotto gruppi, regioni ecc, Si vota con paglietti mentre si va avanti, sorgeranno molte iniziative diverse di questo evento, non in quanto Tony Blair migliorerà la propria educazione, ma perché le persone saranno più coinvolte. Piuttosto che essere classificati come destinatari di democrazia, loro diventeranno partecipanti a un processo democratico.

Questa è una risposta complessiva. Il mio punto di vista è che non esiste niente inerente nella tecnologia che implica che questo sarà grande o scadente, in quanto non è la tecnologia che progetta le corporazioni, le scuole, le università, i governi, le istituzioni. Sono le persone. Per cui, per piacere coinvolgetevi nel posto di lavoro, come nei vostri gruppi comunitari, la scuola dei vostri figli, il vostro partito politico, tutto. Portate avanti i vostri valori, il vostro senso di responsabilità sociale e le vostre aspirazioni legittime; portatele sul tavolo. Se ci comportiamo di questa nel mondo, in gruppi di 10 milioni, forse questa nuova era, sarà una era di promesse soddisfatte e il pericolo tolto di mezzo o evitato.

Per chiudere, questo è un paradigma di cambiamento e quando avete uno di questi, vi trovate con una crisi di comando, in quanto nuovi paradigmi provocano dislocazione, conflitto, confusione e incertezza. Sono quasi sempre ricevuti con distacco, burla o ostilità, con interesse acquisito contro il cambio. I dirigenti del vecchio paradigma sono spesso gli ultimi a accettare il nuovo. Immaginate implementare mercati nell'industria del caffè può essere minaccioso, potrebbe aumentare la volatilità dei prezzi, ma si vedrebbe più elasticità nel rapporto offerta e domanda, rilucerebbe i costi di transazione, cambierebbe la struttura dell'industria, e sarebbe giusto per il consumatore. Questa è una delle dodici iniziative che possono essere intraprese in questa industria.

Come troverebbe il comando che cambia la sua società e questa industria? Abbiamo trovato che il comando può arrivare da qualunque parte. Il comando è qualcosa che ha luogo dentro l'organizzazione perché la persona al vertice non riesce sempre ad riconoscere l'organizzazione come un tutto. Per cui si Lei riesce a creare le condizioni con le quali la sua società riesce ad imparare, allora può fornire comando per questa trasformazione. Penso che un gran numero di società affrontano due alternative: Porta 1 e porta 2. La porta 1 rappresenta lo status quo e il ritorno alla ortodossia, e per quelli che prendono quella via sono convinto che avranno un futuro non brillante. C'è una altra via che possiamo seguire e di questa proverò di parlare oggi.

C'è un pilota francese della II Guerra Mondiale, Antoine de Saint Exupéry, che scrisse : Dovremmo accogliere il futuro in quanto presto diventerà passato. Ma dovremmo rispettare il passato in quanto una volta era tutto quello che umanamente era possibile avere. Come cliente della vostra industria, porto una importante gratitudine per il fatto che avete fatto quello che era umanamente possibile, avete creato una industria bellissima che consegna un valore non dichiarato enorme a miliardi di persone. Ma oggi è possibile tirare avanti, e c'è ancora un altro francese, Victor Hugo, che ha detto: non c'è niente più potente di una idea il cui tempo è arrivato.

Lasciamo che l'acqua dot-com della vasca scenda per lo scarico senza buttar via il bambino con l'acqua sporca. Si sta verificando un cambiamento fondamentale. Una nuova infrastruttura sta trasformando la maniera come noi creiamo ricchezza, la forma come portiamo avanti gli affari e tutte le istituzioni in società

nel mondo intero. Con mente aperte e pensiero fresco possiamo aiutare ad assicurare il piccolo mondo che i nostri bambini avranno in eredità sia migliore

Il momento è arrivato di fare cambiamenti profondi nelle nostre istituzioni e governi e ci auguriamo che il momento è arrivato perché ognuno di voi che sente la capacità di comando dentro di sé per cambiare la vostra industria, lo faccia e faccendolo cambi il mondo.

Di una cosa sono certo, il vostro futuro non vi annoierà, vi auguro una ottima conferenza.

Moltissime grazie.

B.- SEDUTA I

B.02

Professore *Joseph Eugene Stiglitz*
Economista e saggista statunitense
Premio Nobel per l'Economia 2001
Brookings Institution, USA

Relazione presentata alla Conferenza Mondiale del Caffè dell'Organizzazione Internazionale del Caffè OIC

Hotel Hilton, Londra, venerdì 18 maggio 2001



https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph_Stiglitz

E' un piacere essere qui per parlare con voi su qualcosa che penso sia un tema molto importante: la globalizzazione e i Paesi in via di sviluppo. Proverò di fare riferimento alle implicazioni sull'industria del caffè. Il tema della globalizzazione dovrebbe essere a voi familiare. L'Organizzazione Internazionale del Caffè è una organizzazione globalizzata fondata circa 40 anni fa.

Il caffè è una merce globalizzata, effettivamente la storia della estensione del caffè dallo Yemen e l'Etiopia più di 400 anni fa nel mondo è di per se una storia della prima globalizzazione. Oggi 50 miliardi di dollari sono spesi dai consumatori che rendono i mezzi di sopravvivenza di cento milioni di persone in 60 Paesi, e per molti Paesi produttori rappresenta una parte significativa, fino al 60% dei guadagni all'esportazione.

Oggi c'è molto scontento con la globalizzazione e molto scontento con la maniera come la globalizzazione colpisce l'industria del caffè. Per molto tempo c'è stato il problema della volatilità dei prezzi per le merci della borsa in generale e per il caffè in particolare., e oggi si sa, il prezzo del caffè è crollato del 50% per i produttori di tutto il mondo, percentuale calcolata sul prezzo valido appena poco tempo fa.

Il problema del declino dei prezzi è stata chiaramente una storia lunga, il tipo di prezzi delle merci in generale è un problema che ha preoccupato gli economisti per lunghi periodi. Prebisch, che era un economista latinoamericano di grande valore si è espresso sul problema della caduta del prezzo delle merci di intercambio nel lungo periodo. Il problema della volatilità dei prezzi delle merci è stato sempre motivo di grande preoccupazione. Io penso che ci sono due cose che distinguono le prospettive presenti a quelle di una volta, diciamo 10 o 15 anni fa.

Primo, mentre che una delle conseguenze del tipo di tecnologie descritte nell'ultima relazione, è che mentre i produttori ricevono molto meno con i prezzi, il prezzo al consumo non scendono nella stessa proporzione. Per cui i margini di profitto aumentano e questo penso per gli abitanti dei poveri paesi produttori è particolarmente spinoso. E' evidentemente chiaro che esiste una discrepanza tra gli interessi dei consumatori e quelli dei produttori.

Secondo lo scontento che vediamo nell'area del caffè e la globalizzazione è parte di uno scontento più ampio con la globalizzazione, un quadro che è stato appena mostrato qualche minuto fa. E è questo scontento più ampio con la globalizzazione che io desidero di mettere in evidenza questa mattina.

Ci sono tre argomenti che vorrei presentare. Primo, la globalizzazione può essere una forza potente e positiva per il mondo in sviluppo. Infatti la sezione del mondo in via di sviluppo che è cresciuta in una forma molto significativa negli ultimi tre o quattro decadi è Asia dell'Est, che è cresciuta come risultato della sua partecipazione nella globalizzazione con vantaggi enormi. Il reddito per capita in Paesi come la Corea, pure ricordando la crisi finanziaria mondiale degli ultimi anni, è cresciuto 8 volte se comparato con i redditi di 30 anni fa con il conseguente benessere per i cittadini di questo paese. E sono benefici molto compartiti. Le percentuali di povertà in Asia dell'Est sono crollati. Ma mentre che la globalizzazione può essere una forza potente e positiva per il bene, la seconda proposizione che desidero mostrare è che la maniera come la

globalizzazione si ha proposto nel mondo, per diversi paesi la questione non è stata positiva. Molte Nazioni, soprattutto quelle nazioni povere hanno sofferto molto. C'è stata una conferenza all'inizio di questa settimana con il patrocinio delle Nazioni Unite concentrata sui Paesi in via di sviluppo ed è stato recalcato diverse volte che il numero di paesi poveri è cresciuto enormemente negli ultimi 20 anni. Il numero di persone in povertà assoluta è cresciuto negli ultimi dieci anni. Se compariamo la crescita degli redditi con l'aumento della popolazione, notiamo che l'aumento della popolazione cresce mentre i redditi scendono. In una regione del mondo dove il mercato è entrato 10 anni fa, i Paesi comunisti, possiamo dire che a queste nazioni è stato promesso un miglioramento degli standards di vita e di reddito, invece la promessa non è stata sostenuta. In Russia, la più grande di queste nazioni, i redditi oggi sono 40% inferiori a quelli di 8 anni fa. La percentuale di povertà alla fine del Comunismo in Russia era il 2%. Oggi la percentuale di poveri è del 50%. E più di un bambino su due vive nella povertà. Per cui si può dire che la globalizzazione non ha portato benefici a tutti. A parte l'Asia del Est non ci sono state convergenze di reddito. A Ginevra 1994, uno studio delle banche mondiale mostra che il risultato di quel Uruguay Round ebbe infatti come risultato, che nelle zone più povere del pianeta come le nazioni dell'Africa sub Sahariana il reddito scese del 2% a causa delle ragioni di scambio. Per cui mentre che gli USA e l'Europa vantavano a grandi voci quanto avevano guadagnato con l'Uruguay Round, non era soltanto una partecipazione sproporzionata dei benefici della globalizzazione, era che una parte del mondo, l'Africa sub Sahariana si trovava peggio di prima. Oggi sappiamo che la liberalizzazione del mercato del capitale, un'agenda spinta dal IMF per anni era tra i primi colpevoli, è stata la componente singola più responsabile dei prezzi finanziari globali che hanno prodotto tali danni inn'Asia dell'Est e in Corea, Indonesia e Thailandia e altre nazioni nel mondo. Oggi il IMF riconosce che la liberazione del mercato del capitale in nazioni meno sviluppate potrebbe di fatto aumentare su volatilità e causare problemi, ma è un po' troppo tardi per le persone che hanno sofferto tanto negli ultimi cinque anni come risultato della liberazione del mercato del capitale.

Per cui la prima proposta è che mentre la globalizzazione può essere una potente forza positive, la seconda proposta è che molto spesso è stata una forza che ha colpito le nazioni in via di sviluppo e ai poveri. E questo porta alla terza domanda o terza proposta, da dove arriva il problema? Quello che desidero discutere qui è che la fonte del problema è il sistema globale di governance (L'insieme dei principi, delle regole e delle procedure che riguardano la gestione e il governo di una società, di un'istituzione, di un fenomeno collettivo O.G.). Quando 150 anni fa la posta in gioco delle nazioni si formava in Europa, o l'economia nazionale si formava negli USA, avevamo sistemi di governante che assicuravano che le persone non cadessero nelle crepe. Avevamo un governo nazionale negli USA, un governo nazionale che ad esempio nel 1863 ha fornito un quadro di regolamentazione del mercato finanziario. Avevamo un sistema completo di reti di sicurezza che sono state montate nel posto giusto. Oggi non abbiamo un sistema globale equivalente di governo. E penso che nessuno si aspetta di vederlo, ma abbiamo un sistema di governance globale senza avere un governo globale che è in molti casi totalmente difettoso. E i risultati che abbiamo visto e dei quali ho parlato, il fatto che qualche nazione come l'Europa o gli USA abbiano guadagnato ma altre nazioni hanno sofferto è una conseguenza diretta della maniera come il sistema di governante globale è stato istituito. Per cui queste sono le tre idee che oggi desidero mettere in evidenza.

Vorrei cominciare con il fatto che ho seguito le discussioni sulla globalizzazione per più di cinque o dieci anni, sono state cambiate enormemente le percezioni, particolarmente negli ultimi paio d'anni. Sono andato a incontri, ad esempio, dove i dirigenti d'impresa a (DARvos) parlavano alle persone provenienti da tutti i ceti sociali – quello che è chiaro è che c'è un riconoscimento crescente di qualcuna delle proposte che ho presentato. C'è un crescente riconoscimento che l'agenda del commercio, ad esempio che ha dominato la creazione dei mercati internazionali, è un'agenda spinta dal Nord dalle nazioni sviluppate e per le nazioni sviluppate. C'è il riconoscimento che c'è qualcosa di fondamentalmente sbagliato con la maniera come se sono portati avanti la situazione. Per concentrarsi un po' per un momento sulla questione dell'agenda del commercio, noi tutti riconosciamo che mentre c'è stato un enorme impulso, pressione perché le nazioni in via di sviluppo riducano le loro barriere commerciali ai beni dell'industria, l'Europa e gli USA si sono rifiutati ad abbassare le barriere commerciali ai prodotti agricola provenienti dal mondo in via di sviluppo. Il tutto c'è stato molto asimmetrico. E precisamente questa asimmetria che ha portato il fatto, il motivo per cui l'Africa sub sahariana si trovava con tanto svantaggio nelle ultime negoziazioni commerciali. Ma i problemi sono ancora più gravi e riflettono dei principi generali che ho visto molte volte quando ero alla Casa Bianca. Ci sono due principi generali che ho visto molte volte. Tutti pensano nel principio di non dare mai sussidi tranne che alla propria industria L'altro è che tutti pensano nel principio della concorrenza tranne che nella propria industria. Lasciatemi spiegare queste due proposte con due esempi.

Il primo nel settore dei sussidi. I Paesi sviluppati, l'Occidente, gli USA, spesso da lezioni agli altri paesi sul fatto di non concedere sussidi eppure, in un'area che è il vantaggio comparativo del mondo in sviluppo, agricoltura, i paesi sviluppati danno enormi sussidi alle proprie industrie agricole. Infatti la magnitudine dei sussidi che l'Europa, gli USA e il Giappone danno alla loro agricoltura sono superiori agli introiti del sussidio in Africa. La questione è semplicemente fuori proporzione.

Consideriamo la questione della concorrenza. Nel 1993 lavoravo alla Casa Bianca quando ho visto crollare il prezzo dell'alluminio in una forma più drammatica del crollo del prezzo del caffè degli ultimi anni. E quando questo successe mi sono detto che nel giro di sei settimane potevo scommettere (Alcoa) e tutte le altre società dell'alluminio si daranno appuntamento alla Casa Bianca chiedendoci di fare qualcosa. Ed ero nel giusto. Avevo pensato che sarebbero trascorse sei settimane – due mesi, ma erano lì dopo qualche settimana. E c'era Paul O'Neill CEO di (Alcoa) che da quel momento ha avuto fama come l'attuale Segretario del Tesoro degli USA, una persona che soltanto qualche mese fa aveva fatto un discorso famoso, "il problema con il capitalismo, il problema con il mondo, non è che ci sia troppo capitalismo, ma piuttosto troppo poco". Orbene, Cosa pensate ci abbia suggerito come azione da fare per risolvere il problema dei prezzi in calo dell'alluminio? Mi aspettavo qualcosa come dei sussidi – a tutti piacciono i sussidi, ma quello che ha chiesto era piuttosto qualcosa che non mi aspettavo. Ci ha detto di provare a creare un cartel globale dei prezzi dell'alluminio.

Il problema era – quale era la fonte del problema? Un po' differente al problema che si affronta con il caffè – Il problema era parzialmente che l'economia mondiale entrava in una fase di arresto e quando l'economia globale entra in una fase di arresto, i prezzi delle merci scendono e questa era una parte del problema. Un secondo aspetto del problema era che la Russia, con la fine della Guerra Fredda, una cosa positiva per il mondo, ma una delle cose della Guerra Fredda era che allora Russia aveva smesso di costruire aerei per buttare giù le bombe negli USA e l'Europa. Buone notizie anche per l'Occidente. Ma quando hanno smesso di costruire aerei, gli aerei adoperano un sacco d'alluminio per cui ci trovavamo una offerta addizionale di alluminio sul mercato. La terza questione era una questione interessante, inedita ai molti che negli USA c'è un'abitudine, che quando si finisce di bere una lattina di Coca Cola o una lattina di birra, si schiaccia la lattina, e intorno al 1993 la forza nelle mani del maschio statunitense medio era aumentata, per cui più forti per schiacciare la lattina, molti di noi pensiamo che questo aumento della propria fiducia ha aiutato alla crescita dell'economia degli USA dal 1993 – 1994. Ma il vero motivo del miglioramento dell'abilità di schiacciare le lattine di Coca Cola era dovuto che queste avevano 10% meno alluminio.

Hanno scoperto una maniera di fare le lattine di Coca Cola solide abbastanza di contenere la bibita senza rompersi. Pre cui comunque, il punto era che tutto questo ridusse la richiesta d'alluminio e aumento l'offerta d'alluminio, il prezzo dell'alluminio crollò e qui ci troviamo a questo Paul O'Neill, convinto sostenitore dell'economia di mercato, dicendo che dobbiamo creare un cartello per tenere fuori la Russia, che stavano trattando di convincere di diventare un'economia di mercato, per mantenerla fuori del mercato globale. Ha avuto successo. Non racconterò tutti i particolari ma devo raccontare un fatto. Alla fine di quell'incontro nella Casa Bianca, dove si era deciso di formare un cartello globale dell'alluminio, il fatto era tanto terribile, tanto offensivo, che avvocato generale assistente (Assistant Attorney General) degli USA incaricato di controllare le misure anti-monopolio, disse a tutto il gruppo del sottocabinetto del Gruppo d'Economico che avrebbe dovuto citarci in tribunale a tutti noi per la violazione delle leggi contro i monopolio degli USA. Il punto è che c'è questa asimmetria di risposta – una conferenza sulla concorrenza, ma quando si toccano i beni industriali, ci si allontana delle regole della concorrenza. Una conferenza sulla negazione dei sussidi, ma quando si tratta degli stessi paesi, una imposizione di sussidi. Una conferenza sull'apertura dei mercati, ma quando si tratta dei beni dei Paesi in via di sviluppo si chiudono i propri mercati.

Ci sono temi, non soltanto di economia, ma di valori. Se mettiamo tutto al servizio degli interessi speciali e non degli interessi nazionali, sottomettiamo tutto agli interessi dell'economia. Questo non era mai stato così evidente come nel caso dei diritti della proprietà intellettuale discussi per la prima volta nelle discussioni dell'Uruguay Round. Nuovamente quando io era alla Casa Bianca, le discussioni su questo tema stavano giungendo a termine e molti di noi si sono posti delle domande su questi diritti di proprietà intellettuale. I diritti della proprietà intellettuale non sono come la legge naturale. Rappresentano un bilancio degli interessi dei consumatori e dei produttori. Dovrebbero e possono rappresentare un interesse di una varietà di imprese che hanno bisogno di essere bilanciate nel progetto della proprietà intellettuale, quello che molti di noi provano di fare con i nostri stessi Paesi. Ma c'è stata una completa mancanza di questo punto di vista nelle negoziazioni dei diritti della proprietà intellettuale come parte delle discussioni dell'Uruguay Round. Ho provato di argomentare e si sono unite a me le altre persone nel Consiglio dei Consulenti Economici e l'Ufficio della Politica Scientifico-Tecnologica con sottolineando che il progetto dei diritti della proprietà intellettuale non prendeva sufficientemente in considerazione gli utilizzatori nei paesi sviluppati o in via di sviluppo. Tra gli utilizzatori della proprietà intellettuale ci sono ricercatori ed per questo motivo che l'Ufficio della Politica Scientifico-Tecnologica si preoccupava. Noi eravamo preoccupati, infatti, che il regime di proprietà intellettuale che si proponeva come parte delle discussioni dell'Uruguay Round avrebbero rallentato il progresso tecnologico del mondo.

Ma noi eravamo pure preoccupati che ci fossero altri valori, particolarmente per quello che riguarda i diritti della proprietà intellettuale delle medicine, della salute. Non penso che ci rendevamo completamente conto che il regime di proprietà intellettuale adottato nel 1994 aveva la capacità di condannare a morte le persone. Le persone firmavano un pezzo di carta e pensavano di aver firmato un documento semplice, un accordo commerciale, ma quell'accordo commerciale dava il potere alle compagnie farmaceutiche di aumentare i loro prezzi, per vietare la possibilità dei poveri in Africa di procurarsi le medicine che occorre per sopravvivere. E questo equivaleva a condannare queste persone a morte. Per cui i Ministri del commercio non vedevano la questione come una condanna a morte, ma questo era quello che facevano. Ed è soltanto grazie al processo di globalizzazione che noi abbiamo parlato dell'argomento questa mattina dove la società civile globale disse che la questione era oltraggiosa, i vostri Ministri del Commercio hanno soltanto guardato gli interessi speciali delle ditte farmaceutiche e non gli interessi maggiori della società quando hanno fatto quello, le ditte farmaceutiche sono state battute e l'accordo del 1994 è stato riportato nella prospettiva. Ma questo era soltanto la punta dell'iceberg. Ci sono centinaia di altri temi dove delle persone non soltanto sofferenti di Aids, ma anche di altre malattie non riescono ad avere i farmaci fuori delle loro possibilità e le loro vite sono accorciate come risultato dell'Accordo del 1994.

Il punto che vorrei sottolineare è che le questioni vanno oltre gli aspetti puramente commerciali, e che soggetti come la proprietà intellettuale vanno oltre gli aspetti puramente commerciali, ed è così che sono normalmente presentati. Le questioni e la problematica sono più ampi di quello che io ho descritto e vorrei parlare di due aspetti per segnalare quanto sono complicati e dirimpenti.

Nell'economia parliamo e puntiamo i riflettori su un concetto chiamato "insonence". Tutte le politiche hanno un effetto di distribuzione. Diritti di proprietà intellettuale forti fanno comodo a qualcuno e danneggiano ad altri. Lo abbiamo visto chiaramente. Ma questo è vero praticamente per qualsiasi politica applicata al nostro mondo globalizzato. Mentre certuni traggono profitto, altri invece soffrono. Come si fa a scrivere le regole di un gioco che può produrre effetti che le persone non avevano immaginato. Vorrei considerare due esempi:

Uno di loro sembrerebbe fuori tema di e foraneo alla globalizzazione. Parliamo del sistema di tassazione adoperato nei Paesi in via di sviluppo. Mi sento un po' in colpa perché delle persone che si sono pronunciate a favore dei cambiamenti che elencherò, hanno studiato in libri di testo scritti da me. Ma apparentemente non

hanno letto i miei libri in forma corretta. In tutto il mondo, l'IMF e la Banca Mondiale hanno spinto dei Paesi ad adottare un sistema di tassazione chiamato VAT (Imposta sul valore aggiunto) che è adoperato in Europa. È un sistema ottimo in Europa ed esistono addirittura argomentazioni per imporlo. Ha bassi costi di raccolta, garantisce uniformità, riduce le distorsioni e c'è una buona ragione per cui l'ho consigliato nei miei libri, per i paesi in via di sviluppo. Ma c'è una differenza tra i paesi sviluppati e in via di sviluppo e se non si capisce questa differenza non si può assolutamente fare il consigliere per i Paesi in via di sviluppo. In cosa si differenziano i Paesi in via di sviluppo? Sono diversi in molte forme, ma una di queste è la magnitudine, le dimensioni del settore informale. Una gran quantità del caffè è prodotto dal settore informale. I Paesi in via di sviluppo non hanno poche fabbriche facilmente individuabili e tassabili e da qui è facile fare la raccolta della tassazione. Nei paesi in via di sviluppo bisogna raccogliere le tasse da migliaia di persone impiegate in forma informale dai piccoli produttori, con il risultato che fare effettivo il pagamento dell'IVA è virtualmente impossibile. Per cui la rata di tassazione è relativamente poco efficiente.

Chi paga l'IVA? L'IVA lo pagano le persone che lavorano nel settore formale – 20 o 30 per cento dell'economia. Nella maggioranza delle nazioni in via di sviluppo, particolarmente quelle meno evolute, l'IVA lo paga il settore formale. L'argomento è stato, allontaniamoci delle tariffe e avviciniamoci all'IVA per finanziare, dimenticando ovviamente che le nazioni che hanno avuto successo nel passato, come gli USA, avevano l'industrializzazione protetta tramite le barriere tariffarie. Gli USA sono riusciti a sviluppare, e l'argomento si concentra nel togliere la scala di maniera che altre nazioni non possano aggiungere il gruppo di paesi sviluppati. E cosa c'entra tutto questo con il caffè? Orbene, cosa succede quando quando si tassa il settore formale? Si spinge alle persone che lavorano nel settore formale a spostarsi al settore informale. Cioè li cacci via dal settore più avanzato e moderno verso il meno avanzato settore agricolo. Per cui ti trovi ad aumentare l'offerta di lavoratori per produrre materia prima come l'agricoltura, il caffè, e cosa succede allora quando aumenti la disponibilità di persone per produrre quella merce? Il prezzo crolla. Questo va bene ai Paesi del ricco nord, fa l'interessi delle nazioni avanzate e industrializzate, ma no fa gli interessi dei Paesi produttori. Questa politica falsa, non vorrei suggerire che c'è stata una cospirazione, ma è la conseguenza di queste politiche, la conseguenza non desiderata.

Lasciatemi fare un'altro esempio. Considerate le strategie per lo sviluppo spesso proposte dalla Banca Mondiale in lunghi periodi. Sono state delle strategie di sviluppo concentrate e facendo enfasi nell'educazione primaria. Si è concentrata in un vantaggio comparativo statico verso l'espansione della gomma, caffè, Paesi come il Vietnam sono stati molto capaci nell'espandersi in questi settori. In un certo senso statico ha fatto un gran senso. Ma quale è stata la conseguenza globale di questo. Se si concentra il sistema educativo nella produzione di mano d'opera non qualificata, aumentando l'efficienza e il numero dei lavoratori non qualificati, senza dare ad altre persone la possibilità di un'educazione più alta, verso la produzione industriale, risulta che si aumenta la produzione delle merce basiche. E cosa significa questo? Lo stesso che ho detto prima, un aumento dell'offerta di prodotti a basso prezzo che sono consumati dalle nazioni avanzate e industrializzate, e meno concorrenza per i prodotti dei Paesi avanzati e industrializzati.

Consideriamo le Nazioni che hanno avuto più successo nello sviluppo, come la Corea. Avevano una forte educazione primaria, ma nello stesso tempo hanno spinto verso una educazione secondaria e universitaria avanzata. Nel periodo della massima crescita economica del Brasile che ebbe luogo nel periodo dopo la Seconda Guerra Mondiale, uno dei motivi per il suo successo è stata la spinta che hanno dato alla pubblica istruzione. Le buone notizie nel caso del Brasile è che nei ultimi otto anni c'è stato un grande sforzo per migliorare l'educazione e dunque l'enorme espansione di questa che promette bene per il futuro del Brasile. Ma notate cosa succede nel momento che il Brasile si muove nella produzione di altri prodotti come ad esempio aeroplani. Il Canada comincia a accusare senza nessuna prova che c'è un problema di afta epizootica in Brasile, per uccidere l'importazione di carne bovina del Brasile nei Paesi del Nord. Quando si arriva alla conclusione che il tema veramente non è un problema, i canadesi fanno marcia indietro, ma nel frattempo il danno è stato fatto e questo è una tattica commerciale sleale. Per cui il punto che desidero fare è che i problemi sono più grandi di quello che dicono le discussioni, arrivano alle strategie delle tassazioni, arrivano alle strategie dello sviluppo e in questo mondo globalizzato, questi cambiamenti di politiche spinti di un paese all'altro hanno effetti globali che impattano tutte le merci di esportazioni includendo il caffè.

La questione ora è dove andiamo? Noi non possiamo fare un passo indietro della globalizzazione, perché la globalizzazione è un fatto della vita. Non può sparire. Infatti il caffè ha avuto beneficio della globalizzazione. Esiste perché la globalizzazione c'era 400 anni fa. Ed è un caso che non se possono evitare le leggi dell'economia, le leggi della domanda e l'offerta. Sono lì, ed è questo che crea in parte il basso del prezzo del caffè oggi. Per cui il tema non è se possiamo rifiutare la globalizzazione, e no se possiamo rifiutare la legge della domanda e l'offerta, il tema è come cambiare le regole del gioco, come cambiamo la maniera come la globalizzazione si è sviluppata in modalità che adoperi le forze del mercato, che usi la globalizzazione, per correggere la mancanza d'equilibrio che ha caratterizzato il sistema di globalizzazione nelle decate scorse.

Orbene, quello che chiedo e un nuovo patto globale. Come abbiamo accertato con le disuguaglianze del passato, deve esserci un nuovo patto globale che considera l'interessi del mondo in sviluppo e trovi l'equilibrio con gli interessi del mondo sviluppato. Sono trascorsi cinquant'anni da quando si è arrivati alla fine della colonizzazione, ma la mentalità coloniale è ancora qui e le sue evidenze sono ancora presenti. Quella mentalità è evidente nelle strutture di governo di diverse delle organizzazioni internazionali.

Ci sono delle cose specifiche che si possono fare e si possono fare velocemente, addirittura oggi stesso. Lasciatemi menzionare qualcuna perché considero che sia importante. La Commissione del Commercio dell'Unione Europea ha fatto una proposta audace che io appoggio con forza. Quella di eliminare le barriere commerciali negli USA, in Europa, Giappone con le nazioni meno sviluppate.

Le nazioni meno sviluppate rappresentano soltanto la metà dell'uno per cento del commercio. Eliminando le barriere commerciali per queste nazioni, tutto eccetto le armi, farebbe un'enorme differenza per gli abitanti di quelle nazioni imponendo un costo minimo al mondo sviluppato. Eppure questa proposta è stata ricevuta

con poco entusiasmo in Europa e non è riuscita a produrre discussioni serie negli USA. Quello sarebbe quello che io farei per primo.

La seconda sarebbe di dirigere i riflettori sul discorso dei sussidi sleali che prima descritto, particolarmente per quello che riguarda l'agricoltura, che fa della concorrenza tra il mondo sviluppato e il mondo non sviluppato una battaglia totalmente disonesta.

Terzo, rivedendo le strategie della Banca Mondiale e il Fondo Monetario Internazionale incluso le strategie per la tassazione, strategie per lo sviluppo, riconoscendo che ci sono queste conseguenze globali dell'effetto delle condizioni commerciali, dei prezzi, delle politiche che loro hanno spinto. Quarto, penso che ci deve essere un nuovo giro di discussioni che dovrebbe però che dovrebbe iniziare ed essere premesso nel discorso di mettere a posto le mancanze d'equilibrio del passato. Gli USA hanno già dichiarato che si può raggiungere questo traguardo però hanno bisogno di avere pieno rispetto degli accordi fatti nel 1994. Questo mi sembra totalmente inaccettabile. Bisogna riconoscere che gli accordi del passato erano senza equilibrio e che prima che arrivi il primo ordine commerciale, quelle mancanze di equilibrio devono sparire.

Per quello che riguarda le riforme specifiche e le azioni che posso impattare il caffè, ci sono un paio di cose che penso possono essere d'aiuto. La prima è che si deve riconoscere l'enorme volatilità del mercato delle merci in generale e il caffè in particolare. Penso che si dovrebbe considerare la creazione di un fondo cuscinetto che permetta le nazioni di affrontare meglio quelle volatilità senza il tipo di condizionamento che rappresenta l'intrusione nella propria sovranità democratica. La seconda, non sono ottimista sul discorso di cartelli. I cartelli non sono facili da imporre, rappresentano una invenzione in processi di mercato e tipicamente creano distorsioni. Per dirla breve, non funzionano. Ma sono più ottimista, non totalmente ottimista, sull'uso di politiche di tassazione con gli introiti adoperati per aiutare il Sud. Abbiamo riconosciuto il principio di tassare i consumatori per aiutare l'agricoltura nel mondo sviluppato, cosa che fanno tutte le nazioni sviluppate. Abbiamo riconosciuto il principio di aiutare la gente povera nei loro stessi paesi. Penso che con l'apparizione della globalizzazione dovremmo riconoscere che le comunità che ci preoccupano sono fuori dei nostri stretti confini nazionali, le comunità che ci preoccupano per la povertà sono globali. E abbiamo potuto renderci conto nel Movimento Giubilare, nel Movimento del Condono del Credito dell'anno passato. Ma deve andare oltre. E la globalizzazione per me richiede di estendere il principio oltre i nostri stessi confini per riconoscere che potrebbe essere, che dobbiamo considerare il Norte tassandosi da solo, con i ricavi distribuiti per aiutare i poveri del Sud.

Lasciatemi concludere ponendo l'accento che sono riuscito in breve tempo a parlare di questioni fondamentali. Questioni di tasse, strategie di sviluppo, questioni commerciali, proprietà intellettuale, ma ci sono una miriade di questioni che cambiano di anno in anno. Come si affrontano queste questioni influenzerà la globalizzazione, avrà un effetto se la globalizzazione fa gli interessi del mondo sviluppato, fa gli interessi dei poveri nel mondo in via di sviluppo o se come nel passato, il mondo in sviluppo è impattato e i poveri nel mondo in sviluppo sono i più colpiti. Come queste questioni, questa miriade di questioni che si devono affrontare saranno risolte dipenderà da chi siede al tavolo e come si fanno le decisioni. E questo mi riporta al tema dell'inizio della mia chiacchierata. Il tema della governance globale.

Dobbiamo avere un migliore sistema di governante globale. Oggi non abbiamo una partecipazione significativa in molti aspetti del nostro sistema di governante globale. Abbiamo tecnologie descritte nelle conversazioni di questa mattina, ma non abbiamo informazione. Se non abbiamo istituzioni trasparenti, se le negoziazioni hanno luogo a porte chiuse, se non si rende disponibile l'informazione, anche avere le migliori tecnologie, non servirà a niente. Fare omaggio alla trasparenza soltanto a chiacchiere non è sufficiente. Negli ultimi incontri dell'IMF e della Banca Mondiale se ha parlato molto sulla trasparenza, eppure c'è una riluttanza a rilasciare dell'informazione chiave che consentirebbe una più ampia partecipazione al processo decisionale. Non va bene fare delle rivelazioni dopo che le decisioni sono state prese e poi dite, è meglio sapere la decisione dopo che è stata presa, e non di non saperla a fatto, mantenendola permanentemente segreta, ma l'informazione deve venire prima di prendere la decisione e c'è una riluttanza a farlo. Potrei continuare all'infinito però lasciatemi soltanto assicurare che queste istituzioni sono tutt'altro che trasparenti. Loro parlano di trasparenza ma di questa manca molto.

Come risultato della mancanza di trasparenza c'è una inadeguata responsabilità democratica e la mancanza di responsabilità democratica si riferisce non soltanto alla trasparenza ma anche al sistema di diritto di voto che è più trasparente e più ovvio nel caso di istituzioni come il IMF e la Banca Mondiale. Nella maggioranza di settori, nelle nostre nazioni crediamo nel paradigma una persona un voto. Eppure in luoghi come la IMF e la Banca Mondiale, la base è un dollaro un voto. Sarebbe soddisfacente se si discutesse soltanto di questione tecniche d'interesse ai ministri delle finanze. Ma le decisioni del IMF produce impatti nella vita e i mezzi di sussistenza di persone nel Paese. Il loro supporto ai diritti della proprietà intellettuale, il loro supporto a molte questioni impatta i lavoratori, piccoli imprenditori, le macro politiche impatta a tutti in queste nazioni. Negli USA non lasceremo mai al Ministro della Finanza fare decisioni del genere perché sappiamo che lui prenderebbe le decisioni riflettendo certi interessi, sicuramente. Insistiamo che quelle decisioni siano fatte da un consiglio che rappresenti tutti i portatori d'interesse. Purtroppo non è così che funziona oggi. Per cui i diritti di voto si fanno sulla base di un dollaro, un voto, però in realtà non è neanche un dollaro un voto. Si fa come alla fine della Seconda Guerra Mondiale, un dollaro un voto, con qualche aggiustamento. Non si rappresenta il mondo come è attualmente. Non c'è legittimità nella struttura di voto tranne gli anacronismi storici.

Ma in realtà è peggio di come l'ho descritto. Perché bisogna domandarsi chi rappresenta queste nazioni? Quando fanno queste decisioni che impattano la vita e i mezzi di sopravvivenza di milioni, miliardi di persone. E' come nella barzelletta - c'è un vasto spettro di opinioni, diciamo nella struttura di governo del IMF fino ai Governatori della Banca Centrale e i Ministri della Finanza. Nessun altro c'è nel Consiglio d'Amministrazione. Una osservazione interessante è il fatto che gli USA sono rappresentati dal Ministero del Tesoro degli USA. Ho avuto un incontro con il Presidente degli USA che disse: "Non è terribile quello che fa l'IMF?" Aveva appena letto il fatto nel New York Times. Il fatto non era sufficientemente importanti perché il suo Ministro delle Finanze informasse il Presidente. Quello che lui non sapeva era che il IMF lo faceva perché il Ministro

delle Finanze degli USA le aveva detto di agire così. Non rappresentava dunque quello che volevano gli USA ma quello che voleva il Ministro delle Finanze del Ministero delle Finanze degli USA. Chiunque capisce qualcosa dei processi democratici, capisce che in complessi politici, istituzioni politiche ogni agenzia riflette di più gli interessi dei contadini con i quali sono in contatto. Loro parlano con Wall Street, ma quanto dedicano a parlare con i sindacalisti? O ad altri interessi? Forse hanno degli incontri formali una volta ogni diversi mesi ma il fatto è che loro sentono secondo l'interlocutore che non è il rappresentante valido della popolazione statunitense, e ancora meno della popolazione nel globo. Nelle N.U. cinque nazioni hanno il potere del veto. E questo non è considerato accettabile perché popolazioni come l'India, che sono stati colonie quando il IMF e la Banca Mondiale sono state create non erano nazioni indipendenti neppure nazioni importanti. Loro non hanno il potere del veto. Nell'IMF, una nazione ha un potere di veto effettivo – io la chiamo il G1, e voi avete capito di chi parlo.

Il fatto è che viviamo in un mondo di globalizzazione, che parliamo di democrazia, ma abbiamo un sistema d'istituzioni globali che non vive secondo le normative della responsabilità democratica. Penso che la globalizzazione può essere una potente forza positiva, ma guardo le memorie e non so se qualcuno che guarda obiettivamente può essere in disaccordo con questo – Non sempre è stata una potente forza positiva. È stata una forza che ha ferito diverse nazioni e i poveri in molte altre. Ci sono riforme specifiche che possono fare la differenza. Ho fatto un elenco di quelle riforme specifiche ma nel lungo termine, soltanto variazioni fondamentali, variazioni nei sistemi di governante, può assicurare che la globalizzazione può essere una potente forza positiva per le nazioni in via di sviluppo come dovrebbe essere. Grazie.

B. SEDUTA I

B.03

Robert Thompson

Direttore dello Sviluppo Rurale, Banca Mondiale

Relazione presentata alla Conferenza Mondiale sul Caffè dell'OIC

Hotel Hilton, Londra, venerdì 18 maggio 2001

<http://www.farmdoc.illinois.edu/thompson/index.html>

Paesi poveri fortemente indebitati

https://en.wikipedia.org/wiki/Heavily_indebted_poor_countries
<http://www.investopedia.com/terms/g/gdp.asp>



Buon giorno signore e signori. Ho molto piacere e sono onorato di essere stato invitato a fare una relazione in questo incontro che riguarda le "Strategie per i Paesi in via di Sviluppo Dipendenti delle Merci Primarie" (*Strategies for Developing Countries Dependent upon Primary Commodities*). Questo è molto tempestivo per noi alla Banca Mondiale dove ci troviamo in mezzo alla revisione delle strategie della Banca riguardo allo sviluppo rurale e della agricoltura. Per iniziarla mia relazione vorrei rivedere un po' di cifre. Ci sono approssimativamente un miliardo e un quarto (1.250.000.000) persone che vivono con meno di un dollaro al giorno e 70% di loro vivono in aree rurali e la loro attività è soprattutto la di agricoltori. La maggioranza di loro vivono in Paesi che dipendono fortemente della produzione di merci primarie per il loro ruolo nella generazione del GDP (Gross Domestic Product) PIL (Prodotto Interno Lordo) e nella generazione di entrate dalla esportazione, insieme alla fornitura di reddito, qualunque reddito possa essere possibile per i membri di quelle società con redditi assurdamente bassi. Nelle Nazioni di medio reddito basso, esiste una forte dipendenza delle merci primarie nei guadagni dell'esportazione. In Africa, 80 per cento dell'entrate alla esportazione provengono dall'esportazioni di prodotti agricoli e prodotti energetici. In America Latina è il 50% e in Asia il 25%. Più di 50 Nazioni in via di sviluppo dipendono di meno di tre merci per più della metà dei loro guadagni all'esportazione. Questa tendenza è particolarmente significativa nel caso delle nazioni povere fortemente indebitate, chiamate Nazioni "HIPC" (Heavily indebted poor countries)

È molto nota a questo gruppo la realtà della volatilità dei prezzi delle merci internazionali, con fluttuazioni a 50 a 150 per cento in pochi anni, che producono un grave impatto alle macroeconomie, al Prodotto Interno Lordo, al bilancio commerciale, alla rata di cambio, alle rate d'inflazione ma produce pure grandi impatti nei redditi degli agricoltori, dove molti di loro sono i membri più poveri. Piccoli contadini con un reddito familiare che dipende dei prodotti agricoli possono vedere grandi variazioni nei redditi variando fortemente da un anno all'altro e portandoli verso il basso con un reddito a livello di pura sopravvivenza. Infatti

l'agricoltura è una attività molto pericolosa con la volatilità dei prezzi e la variabilità della resa del raccolto direttamente in relazione alle condizioni climatiche.

<https://www.mathsisfun.com/data/standard-deviation.html>

Mean, Variance=squared differences from the mean. Standard Deviation square root of Variance.

E' chiaro che non soltanto gli agricoltori dipendono dalla volatilità dei prezzi delle merci. I consumatori del cibo sono pure affettati quando il prezzo del cibo cambia sollecitato dai shocks dei prezzi agricoli, e certamente i poveri spendono la più grande parte del loro reddito in alimenti, per cui sono particolarmente danneggiati dalla volatilità dei prezzi. Considerando queste osservazioni circa un anno fa nella sede della Banca Mondiale abbiamo cominciato a rivedere la strategia della nostra agricoltura e dello sviluppo del mondo. Un altro motivo per cui abbiamo iniziato questa revisione è che l'anno scorso i prestiti per lo sviluppo agricolo della Banca Mondiale è stato il più basso nella storia della Banca Mondiale. Per la prima volta nella storia della Banca, i prestiti in questo settore sono stati sotto il 10 per cento dei nuovi prestiti in portafoglio. Nello stesso tempo, la maggioranza dei donatori della assistenza ufficiale allo sviluppo hanno a loro volta ridotto i loro investimenti per lo sviluppo agricolo negli ultimi venti anni. Molti Paesi stessi hanno ridotto la ricerca pubblica nel campo della agricoltura in questo periodo, nonostante, nello stesso tempo, il settore privato ha aumentato i propri investimenti per riuscire in qualche forma a compensare il declino degli investimenti pubblici. Possiamo aggiungere, molti dei Paesi in via di sviluppo hanno un pronunciato pregiudizio urbano nei loro investimenti pubblici con il proposito di sviluppo economico in favore delle città, particolarmente delle grandi città, invece delle aree rurali.

Abbiamo pure considerate un numero di mega tendenze che appaiono come fondo di questa revisione della nostra strategia. Ovviamente uno di questi, e uno di cui questo gruppo è dolorosamente consapevole, che i prezzi veri della merce da commercializzare sono molto bassi. Infatti, i veri prezzi delle merci da commercializzare sono stati i più bassi degli ultimi anni considerando un terminedi un secolo. I veri prezzi delle merci è crollato da due terzi nel corso del secolo venti. Questo è dovuto in parte ai veloci cambiamenti tecnologici, che hanno aumentato la produttività nel campo della produzione agricola a l'esportazione. Oltre 200anni fa, Thomas Malthus aveva previsto che mentre la popolazione sarebbe cresciuta geometricamente, la produzione agricola sarebbe cresciuta solamente aritmeticamente per cui il mondo si sarebbe senza sufficiente mezzi per alimentare le popolazioni. A simili risultati è giunto il Club di Roma nel periodo del Vertice Mondiale sul Cibo del 1974. Lester Brown spesso dichiara questo come una visione della realtà, ma quello che Thomas Malthus, il Club di Roma e Lester Brown non hanno preso in considerazione è il veloce cambiamento tecnologico della industria e che il potere del cambiamento tecnologico per aumentare la produttività e espandere l'offerta di merce agricola all'esportazione più velocemente della domanda, forzando il crollo dei prezzi.

Ma non è soltanto la variazione tecnologica che ha ridotto i prezzi delle merci. OECD (Organization for economic cooperation and development = Organizzazione per la Cooperazione Economica e lo Sviluppo) ha rilasciato recentemente un rapporto che mostrava che i Paesi con alti redditi del mondo, davano trasferimento di redditi ai loro agricoltori per un totale di 329 miliardi di dollari l'anno scorso.. Questo è di più di 900 milioni della ricchezza totale media del cittadino medio in quelle nazioni, mentre che nello stesso tempo gli agricoltori nelle nazioni a basso reddito si trovano spesso tra i membri delle loro società con i redditi più bassi.

<http://www.oecd.org/>

Nei momenti che rivedevamo la nostra strategia per lo sviluppo rurale, eravamo naturalmente decollati dalla pista di partenza che la Banca Mondiale ha come mission la riduzione della povertà. La Banca Mondiale non riuscirà a raggiungere gli obiettivi della riduzione della povertà, finché e a meno che faccia un lavoro migliore per questa riduzione. Rivedendo la nostra esperienza e la esperienza di tutti i due nazioni con al reddito e nazioni con redditi medi, possiamo concludere che nessuna nazione al mondo ha mai raggiunto una rapida crescita economica a base larga, senza fare una politica per lo sviluppo del suo settore agricolo. E' necessario innescare la pompa dello sviluppo economico in agricoltura quando il grosso dei cittadini sono lavoratori di quel settore e quando quel settore genera la parte più importante del reddito nazionale. Infatti, è chiaro che un dollaro in più di capacità d'acquisto nelle mani de un contadino a basso reddito avrà un moltiplicatore di posti di lavoro più significativamente grandi in una nazione in via di sviluppo, che lo stesso dollaro di capacità d'acquisto nelle mani di un residente urbano con basso reddito. Questo per il fatto che il contadino userà quasi tutto l'incremento di reddito in beni manifatturati che possono essere fatti localmente. Mentre che il residente urbano userà una buona parte di quel dollaro in beni di capitale e in prodotti d'importazione. Per cui si ha più dispersione della capacità d'acquisto del dollaro originale nelle mani di un residente urbano. No dico naturalmente che non sia importante ridurre la povertà urbana – certo che è importante. Ma rimane il fatto che la maggioranza delle nazioni in via di sviluppo hanno un marcato pregiudizio urbano nei propri investimenti nello sviluppo dell'economia nazionale, ed è diventato molto chiaro che il denaro preso in prestito dalla Banca Mondiale e altre istituzioni viene adoperato concentrandosi nello sviluppo delle città, con il conseguente ingrandimento del divario esistente tra i redditi cittadini e rurali, e rallenta la potenziale crescita economica in generale.

Mentre facevamo questa revisione, la esperienza dei nostri client-paesi, siamo arrivati a un'altra conclusione. Per risolvere il problema della povertà nelle aree rurali è totalmente essenziale di creare impieghi non agricoli in quelle aree rurali o nelle città lontane. Se l'unico luogo dove creiamo lavoro non agricolo è in città lontane, avremo città non sostenibili perché troppe persone si sposteranno dalle aree rurali alle aree urbane. Per cui possiamo finire con una situazione dove l'aumento in produttività nella agricoltura è la condizione necessaria

per risolvere il problema della povertà nel mondo, ma questo non è sufficiente. Dobbiamo creare dei posti di lavoro non agricolo nelle città lontane e nelle aree rurali stesse per permettere la diversificazione dei flussi di reddito ai agricoltori in povertà.

Con quello sfondo lasciatemi rivolgermi più specificamente al topic in discussione, cioè strategie per i paesi in via di sviluppo che dipendono di merci primarie, e parlando in particolare delle merci agricole primarie. Ovviamente tutti voi siete più interessati al caffè, e noi consideriamo la totalità delle merci agricole per l'esportazione. Infatti, la Banca ha fatto relativamente poco investendo i tre prodotti per diversi anni, ma un numero dei principi possono generalizzarsi su tutte le merci agricole all'esportazione in un senso più ampio.

La prima osservazione che faccio è che il mondo si sta avvicinando rapidamente al punto nel quale 20 per cento dei agricoltori generano 80 per cento della produzione, mentre gli altri 80 per cento degli agricoltori nel mondo insieme generano il 20 per cento della produzione. Questa biforcazione della struttura della agricoltura porta con se implicazioni tremende per il futuro di questa industria.. Il 20 per cento degli agricoltori del mondo che insieme generano 80 per cento della produzione, sono molto ben serviti da investimenti del settore privato e della ricerca agricola. Sono molto ben serviti da le multinazionali del commercio agricolo che forniscono i redditi e commercializzano i loro prodotti. Stanno facendo ragionevolmente bene, Grazie tante. Ma l'80 per cento degli agricoltori del mondo che insieme producono soltanto il 20 per cento della produzione, che per noi sono fonte di preoccupazione alla Banca Mondiale, in quanto è lì che la povertà del mondo abita.. Se vogliamo avere successo lì, dobbiamo essere sicuri che c'è lo sviluppo tecnologico per il loro bisogno, che ci sono sistemi di marketing sviluppato per il loro bisogno, che ci sono politiche sociali per il loro bisogno, e vorrei riferirmi a ognuna di loro in seguito.

Primo sulla tecnologia. Circa venti anni fa, è cominciato il crollo degli investimenti pubblici e la ricerca nel campo dell'agricoltura perché il settore privato era bardato con una maggiore protezione brevettuale, per mettere sotto copertura la proprietà intellettuale dagli investimenti che potrebbero fare e i materiali biologici, comparabili al brevetto di protezione che hanno avuto per più di un secolo per tecnologie meccaniche da loro sviluppate. E come risultato, la proporzione della ricerca agricola nel mondo, fatta dal settore privato si è espansa rapidamente, nella stessa proporzione che il settore pubblico si allontanava di questi investimenti. Questo va d'accordo con i bisogni degli agricoltori delle nazioni con redditi alti, in forma soddisfacente. Molte grazie. Perché le società investono nella ricerca che produrrà tecnologie che possono essere vendute agli agricoltori che possono pagare in Paesi con redditi alti, e con valuta contante. Invece gli agricoltori dei Paesi in via di sviluppo sono lasciati dietro. Quelle società globali semplicemente non hanno gli incentivi economici per investire per risolvere i problemi degli agricoltori poveri in Paese con redditi bassi. In Banca pensiamo che dobbiamo fare qualcosa per invertire questa tendenza al ribasso nella ricerca che porterà beneficio al piccolo agricoltore nei paesi in via di sviluppo.

Nei loro sistemi di marketing, la Banca Mondiale e l'IMF mette sotto pressione i Paesi in via di sviluppo per privatizzare i suoi parastatali, per rimuovere questi apparentemente molto inefficienti e costosissime istituzioni di marketing. Ma quello che è stato dimenticato, quando si è applicata la pressione su i Paesi in via di sviluppo per eliminare i parastatali, fu che una delle funzioni che questi esercitavano molto bene era di mettere in contatto i piccoli proprietari nei mercati regionali e nazionali. Quando i parastatali sono stati eliminati a beneficio del settore privato, fino al punto che il settore privato sostitutivo del parastatale, serviva bene il proprietario di grandi estensioni o terreni mail piccolo proprietario cominciò a trovarsi più marginalizzato. Siccome il marketing per loro per definizione è marketing costoso per produzioni di piccoli lotti, con qualità variabile dispersa su distanze geografiche, tutti questi attributi significano marketing ad alto prezzo. I parastatali assorbivano i costi del marketing. Mentre che il settore privato si rifiuta di coprire quei costi.

In Banca proviamo di trovare strade che siano più creative, stimolando le cooperative di marketing agricolo e associazioni di agricoltori che soddisfino il fabbisogno dei piccolo produttori. Questa forma di commercio agricolo ha avuto un ruolo importante nello sviluppo agricolo delle nazioni con redditi alti del Nord Europa, Nord America e il Giappone, però ricordiamo che il mondo in via di sviluppo è disseminato di cooperative agricole fallite. Stiamo provando di comprendere il motivo. Cosa è necessario per essere sicuri di avere cooperative agricole di marketing efficienti o associazioni di produttori che aiutano al produttore a comperare i loro ingressi in forma competitiva, possono vendere i loro prodotti in una forma competitiva, e alla fine si trovano meglio che nell'ambiente attuale dove sembrano essere immeritati.

C'è però una condizione necessaria che si dimentica in molte Paesi sviluppati, prima che il sistema di marketing sia ben sviluppato, ed è il pesante sotto investimento che si fa nelle infrastrutture rurali dai governi di virtualmente tutti i paesi in via di sviluppo. La situazione delle strade è disastrosa, facendo crescere i costi di trasporto in forma incredibile e a causa di questo il prezzo degli ingressi del coltivatore sono altissimi, più alti di quelli del mercato mondiale, e i prezzi che ricevono per iloro prodotti sono di conseguenza inferiori al prezzo di mercato. Un paio di mesi fa sono stato nella Kenya occidentale visitando degli agricoltori che pagavano 500 per cento del prezzo del mercato mondiale per i loro fertilizzanti, cioè 5 volte di più che il prezzo del mercato mondiale. Questo era dovuto agli enormi costi di trasporto associati allo squallido stato delle comunicazioni rurali. Se i governi tramite le proprie risorse e tramite risorse chieste in prestito alle istituzioni internazionali come la Banca mondiale, non investono di più nelle infrastrutture rurali, non possono semplicemente aspettarsi lo sviluppo del settore agricolo per lenire la povertà.

Le telecomunicazioni sono un'altro problema severo nelle aree rurali. La prima relazione di questa mattina si concentrò nella tecnologia dell'informazioni, internet ecc. Ma non abbiamo il più elementare servizio telefonico in molte aree rurali dei paesi in via di sviluppo, e senza almeno servizio telefonico per permettere agli agricoltori i prezzi pagati dai diversi mercati, non possiamo aspettare che i mercati agricoli possano funzionare bene. Gli agricoltori sono aperti a un maggiore sfruttamento da parte di mediatori senza scrupoli che agiscono con lo svantaggio che gli agricoltori hanno non sapendo i prezzi che girano negli altri mercati.

Prendendo in considerazioni altre forme di politica pubblica, in particolare, la politica dei prezzi. E' ironico che nelle Nazioni ad alto reddito del mondo abbiamo una forma di sussidio così massiva nella agricoltura, 329

miliardi di dollare di reddito trasferiti l'anno scorso ai coltivatori del OECD anche se quei agricoltori dal punto di vista numerico sono soltanto una piccola frazione della loro società, in qualche caso perfino dell'ordine del 2% o ancora di meno della forza di lavoro di quelle economie. Dall'altra parte nelle nazioni in via di sviluppo dove gli agricoltori sono numericamente un gruppo grande, la agricoltura viene tassata. Infatti, avevamo un importante studio nella Banca Mondiale all'inizio del 1980 che riferiva il fatto che gli agricoltori nei paesi in via di sviluppo erano tassati pesantemente, pagando molto di più che i prezzi del mercato per le loro necessità e ricevendo molto di meno che i prezzi del mercato per i loro prodotti e per questo i già molto bassi redditi avevano ancora meno capacità d'acquisto, diventando molto più poveri dei loro fratelli urbani.

In queste stesse nazioni in via di sviluppo ci sono stati frequentemente intenti per stabilizzare i prezzi interni tramite le organizzazioni parastatali esistenti. Siccome le nazioni in via di sviluppo hanno liberalizzato le proprie economie, rimpiazzando le parastatali con società del settore privato, aprendo le loro economie per permettere ai prezzi internazionali di penetrare nei mercati domestici, abbiamo visto aumento significativi di variabilità dei prezzi ricevuti dagli agricoltori in queste nazioni in via di sviluppo.

La variabilità dei prezzi rappresenta un problema nel mercato delle merce all'esportazione. E' un aspetto naturale della fornitura annuale e della variabilità delle merci agricole per l'esportazione impattata dalle condizioni climatiche variabili di anno in anno di fronte a una domanda globale inelastica. Per cui ci aspettiamo un po' di volatilità, ma quello che ci arriva è una volatilità amplificata dei prezzi internazionali come risultato della predominanza dei contingenti tariffari in uso in tutto il mondo a seguito dell'accordo Uruguay Round in agricoltura che effettivamente interruppe il collegamento tra i prezzi interni e i prezzi nel mercato mondiale nella maggioranza di paesi importatori. E, come risultato, i prezzi internazionali sono diventati più volatili di quello che sarebbero stati in assenza di contingenti tariffari. Per cui abbiamo sussidi nelle nazioni ricche che stimolano una maggiore produzione di quella normale, rinforzata con sussidi all'esportazione che abbassa il livello medio dei prezzi delle materie prime agricole internazionali e la prevalenza dei contingenti tariffari che amplificano la variabilità di tali prezzi. Ridurre il prezzo medio e aumenta la varianza per cui gli agricoltori nelle nazioni in via di sviluppo, e particolarmente gli agricoltori a basso reddito, finiscono per ricevere in pieno la frustata della volatilità.

https://en.wikipedia.org/wiki/Uruguay_Round.

Le discussioni dell'Uruguay sono state l'8° discussioni di negoziazioni multilaterali di commercio (Multilateral trade negotiations MTN) condotte dentro la struttura del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) stese dal 1986 al 1994 che includevano 123 nazioni nel ruolo di "parti contraenti". Questo giro di discussioni portò alla creazione dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (World Trade Organization) con il GATT come una parte integrante degli accordi del WTO. L'ampio mandato del giro di discussioni è stato di estendere le normative del GATT in settori esentati in quanto troppo difficili di liberalizzare (agricoltura, tessili) e nuovi settori che crescevano in importanza che prima non erano considerate (commercio di servizi, proprietà intellettuale, politiche d'investimento, distorsioni commerciali). Il Giro di Uruguay ha cominciato a funzionare nel 1995 con la recentemente formata WTO.

Il Giro di Discussioni dello Sviluppo di Doha è stato il seguente Giro di Discussioni commerciali, che ebbe inizio nel 2001 e ancora irrisolto dopo aver mancato la scadenza ufficiale del 2005.

Gli schemi delle scorte (Buffer stocks) sono stati applicati diverse volte a livello nazionale e a livello globale ma questi semplicemente non hanno mai funzionato. C'è una irresistibile tentazione di politicizzare l'accesso ai prezzi e l'acquisizione del prezzo e il rilascio del prezzo, e come risultato, le scorte tendono ad aumentare e non sono rilasciate nel mercato, e alla fine le scorte si disintegrano in quanto queste semplicemente non possono permettersi di mantenere inventari con il prezzo di rilascio troppo alto e il prezzo d'acquisto anche troppo alto.

A livello globale, la stessa situazione si è presentata come si è presentata a livello nazionale. Intenti di dare supporto ai prezzi delle nazioni esportatrici, abbassando l'offerta al mercato tramite controlli di produzione o controlli del mercato o tutti i due sono falliti. Infatti, molto spesso hanno stimolato una produzione maggiore e aree di produzione meno efficienti che alla fin fine provocano grande concorrenza e pressione al ribasso addizionale, sui prezzi nel mercato mondiale. L'intento dei governi o di organizzazioni internazionali di dare supporto artificialmente o di stabilizzare artificialmente i prezzi internazionali sono virtualmente sempre falliti. E' chiaro che a livello nazionale i governi hanno bisogno di creare una strategia per lo sviluppo economico che diversifichi la loro economia di maniera di non dipendere pesantemente per la generazione del loro PIL e la generazione del loro bilancio commerciale nella produzione di una o due o tre merci d'esportazione.

La diversificazione è pure importante per la costruzione del reddito della famiglia dell'agricoltore. Ho già menzionato l'importante ruolo che gioca il reddito di attività non agricole nella generazione di reddito della famiglia dell'agricoltore nella maggioranza delle nazioni del mondo con alto reddito, e infatti, sorprende molto che pure negli USA 75% delle famiglie dedicate all'agricoltura ricevono più della metà del reddito familiare da fonti che non hanno a che vedere a lavorare la terra. In Germania, parliamo dell'80% e in Giappone 90%, e allora per quali motivo dovremo aspettare di trovare una situazione differente nelle nazione a basso reddito? Un piccolo agricoltore ha troppe poche alternative per aumentare o stabilizzare il reddito familiare. Se un agricoltore ha soltanto uno o mezzo ettaro di terra non ci sono molte alternative per aumentare il reddito. O aumenta l'area della sua terra in qualche modo, o aumenta il valore del prodotto coltivato in quell'ettaro, o diversifica il reddito con una attività non agricola.

Allora, la diversificazione del reddito della famiglia dell'agricoltore importante, ma alla Banca abbiamo diversi progetti in atto per provare e trovare forme di aiuto agli agricoltori nelle nazioni in via di sviluppo, particolarmente gli agricoltori troppo piccoli, possono beneficiare di forme di assicurazione del mercato. C'è un progetto di derivati meteo in atto per provare e creare un'assicurazione di produttività per aiutare a stabilizzare i redditi, o aiutare a ridurre la varianza di redditi associati con la variabilità della resa del raccolto. La Banca mondiale è pure attiva nella cooperazione con la Forza di Urto Internazionale. Un gruppo di società del settore privato, commercianti di merci e accademici che s'impegnano a trovare maniere possibili per far sì che gli agricoltori con reddito basso in nazioni di reddito basso di usufruire dei vantaggi offerti dall'assicurazione dei prezzi delle opzioni di vendita. E' chiaro che

grandi agricoltori in quasi tutti i Paesi hanno le sofisticazioni del marketing per approfittare del mercato di "futures" e "options" esistenti. I piccoli agricoltori non possiedono queste sofisticazioni! E' ovvio che i singoli piccoli agricoltori non comprenderanno direttamente le opzioni di vendita ma tramite gli intermediari del mercato, siano cooperative agricole o altri commercianti con chi loro interfacciano così gli agricoltore potranno ridurre un po' i rischi adoperando quei mercati di opzioni. Effettivamente quando studiamo la realtà nelle aree rurali, in molti dei nostri Paesi-clienti, i prezzi al agricoltore delle merci d'esportazione sono bassi non soltanto per il costo alto del trasporto, ma pure perché gli intermediari del mercato affrontano un grande rischio di prezzi contro i quali non possono assicurarsi, che devono far pagare una prima maggiore per il rischio addizionale per i loro servizi di marketing. Come risultato, i alti costi delle prime per un maggior rischio si aggiungono ai costi alti del trasporto significa che i prezzi all'agricoltore dei prodotti all'esportazione sono tanto bassi che riduce il reddito familiare, ma abbassa anche l'incentivo per questo agricoltore a produrre efficientemente e in quantità i prodotti all'esportazione.

La differenziazione del prodotto è pure una maniera possibile per il produttore di merce per l'esportazione di aumentare il proprio reddito. Chiunque sia un produttore di merce per l'esportazione per definizione è uno che deve accettare il prezzo del mercato. Per cui se si può differenziare i propri prodotto agli occhi del consumatore c'è la possibilità di aumentare il reddito sia a livello nazionale che locale.

Nonostante, la differenziazione del prodotto merce all'esportazione ha i propri limiti. I mercati di nicchia son fantastici, offrono opportunità per un numero ridotto di persone di guadagnare redditi addizionali, ma dobbiamo ricordare che le nicchie si riempiscono in forma rapida. Per cui se mai c'è un mercato attrattivo per un ridotto numero di esportatori, diciamo nel mercato del caffè biologico, questo non è il mercato che diventerà la panacea per tutti gli esportatori. Per cui alla Banca Mondiale lavoriamo sodo per rivedere la nostra strategia per lo sviluppo dell'agricoltura e del mondo, per poter aiutare i produttori e le nazioni con un basso reddito. Tramite tecnologia migliorata, tramite il miglioramento nel sistema di far mercato, tramite il miglioramento nel sistema commerciale, nella infrastruttura commerciale in uso, potranno aumentare i redditi netti che gli agricoltori possono guadagnare della loro attività, ma nello stesso tempo, aiutandoli a diversificare il loro reddito oltre l'agricoltura stessa, aiutando quelle nazioni che desiderano rimuovere i disincentivi perversi che gli agricoltori devono subire sotto, oggi, interventi associati con una politica nazionale di prezzi.

Ma io, come il Professore Stiglitz, pensiamo ch ci siano cose importanti da fare nel mercato globale. Abbiamo bisogno di fare tutto il possibile per creare un ambiente che massimizza probabilità di una crescita economica a base larga nei paesi in via di sviluppo, una crescita economica che raggiunga gli integranti più poveri delle loro società. I Paesi in via di sviluppo non hanno ancora avuto vantaggio della liberazione commerciale sotto il GATT come in vece lo hanno fatto i Paesi sviluppati. Ci sono diversi buoni risultati del Giro di Discussioni dell'Uruguay sul tema dell'Agricoltura, ma ci sono stati anche un numero di risultati negativi come indicato, come ad esempio i contingenti tariffari che hanno frammentato il mercato agricolo globale e accentuato la variabilità dei prezzi internazionali. Sappiamo pure che l'effetto "cascata" della protezione, dove l'importazione di forme trasformate di prodotti agricoli si trovano con tariffe più alte di quella del prodotto agricolo nella sua forma grezza, fatto che significa che le nazioni in via di sviluppo non possono sviluppare il valore aggiungendo localmente delle industrie, e questo è un problema importante per la industria locale.

Abbiamo bisogno di un Giro WTO di negoziazioni sul commercio agricolo che riducano i sussidi nei Paesi sviluppati sia in forma diretta ai produttori sia alle esportazioni del prodotto agricolo, di maniera di poter togliere questa fonte di abbassamento artificiale dei prezzi mondiali del mercato. Abbiamo pure bisogno, ma non soltanto di negoziazioni del commercio agricolo, un giro completo di negoziazioni commerciali nelle quali tutti i prodotti all'esportazione, tutti i prodotti, per tutte le nazioni, siano simultaneamente considerati. I paesi sviluppati stessi non hanno molto da concedere per quanto riguarda la liberalizzazione del commercio agricolo soltanto. I loro mercati sono molto più attrattivi per gli esportatori in Paesi con redditi alti che la manifattura o aree di servizio. Per cui crediamo che abbiamo progredire nelle negoziazioni commerciali agricole, ma crediamo, di maniera che i Paesi in via di sviluppo abbiano vantaggio tanto quanto necessitano, dovrebbe esserci pure un giro pieno di negoziazioni commerciali dove possiamo avere la capacità di commercializzare vantaggi in servizi e manifattura vis-à-vis dell'agricoltura. In altre parole non esportare soltanto prodotti agricoli ma pure servizi e manifatture.

Per cui, per riassumere, nei termini brevi, i prestiti della Banca Mondiale per lo sviluppo dell'agricoltura sono molto bassi, e stiamo rivedendo la strategia attuale per i prestiti allo sviluppo dell'agricoltura. Possibilmente in questo ambiente di prezzi internazionali per le merci d'esportazione eccessivamente bassi, tanto vale che i prestiti per dare supporto allo sviluppo dell'agricoltura rimangono bassi. Dall'altro canto, si prevede una crescita della popolazione mondiale di ca. 50% per la metà di questo secolo, e se abbiamo una crescita economica di base larga, si potrebbe far uscire diverse centinaia di milioni di consumatori con redditi bassi, della povertà nella quale oggi sono costretti a vivere. La domanda di prodotti agricoli crescerà e infatti crediamo che la domanda globale per merci agricole per l'esportazione raddoppierà nel 2050. Questo significa che l'abbassamento dei prezzi dei prodotti agricoli per l'esportazione sarà alleviato, infatti c'è un vecchio detto che dichiara che la migliore cura per i prezzi bassi sono i prezzi bassi, e che la migliore cura per prezzi alti sono i prezzi alti, e penso continuerà ad essere così.

Io sono un ottimista della tecnologia. Credo che si continuerà a trovare Thomas Malthus sbagliato, che avremo una produzione agricola mondiale doppia dell'attuale a metà secolo, senza che questo produca un aumento di prezzi. Continueremo ad avere volatilità nei prezzi dei prodotti agricoli perché esistono periodi nei quali la offerta cresce più in fretta della domanda, come nel momento attuale, e altri periodi quando la domanda cresce più velocemente che l'offerta. Ma non credo nella tendenza a lungo termine di un cambiamento dei prezzi dei prodotti agricoli all'esportazione, rispetto a quello che è successo nel secolo scorso, cioè che nel tempo, possibilmente ci sarà una tendenza secolare verso il basso dei prezzi dei prodotti agricoli per l'esportazione se la tecnologia continua ad aumentare la produttività, rendendo possibile per tutti i due, consumatori che hanno il cibo a miglior prezzo e i produttori che hanno redditi netti più alti. Per arrivare a questo bisogna avere investimenti più sostanziosi nella ricerca agricola, maggiori investimenti nelle infrastrutture necessarie per il settore agricolo, e naturalmente richiederà che le nazioni in via di sviluppo possano avere accesso ai mercati dei paesi sviluppati, l'opportunità di concorrere in condizioni di parità nei mercati internazionali per competere con agricoltori efficienti di altri parti del mondo e non con i Ministeri del Tesoro di altri governi.

E c'è un motivo di ottimismo, nel prossimo incontro di negoziazioni commerciali del WTO, i paesi in via di sviluppo usciranno meglio di come sono stati nel passato. Per la prima volta, i paesi sviluppati sono la maggioranza dei membri del WTO. Loro non hanno mai rappresentato la maggioranza nel GATT. Perché loro rappresentano la maggioranza delle nazioni nel WTO e perché il WTO raggiunge i propri accordi sulla base del consenso, senza la partecipazione delle nazioni in via di sviluppo nel accordo, non ci sarà accordo. Noi crediamo che sia importante fare tutto il possibile per aiutare le nazioni in via di sviluppo a partecipare con più efficienza. Proviamo di farlo con il supporto analitico e capacità di costruire per aiutare i nostri clienti nazioni a partecipare con più efficienza in quelle negoziazioni.

Ma nello stesso tempo i governi dei paesi in via di sviluppo stessi devono rimuovere qualcuno dei perversi dissidenti posti di fronte agli agricoltori. Sopprimono i prezzi che ricevono, sopprimono i redditi che gli agricoltori ricevono e investono insufficientemente nelle infrastrutture che serve agli agricoltori. Se possiamo fare progressi in entrambi, a livello nazionale nelle nazioni in via di sviluppo stesse, come in forma globale tramite le negoziazioni internazionali, penso ci sia un futuro brillante per i produttori nel mondo in via di sviluppo.

E finalmente, crediamo che invece dell'intervento del governo nella formazione del prezzo se dovrebbe adoperare gli strumenti del mercato per assicurarsi contro il prezzo e il rischio della resa sempre che possibile.

Molte grazie.

B. SEDUTA I

B.04

Conferenza Mondiale sul Caffè Tendenze globali

Commenti dal Signor *Roberto Junguito*,
Direttore Esecutivo Alternativo Fondo Monetario Internazionale

Londra, 18 maggio 2001



<http://www.portafolio.co/opinion/roberto-junguito/mensajes-del-fondo-monetario-roberto-junguito-22-de-marzo-de-2017-504317>

http://www.repubblica.it/economia/2017/04/10/news/fmi_banca_mondiale_e_wto_il_mea_culpa_della_globalizzazione_e_ora_si_studia_il_reddito_di_cittadinanza-162652689/

Il professor Stiglitz ha fatto una presentazione eccellente sulla Globalizzazione e le Nazioni in via di Sviluppo. Mentre che generalmente lui dà supporto alla Globalizzazione, ci mette in guardia nel fatto che quando non è portata avanti correttamente può portare effetti avversi sulla crescita complessiva e segnala un numero di canali tramite i quali gli effetti avversi sono arrivati: Creazione di posti di lavoro, aumento del rischio nella liberalizzazione del mercato del capitale, impatto avverso del flusso del capitale sull'apprezzamento del tasso di cambio, facilitazione della fuga dei capitali, perdita d'indipendenza delle politiche monetarie, perdita potenziale delle istituzioni nazionali della finanza e deterioramento dell'equilibrio politico domestico minando gli aspetti sociali.

Dall'altro canto, Robert Thompson ha discusso le strategie per le nazioni in via di sviluppo che dipendono dalle merci di esportazione primarie, molte delle quali sono applicabili all'industria del caffè. Di particolare rilevanza sono i suggerimenti nell'uso degli strumenti di amministrazione del rischio basati sul mercato per affrontare la volatilità dei prezzi. Altri temi significativi riguardano il bisogno di rinforzare gli sforzi per ridurre i costi, e il suo punto di vista che le politiche del governo dovrebbero concentrarsi nel come stimolare l'occupazione fuori dell'attività agricola. Altri temi come il bisogno di migliorare i sistemi commerciali e la necessità di migliorare la qualità del prodotto sono essenziali. Anche questioni che riguardano le alte tariffe nelle importazioni agricole da parte delle nazioni dell'OECD devono prendersi in considerazione.

Le due relazioni insieme ci danno una cornice economica per spiegare alcune delle ragioni dietro il declino dell'industria del caffè nelle nazioni in via di sviluppo, e suggeriscono politiche per evitare un maggiore deterioramento e per consolidare l'industria.

Facciamo qualche commento prima sulla presentazione del professor Stiglitz e discutiamo se e fino a quale punto la globalizzazione nel commercio e nel flusso di capitale è responsabile per il declino del caffè come attività economica, e se questo ha portato un miglioramento (ad esempio portando a una crescita economica maggiore e al benessere sociale). L'apertura commerciale nelle nazioni in via di sviluppo ha avuto quasi sempre un effetto positivo nella crescita economica e nei settori agricoli delle nazioni in via di sviluppo, dato l'alto costo imposto da una sostituzione dell'importazione, particolarmente in America Latina. Dall'altro canto, aumentare l'accesso al mercato di nazioni sviluppate ha cambiato in forma significativa i modelli di crescita dei Paesi in via di sviluppo, anche se le nazioni in via di sviluppo più povere particolarmente i

produttori di caffè africani non hanno avuto dei benefici. Il caffè nonostante è sempre stata da un punto di visto storico un prodotto agricolo per l'esportazione globalizzato. Nel caso particolare del caffè, la globalizzazione ha internazionalizzato marchi e migliorato le scelte, ma un costo diretto è diventato l'alta concentrazione dell'industria della torrefazione. Convidiamo la preoccupazione di Stiglitz in soggetti come le politiche di tassazione nei paesi sviluppati sulle merce all'esportazione che hanno un impatto avverso riducendo i prezzi all'esportazione.

Dall'altra parte, come ha dimostrato Stiglitz, i vantaggi netti della liberalizzazione del mercato del capitale sono stati meno chiari. Le nazioni produttrici di caffè con redditi medi come il Brasile e la Colombia hanno avuto dei benefici con un maggiore accesso al mercato dei capitali privati mondiali, ma dall'altra parte, hanno sofferto volatilità significativa nel accesso al mercato, con effetti di contagio. Poi sempre dovuto alla conseguente volatilità dei tassi di cambio, ambe due le nazioni hanno adottato all'inizio del 1990 controlli nei flussi d'entrata di capitali a corto termine del tipo cileno. I produttori di caffè, dovuto alla caduta in importanza relativa del caffè e la liberalizzazione del conto capitale, perse la sua salvaguardia naturale: il tasso di cambio apprezzato soltanto quando i prezzi del caffè erano alti. Le nazione africane e altre meno sviluppate, dall'altro canto non hanno avuto la possibilità di trarre beneficio dalla liberalizzazione del capitale dovuto alla mancanza di accesso ai mercati. Nonostante, avevano avuto vantaggi delle politiche speciali di condonno del debito e supporto finanziario dalla Banca Mondiale e l'IMF, tramite l'iniziativa dell'organismo HIPC (Highly Indebted Poor Countries = Paesi Poveri Fortemente Indebitati).

Un punto finale che ha a che fare con la globalizzazione riguarda l'importanza per i Paesi produttori di caffè dei rischi e politiche dell'economia mondiale e, in modo particolare, i risultati delle nazioni industrializzate. Anche se l'elasticità di reddito della domanda di caffè sono molto basse, la domanda globale di caffè si aggiusta bene quando l'economia mondiale cresce. Se la prospettiva di prezzo del caffè è stata debole sotto un'economia mondiale fortemente condizionata dall'influenza degli USA negli ultimi anni, le prospettive possono soltanto peggiorare nella situazione presente e di progetto. La crescita del PIL negli USA è stato molto rallentato, anche se i primi 3 mesi mostrano una crescita modesta, positiva e più alta di quello che si aspettava. Un atterraggio duro negli USA produrrebbe un impatto disastroso nelle nazioni produttrici di caffè come lo hanno dimostrato recessioni economiche mondiali del passato. Anche se i prezzi del caffè sono quotati in dollari statunitensi, una svolta disordinata dei disallineamenti dei tassi di cambio delle principali valute sarebbe molto costoso per i produttori e i commercianti di caffè.

Ritornando alle strategie suggerite da Robert Thompson per le nazioni esportatrici di prodotti all'esportazione, il primo punto che io metterei in evidenza oggi è il suo suggerimento a favore di un'utilizzazione più intensa dei meccanismi per amministrare il rischio (futures and options) come mezzo per ridurre la volatilità del prezzo del caffè. Penso che sia l'istrumento più adatto, al punto che la stabilizzazione del prezzo tramite i meccanismi di quota e fasce di prezzo, come l'Accordo Internazionale del Caffè sperimentato nel passato, non sembra oggi una alternativa politicamente sostenibile. Nonostante ciò, ritengo che sia ancora un ruolo positivo da svolgere dai fondi nazionali di stabilizzazione, come quello del Fondo Nazionale Colombiano per il Caffè.

In termini d'interventi statali nell'agricoltura. Penso che, a parte la stabilizzazione del prezzo domestico del caffè, investire nella ricerca del caffè e estensioni (nuove varietà resistenti di alta resa) ha un tasso sociale di ritorno elevato ed è un mezzo per raggiungere una riduzione in costi di produzione. Oltre questo, l'esperienza ci dimostra che è più opportuno che invece degli interventi diretti il ruolo migliore per lo Stato è di adottare una politica macroeconomica credibile di alta qualità. L'esperienza mondiale mostra che controlli eccessivi e amministrazione dello Stato è costoso per l'industria del caffè. Invece politiche settoriali supportate e dirette dai produttori di caffè, come è successo in Nazioni come la Colombia, sono positive.

Per chiudere direi che i produttori di caffè del mondo e le società che commerciano col caffè e i torrefattori hanno interessi comuni: la promozione del consumo di caffè nel mondo. Loro e i loro governi dovrebbero lavorare insieme a questo scopo. La Conferenza Mondiale del Caffè è un buon passo in quella direzione. Siamo d'accordo con il punto di vista del Signor Stiglitz che bisogna rinforzare il sistema globale di governante.

B. SEDUTA I

B.05

**Common Fund for Commodities
Third United Nations Conference on The Least
Developed Countries
Interactive Thematic Session on International
Trade, Commodities And Services/Tourism**

Dr. Rolf W. Boehnke,
Managing Director of the Common Fund for Commodities

Venerdì, 18 maggio 2001



I Co-Presidenti:

Il Ministro dell'Industria e del Commercio della Tanzania, l'onorevole signor *Iddi Simba* e
Il commissario per lo sviluppo e l'aiuto umanitario della Commissione europea, il sig. *Poul Nielson*,

Eccellenze,

Signore e signori,

Nella prima parte di questa Sessione Tematica del tema "Commercio Internazionale, Merci d'Esportazione e Servizi / Turismo" abbiamo sentito le prospettive per il commercio e il suo potenziale impatto nello sviluppo. Deve essere menzionato che la maggioranza del commercio all'esportazione di LDC's (Least developed countries – Nazioni meno sviluppate) è basata in merci agricole per l'esportazione. Questo ci porta immediatamente all'attuale discussione.

Primo, merci agricole per l'esportazione come i prodotti agricoli tropicali più importanti e diversi minerali e ore, danno lavoro e reddito a centinaia di milioni di persone nelle LDC. Per quanto riguarda il commercio, una analisi fatta dalla Banca Mondiale dimostra che più di 50 Paesi in via di sviluppo dipendono i tre o meno prodotti agricoli principali per più della metà dei suoi introiti all'esportazione. Questo è particolarmente vero per le Nazioni meno sviluppate. Per cui, i prodotti agricoli all'esportazione sono la spina dorsale delle economie dei Paesi Meno Sviluppati.

Secondo, I prezzi volatili per i prodotti agricoli all'esportazione impattano fortemente i piccoli produttori delle Nazioni meno sviluppate. La dipendenza delle esportazioni correlate alle materie prime rende le LDC più vulnerabili agli shock esterni e interni.

Terzo, l'abbassamento dei prezzi all'esportazione di merci agricole hanno portato a un deterioramento significativo in termini commerciali dei LDC nelle ultime decadi. In termini reali, LDC (least developed countries) ricevono meno e meno beni in scambio per unità del prodotto agricolo all'esportazione.

Quarto, LDC (Least developed countries) perdono percentuali di mercato nel commercio mondiale, nonostante il trattamento preferenziale e la riduzione delle tariffe. Questo è dovuto al fatto che LDC sono in svantaggio con i loro concorrenti in altre nazioni come conseguenza della loro debolezza strutturale.

Quinto, esistono collegamenti stretti tra la dipendenza con prodotti agricoli all'esportazioni e l'indebitamento. Delle 48 LDC, 29 sono classificate come HIPC (Heavily Indebted Poor Countries). Si deve far notare che 27 di queste 29 HIPC sono dipendenti di prodotti agricoli per l'esportazione. La trappola dell'indebitamento è collegata al declino del livello del reddito all'esportazione successivo al peggioramento delle condizioni commerciali. (Danwatch dovrebbe investigare tutti questi Paesi e la contaminazione negli allevamenti suini della Danimarca).

Sesto, le future prospettive di crescita, generazione di posti di lavoro e riduzione della povertà sono inestricabilmente collegate alla redditività del settore delle materie prime, e dato che il settore delle materie prime è il primo datore di lavoro nella popolazione dei LDC, qualunque sforzo fatto per ridurre alla metà la povertà per il 2015 e aumentare i redditi deve cominciare con il consolidamento e la trasformazione del settore delle materie prime.

Settimo. Dobbiamo renderci conto che le materie prime sono un bene del LDC e da un enorme potenziale per lo sviluppo. Molti LDC sono dotate con ricchezza naturale e risorse umane, che possono essere condotte a generare necessari risparmi domestici per investimenti e scambio estero. Il vantaggio comparativo delle LDC in un numero di materie prime può essere adoperato per costruire economie diversificate e capacità di processare basata sulle materie prime. Storie di successo in numero di nazioni che hanno raggiunto un alto grado di crescita e diversificazione con lo sviluppo del loro settore delle materie prime affermano che alte esportazioni di merci e crescita del reddito per capita può essere fatto tramite lo sviluppo del settore delle materie prime. Il coinvolgimento totale dell'industria privata in questo processo è vitale. L'impegno di fronte a noi è perciò sbloccare il potenziale incorporato nelle dotazioni naturali delle LDC e trasformare i prodotti agricoli all'esportazione un fattore di sviluppo.

Il Fondo Comune ha condotto, insieme con l'UNCTAD (United Nations Conference on Trade Development = Conferenza delle Nazioni Unite) un numero di consultazioni con esperti di LDC nell'organizzazione di questa conferenza. Nel evolversi di queste consultazioni, sono state identificate Sette aree d'azione chiave. Questi sette punti sono echeggiati da numerosi programmi di azione preparati dai paesi meno sviluppati per questa conferenza.

In questo contesto vorrei spiegare che il Fondo Comune gioca un ruolo catalitico e proporziona seed money (soldi del seme) per progetti mirati che promuovono lo sviluppo economico dei LDC. Il Fondo Comune opera sotto un avvicinamento nuovo concentrato sui prodotti primari che significa rivolgersi in un contesto multinazionale problemi generali che riguardano la produzione di merce per l'esportazione, processamento, marketing, diversificazione orizzontale e verticale. Di questo modo, le risorse possono essere sfruttate per raggiungere un gran numero di beneficiari.

Descrivo le sette aree identificate dalle LDC nelle quale si ha bisogno di agire.

1- Migliorare le capacità produttive

Le capacità delle Low Developed Countries di accelerare la loro crescita e di sradicare la povertà è rallentata da vari vincoli strutturali e d'offerta. Le economie dei Paesi meno sviluppati sono orientate soprattutto per la sussistenza, in piccoli appezzamenti, usando metodi primitivi di produzione, con poca eccedenza di produzione commercializzata. Questi piccoli produttori hanno difficoltà di accedere a inputs agricoli come

semenza migliorata, fertilizzanti e applicazioni di controllo dei parassiti. Ricerca e capacità di sviluppo limitati hanno un effetto limitativo sulla crescita.

Se non si consolidano le capacità produttive delle Nazioni meno sviluppate, i migliori sforzi per alleviare la povertà tramite la riduzione delle tariffe e aprendo i mercati dei paesi industrializzati saranno invano. Le iniziative del debito delle Nazioni povere fortemente indebitate sarà sostenibile se le capacità produttive delle nazioni meno sviluppate sono migliorate.

Nella luce di quanto detto, le misure chiave identificate dai partecipanti delle nazioni meno sviluppate sono

- Trasferimento e adozione di tecnologie di produzioni adatte, compreso per le operazioni a scala ridotta nelle nazioni meno sviluppate.
- Consolidamento della ricerca e della capacità di sviluppo nelle nazioni meno sviluppate
- Disponibilità di migliori sementi e piante a livello locale e regionale.
- Creazione di capacità umana e istituzionale.
- Investimento in strutture di supporto.

Per quello che riguarda i consegnabili, vorrei menzionare qualche esempio di progetti destinati a nazioni meno sviluppate che saranno finanziati dal Fondo Comune e che inizieranno presto

1. Prova e introduzioni di varietà di banane più resistenti alle malattie e con maggiore resa sull'area coltivata
2. Sviluppo e nuova tecnologia da usare nella produzione di iuta verde come risorse rinnovabili di materia prima nell'industria della carta.
3. Pilotaggio della riabilitazione della produzione di caffè e banane e di capacità di marketing nelle nazioni meno industrializzate che soffrono una guerra civile

2.- Standards di qualità e di sicurezza

Le nazioni meno industrializzate dovrebbero essere aiutate a sviluppare le proprie capacità umane e istituzionali per assicurare la conformità con gli standards di qualità e sicurezza regionali e internazionali, particolarmente nel campo delle Norme Sanitarie e Fitosanitarie. Questo sarà indispensabile per guadagnare e mantenere accesso al mercato. Le seguenti misure importanti sono necessarie:

- armonizzazione di misure nazionali e internazionali e ...
- creazione di una capacità nazionale e regionale per fare prove e certificazioni.

Il Fondo Comune collabora già con altre istituzioni in questo campo e consoliderà questa collaborazione.

3.- Misure dopo raccolto e immagazzinamento appropriato

Queste misure sono necessarie per minimizzare perdite dopo raccolto, in quanto quelle perdite spesso rappresentano un terzo della produzione in molte nazioni meno sviluppate. Le misure in questo campo affiancherà l'Aumento delle Capacità Produttive menzionate in precedenza.

Un esempio di un consegnabile è un progetto del Fondo Comune in preparazione, mirato al miglioramento della tecnologia post-raccolta per il sorgo e il miglio.

4.- Diversificazione orizzontale e verticale

Le nazioni meno sviluppate dovrebbero cercare di diversificare le loro esportazioni particolarmente tramite una voce di valore aggiunto domestica e sviluppare sia le capacità di esportazione nuove e tradizionali. L'aumento e approfondimento della base di merci per l'esportazione è essenziale.

Le misure ritenute importanti sono:

- valutazione della fattibilità della diversificazione delle merci orizzontale e verticale;
- ampliamento della produzione e commercio di merci non tradizionali;
- aggiunta di valore mediante elaborazione locale, in particolare a livello di piccola e media scala;
- sviluppo di nuovi usi; e
- valorizzazione di sottoprodotti e co-prodotti.

Esempi di consegnabili sono progetti del Fondo Comune che avranno inizio entro la fine di quest'anno, sulla promozione di piccole operazioni di manioca, l'aggiornamento della lavorazione della carne e lo sviluppo di iuta come compositi rinforzati.

5.- Sviluppo del mercato e del marketing

La creazione di mercati efficienti locali e regionali in un ambiente liberalizzato nelle nazioni meno industrializzate richiederà lo sviluppo fisico del mercato, la promozione dello scambio di merci, intelligenza del mercato, l'uso di e-commerce, l'aumento delle infrastrutture del mercato e servizi di supporto con l'obiettivo di stimolare le iniziative del settore privato.

Se dovrà dare speciale attenzione a:

- differenziazione di prodotto e sviluppo di mercati di nicchia;
- entra a nuovi mercati regionali e lo sviluppo del mercato domestico;
- informazione del mercato e scambi di merce; e
- forme di affrontare i costi di trasporto e altri svantaggi di paesi a enclave o piccole isole.

Un esempio è un progetto del Fondo Comune (CFC?) che dovrebbe iniziare, per migliorare il processo e marketing di valore aggiunto a attività di pesca in nazioni piccole isole.

6.- Finanziamento

L'accesso e il costo del finanziamento è un problema perenne per produttori e processi in nazioni meno industrializzate. Si dovrebbe dare supporto in forma particolare nelle aree seguenti.

- Disponibilità di credito d'ingresso per piccoli agricoltori.
- Amministrazione del rischio del prezzo per lenire gli effetti della volatilità dei mercati delle merci; e
- creazione di condizioni che permettano attirare investimenti diretti stranieri (FDI)

Per quello che riguarda i consegnabili, il Fondo Comune presto lancerà un progetto pilota con lo scopo di testare mezzi utili per fornire credito d'ingresso a piccoli agricoltori. Inoltre, tre progetti dovrebbero essere avviati più tardi in quest'anno. Sul test e sull'eventuale introduzione di strumenti di gestione dei rischi del prezzo per agricoltori di cacao, cotone e caffè e le loro cooperative in diverse nazioni meno industrializzate.

7.- Partenariato strategico

Il Fondo Comune forma già una alleanza strategica con 24 organizzazioni intergovernamentali che si concentrano in particolari merci di scambio, la così chiamata International Commodity Bodies o ICB. In preparazione per questa Conferenza, il Fondo Comune ha richiesto con urgenza a questi Corpi Internazionali di Merce di Scambio, di farsi vivi con nuovi progetti che dovrebbero dare vantaggio particolare alle Nazioni meno sviluppate. Nel breve periodo dal momento che si è fatto questo appello circa sei settimane fa, sono stati sottoposti numerosi nuovi concetti di progetto.

Il Fondo Comune ha inoltre lanciato una iniziativa per dare forza alla cooperazione con organizzazioni internazionali nel campo dello sviluppo delle merci di scambio per aumentare l'efficienza complessiva e raggiungere sinergie. La risposta era entusiasmante e ci auguriamo che questa iniziativa porti a un utilizzo migliore degli scarsi risorse per lo sviluppo.

Vorremmo invitare altre istituzioni attive nello sviluppo insieme a donatori bilaterali a unirsi a noi in questo sforzo di ridurre la povertà, e di promuovere lo sviluppo economico tramite co-finanziamenti o fondi paralleli di progetti nelle aree chiave indicate sopra.

Presidenti

Ci aspettiamo di rinforzare la nostra cooperazione con altri partners per lo sviluppo nell'interesse di centinaia di milioni di persone nelle Nazioni meno sviluppate lavorando verso un mondo libero di povertà, con più uguaglianza e dando ai svantaggiati opportunità fresche.

Molte grazie, direttori.

C. SEDUTA II

C.01

Sviluppo economico e sociale in America latina. Il ruolo del Caffè

Paulo Paiva

Vice Presidente Pianificazione e Amministrazione
Banca Interamericana per lo Sviluppo

Hilton Park Lane, Londra, 18 maggio 2001



<http://clasarchive.berkeley.edu/Events/spring2003/01-31-03-paiva/index.html>

1.- Introduzione

All'alba del ventesimo secolo, il settore del caffè ha giocato un ruolo seminale per la modernizzazione economica e sociale dell'America Latina. E' stato il più importante fattore dinamico per l'economie di molti

paesi e un elemento cardine di trasformazione sociale. E' stato, probabilmente la principale forza dietro l'introduzione di lavoro libero in molte nazioni latinoamericane. Oggi, all'inizio del nuovo secolo, il settore del caffè continua a giocare un ruolo importante nell'ambiente sociale ed economico della regione. La sfida per il settore è di trovare un ruolo dinamico in questo nuovo contesto.

Oggi vorremmo riflettere su qualche punto che vincola questo importante settore economic with lo sviluppo economic e sociale in America Latina. Comincerò rivedendo velocemente il ruolo storico del caffè in Latinoamerica in tre periodi differenti: dal suo inizio nel XIX secolo fino alla crisi economica del 1930; la strategia dello sviluppo della sostituzione dell'importazione; e dentro del nuovo contesto economico delle ultime due decadi. Successivamente vorrei discutere qualche aspetto attuale del settore del caffè in America Latina e le sue prospettive.

2.- Il ruolo storico del caffè: trasformazioni economiche e sociali

L'inizio della produzione di caffè in America Latina coincide con la prima esperienza nella regione del liberalismo economico, caratterizzato dalle economie aperte, tassi di cambio flessibili e un intento di fortificare i mercati domestici. Durante questo periodo che si stende più o meno dalla metà del 19° secolo (1850) fino alla crisi economica mondiale del 1930, il settore del caffè ha giocato un ruolo importante in molti paesi come Brasile, Colombia, Costa Rica, e un po' più tardi e in grado minore in altri paesi dell'America del Centro e del Sud. Per essere sicuri, il settore del caffè cresce durante quel periodo per diventare un catalizzatore della modernizzazione economica e sociale in quelle Nazioni.

Nel lato economic, il caffè era una delle più important voci per l'esportazione, generando valuta solida e dando un importante impatto nella crescita del PIL. Il settore del caffè è stato uno dei pilastri dell'economia. Ad esempio, verso il 1925 il caffè rappresentava circa il settanta per cento delle esportazioni totali del Brasile e circa l'ottanta per cento delle esportazioni totali della Colombia.

Come dichiara Werner Baer nel suo libro "L'economia del Brasile", il caffè produceva molti effetti secondari sull'economia come ad esempio posti di lavoro per i lavoratori immigranti liberi, investimenti stranieri in infrastrutture, accumulazione di capitale da parte dei produttori di caffè, e la crescita derivata dell'industria. (1). In più, la domanda di lavoratori liberi ha portato molti produttori di caffè in Brasile a unirsi alla campagna per l'abolizione della schiavitù. Della stessa maniera, Roberto Junguito e Diego Pizano nel loro libro "Produzione di caffè in Colombia" ci ricorda che la rilevanza economica del caffè non si limitava soltanto all'impatto sulla crescita tramite l'aumento di esportazione (2). Suggestiscono invece che il caffè ha avuto un chiaro vincolo con lo sviluppo di altri settori e con lo sviluppo complessivo di Colombia. Tra altri impatti sottolineano le connessioni tra la produzione di caffè con l'occupazione e la situazione sociale data l'alta richiesta di lavoratori dell'attività, la sua relazione con le finanze pubbliche, il suo impatto sullo sviluppo industriale, regionale, e istituzionale e il suo ruolo nelle politiche nazionali.

(1) Baer, Werner, 1983. *The Brazilian Economy, Growth and Development*, second edition, Praeger.

(2) Junguito, Roberto and Diego Pizano, 1991. *Producción de Café en Colombia*, Fondo Cultural Cefetero.

E' chiaro che il caffè si trova nella base dello sviluppo sociale ed economico in molte aree della nostra regione. Nel suo momento di massima importanza, il settore del caffè ha prodotto migliaia di posti di lavoro e permesso qualche mobilità sociale di persone impegnate in questa attività. Posti di lavoro, stipendi, libertà, migrazione e mobilità sociale erano elementi dell'economia del caffè in Nazioni come Brasile, Colombia, El Salvador e Guatemala.

La produzione di caffè ha pure stimolato l'inserimento delle economie Latinoamericane nel mondo del commercio. In questo periodo, dato l'alto livello di dipendenza dei mercati esterni, il prezzo del caffè era il fattore principale per garantire l'equilibrio nella bilancia dei pagamenti, e come logica conseguenza, per garantire la stabilità macroeconomica e la crescita economica. I redditi generati dalla produzione di caffè e la sua esportazione hanno portato anche una domanda domestica nel settore industriale di molte nazioni, permettendo la diversificazione delle loro economie.

In altre parole, lo sviluppo sociale domestico era altamente dipendente dei posti di lavoro creati e sostenuti dalla produzione e l'esportazione di caffè. Non c'è dubbio che il caffè era un fattore dinamico in molte nazioni dell'America Latina all'inizio del secolo venti.

3.- Sviluppo della strategia della sostituzione dell'importazione: il reddito del caffè produce domanda

Molte Nazioni dell'America Latina hanno risposto alla crisi globale del 1930 con la creazione di stati imprenditori forti e adottando una strategia di sviluppo di economia chiusa. La caratteristica principale di questo modello di sviluppo è conosciuto "industrializzazione via sostituzione dell'importazione". In questo scenario, lo Stato era il conduttore principale del processo di sviluppo economico e il principale investitore nella economia tramite imprese dello Stato e progetti di strutture. In più, settori e prodotti considerati importanti strategicamente per lo sviluppo economic del Paese godevano di ampi sussidi e forte protezione contro la concorrenza straniera. Il reddito generato dalle esportazioni di caffè aveva un ruolo importante nel creare domanda per il settore domestico di manifattura e secondo diversi analisi, le tasse del reddito dell'esportazioni aiutavano i governi ad aiutare lo sviluppo economic di molte nazioni nella regione.

La strategia per la crescita, però, era inefficiente ed le economie non competitive hanno ci hanno isolato dai mercati mondiali. Nonostante questi problemi, tra il 1950 e il 1980, la strategia della "sostituzione dell'importazione" ha dato come risultato tassi di crescita economica sopra la media internazionale nell'America Latina. Il "modello della sostituzione dell'importazione" non era sostenibile e fece scattare una crisi economica generale nel 1980 con deficits crescenti commerciali e di bilancio, accelerando le rate d'inflazione e la recessione.

Durante il periodo della sostituzione dell'importazione, il caffè rimane una importante fonte di reddito all'esportazione ma a un relativo livello più basso. Ad esempio nel caso del Brasile che io conosco meglio, la parte del caffè rispetto alle esportazioni totali ebbe un abbassamento da settanta per cento alla fine del 1920 a quaranta per cento negli anni del 1960, fino a meno del dieci per cento nel 1980, e cinque per cento nel 1990. In altre nazioni produttrici dell'America Latina, la partecipazione del caffè riguardo all'esportazione totale, nonostante più bassa rispetto all'inizio del secolo, rimaneva sostanzialmente alta, vicino a un quarto dell'esportazioni totali in Costa Rica, sopra il cinquanta per cento nel Salvador e ancora più alto in Guatemala.

4.- Cambi economici recenti in America Latina: mercati e democrazia

Più recentemente l'America Latina ha sperimentato un altro cambiamento radicale come risposta alla crisi sorta dalla fine della "strategia della sostituzione dell'importazione" e anche come risposta ai cambiamenti nell'ambiente economico internazionale, cioè globalizzazione economica. La globalizzazione economica ha portato sfide e opportunità alla regione.

La globalizzazione rappresenta il consolidamento dei meccanismi del mercato. La globalizzazione rappresenta ulteriore concorrenza e rischi. Per avere successo nei mercati mondiali, le nazioni dell'America Latina devono aumentarla produttività complessiva. Per farlo, la regione ha bisogno di aumentare gli investimenti per migliorare le abilità lavorative e incorporare nuove tecnologie. La globalizzazione è arrivata e rimane, dunque le nazioni devono adattarsi a questa realtà. Come Manuel Castells ha scritto recentemente, "nelle ultime due decadi del secolo venti, è emersa una nuova economia nel mondo. Certamente è capitalista. Effettivamente, per la prima volta nella storia, la totalità del pianeta o è capitalista o fortemente dei processi economici capitalisti. Ma questo capitalismo è di un nuovo tipo, caratterizzato da tre aspetti fondamentali: La produttività e la concorrenza sono, nell'insieme, una funzione della generazione di conoscenza e processo di informazione; imprese e territori si organizzano in reti di produzione, amministrazione e distribuzione; il nucleo delle attività economiche è globale – cioè, ha la capacità di funzionare come una unità in tempo reale, o tempo scento a scala planetaria. Non tutto in realtà è globale, i posti di lavoro sono locali o regionali. (3)

(3) Castells, Manuel (2000), "The Global, networked economy," in Hutton, Will and Anthony Giddens (eds.), *Global*

Un'altro componente delle recenti trasformazioni economiche in America Latina sono state la liberalizzazione commercial e dei conti di capital. Da una parte, la regione cerca di aprire nuovi mercati per i suoi prodotti, e nell'altra, sperimenta più concorrenza da produttore stranieri nei mercati locali e internazionali.

Come i cambiamenti simili a quelli del 1930, le trasformazioni economiche hanno incluso grandi variazioni nel ruolo dello Stato nell'economia. Questa volta però, la riforma dello Stato ha come obiettivo arrivare a un equilibrio fiscale e di aumentare l'efficienza del settore pubblico. Un componente maggiore della riforma dello Stato è stato un programma di privatizzazione globale delle imprese statali accumulate nelle decadi anteriori. Il programma di privatizzazione è stato progettato per aumentare i livelli dell'efficienza complessiva dell'economia, dove lo Stato rimane il fornitore primario di beni pubblici ma esercita un ruolo minore nelle attività produttive.

Riassumendo, è una nuova economia, una economia più efficiente competitiva ma nello stesso tempo con più rischi. Dobbiamo porsi una domanda: Come va oggi Latino America e in quale maniera la produzione di caffè si adatta alla situazione economica, politica e sociale complessiva della regione.

5.- Come si trova oggi l'America Latina

Non c'è dubbio che l'America Latina è andata avanti in maniera drammatica nel secolo scorso, particolarmente negli ultimi quarant'anni. Sfortunatamente, la crescita economica veloce che si è registrata nel 1960 e 1970 si è ridotta in forma sostanziosa negli anni 1980 - 1990. La vera rata media di crescita annuale del PIL si ridusse da sopra il cinque per cento nel 1970 a un magro 1,1 per cento nel 1980 che rimasse sotto il tre per cento negli anni 1990.

Nonostante gli importanti traguardi raggiunti c'è ancora molto da fare nella regione. All'inizio del secolo venti uno, l'America Latina sperimenta ancora seri problemi economici e sociali. La questione più urgente da considerare nella regione riguarda la crescita economica. Facendo seguito a una decade di opportunità perse, l'America Latina ha sperimentato una crescita economica positiva negli anni 1990, però a rate più basse dei valori medi storici. E' chiaro che, data la dimensione della popolazione e i livelli attuali di reddito, l'America Latina ha bisogno di crescere almeno due volte di quello che si osserva nel passato recente se si desidera ridurre i grandi livelli di disoccupazione e sottooccupazione nella regione. In più, la distribuzione dei redditi in America Latina restano i più disuguali nel mondo e i livelli di povertà continuano a essere molto alti, con una stima di 200 milioni di persone che vivono in povertà alla fine del 1990. Come hanno indicato Lustig and Deutsch nello studio del 1998 "circa 150 milioni di persone nell'America Latina e il Caraibi cioè una di ogni tre vivono con redditi che sono inferiori a US2 al giorno. (4). Per cui l'America Latina ha di fronte due grandi sfide: accelerare la crescita economica e così facendo, promuovere e migliorare accesso alle opportunità economiche alla maggiore quantità di cittadini che vivono in povertà. La crescita economica dovrebbe essere sostenibile, prendendo in considerazione l'ambiente e la conservazione della biodiversità per le generazioni future.

(4) *Capitalism, The New Press. Lustig, Nora and Ruthanne Deutsch, 1998. The Inter-American Development Bank and Poverty Reduction, An Overview; Inter American Development Bank.*

Come indica Ignacy Sachs, "uno tra i molti modi di definire lo sviluppo: Crescita economica subordinata al doppio imperativo etico di solidarietà sincronizzata con la presente generazione (social) e la solidarietà diacronica con le future generazioni (ambiente)." (5)

(5) Sachs, Ignacy, 2000, "The Preeminence of the Social: Bridging the Gap between the Ethical Discourse and the harsh Practices of the Market-led Growth," International Meeting on Ethics and Development, Inter-American Development Bank, Washington D.C., December 7 and 8, 2000.

6.- La produzione de caffè dentro nuova struttura economica di Latinoamerica

Come si adatta il settore del caffè dentro della nuova struttura economica dell'America Latina? Questa non è una domanda di facile risposta. Però, vorrei riflettere su diversi aspetti della situazione attuale del settore. Innanzitutto considero uno dei problemi più importanti, se non il più importante, affrontato dal settore nella sua storia e che troviamo ancora nel presente: la variabilità dei prezzi internazionali. Recentemente, questo argomento si ha complicato ulteriormente con l'entrata di nuovi produttori nel mercato, aumentando l'offerta e riducendo il potere del mercato per tutti i produttori. Nell'assenza di una crescita veloce della domanda, i produttori continueranno a affrontare prezzi bassi e a meno i costi di produzione si riducono e i sussidi governativi aumentano, basi redditi e tempi difficile rimarranno nell'orizzonte.

Questi problemi devono essere affrontati dentro dell'attuale struttura economica nella regione, cioè economie ogni giorno più aperte alla concorrenza e agli investimenti esteri, economie più orientate al mercato con il risultato di meno interventi governativi nel mercato e che provano di riuscire ad raggiungere un equilibrio fiscal. In sintesi, la parola codice competitività.

Del lato del supporto governativo, molti governi nella regione stanno provando di raggiungere equilibrio fiscal, che riduce la disponibilità di risorse pubbliche per dare supporto ai programmi di prezzo. In più, sotto regimi democratici, nuove domande da differenti gruppi sociali chiedono di essere soddisfatte, riducendo ulteriormente la disponibilità di risorse e sotto le leggi della trasparenza, le voci del bilancio devono essere sostenute da settori più grandi delle società rappresentate da ufficiali eletti. I programmi di supporto dei prezzi sembrano di essere continuati con più difficoltà nel futuro sotto la nuova struttura del settore pubblico in molti paesi dell'America Latina, dove i governi sono diventati più fornitori di bene pubblici e meno investitori e aiuti diretti delle attività del settore privato.

La struttura di mercato del settore cafeeicola globale è un altro fattore che contribuisce ad abbassare le percentuali di profittabilità e le grandi differenze tra i prezzi pagati ai produttori di caffè e i prezzi pagati dal consumatore finale. Seguendo la forma di una piramide, la struttura del mercato globale del caffè ha molti produttori alla base che affrontano grandi livelli di concorrenza e un numero molto basso di agenti intermediari, esportatori, uomini di processo e importatori che affrontano meno concorrenza e hanno per tanto più potere nel mercato. Teoreticamente un accordo tra produttori con una quantità di produzione stabilita e quote d'esportazione potrebbe essere adoperato come un strumento per aumentare la potenza di mercato al livello della base. Però, la teoria economica ci dice che questo tipo di accordo è difficile di attuare e difficile di far rispettare, specialmente quando il successo significa un aumento di prezzi, creando incentivi ai membri per aumentare la produzione futura. Tenuto conto di questi vincoli, ci si dovrebbe chiedere cosa si può fare per stabilizzare i prezzi e per assicurare la possibilità della produzione di caffè nel lungo periodo in America Latina.

Una alternativa da sfruttare è di riconciliare gli obiettivi sociali e ambientali. Per produrre posti di lavoro e contribuire alla protezione dell'eco sistema.

Un buon esempio del concetto di sviluppo mirato a produrre guadagni sociali e ambientali è l'associazione della produzione di caffè con la protezione della biodiversità attuale. Dal lato sociale, il caffè rappresenta la principale fonte d'ingressi per milioni di piccoli agricoltori, e dal lato delle generazioni future, la produzione sostenibile del caffè protegge l'ambiente, per cui contribuisce alla conservazione della biodiversità. La domanda è: Come possiamo riconciliare questi due obiettivi? In altre parole, come possiamo generare e aumentare i redditi dei produttore e, nello stesso tempo, proteggere l'ambiente.

Un compito importante per migliorare la redditività è investire nella ricerca e la tecnologie con il proposito di aumentare la produttività e la qualità della produzione di caffè. Però, se la produttività aumenta – importante per abbassare i costi di produzione – potrebbe accentuare il problema de alta produzione che produce una pressione verso il basso dei prezzi. Per evitare questo problema, è fondamentale aumentare la domanda del settore. Accanto agli sforzi per aumentare il consumo del caffè come bevanda, è molto auspicabile aumentare gli investimenti nella ricerca per altri usi alternativi del caffè. Ad esempio, si discute da tempo che la caffeina potrebbe essere utile nelle applicazioni mediche. Il ruolo del governo e delle istituzioni multilaterali, in forma diretta o indiretta possono comprovarsi di aiuto in questa area.

L'adozione del modello cooperativistico della produzione seguendo la struttura generale dell'esperienza della Colombia potrebbero avere due risultati: ridurre i costi di produzione dato che gli introiti sono comperati in grande scala e ridurre il numero di agenti intermediari, cioè aumentando la partecipazione dei pagamenti del consumatore finale che ricevono i produttori.⁽⁶⁾ Inoltre, si potrebbero esplorare alternative nel ridurre i redditi nel tempo. Ad esempio, in forma analoga a Ando e "Ipotesi di risparmio nel ciclo della vita" di Modigliani, si potrebbe creare un fondo per risparmiare negli anni buoni e investire in beni a essere venduti per completare il reddito dei membrane anni bui. ⁽⁷⁾ Data la natura sofisticata dei mercati finanziari nel mondo, i redditi risparmiati negli anni buoni possono essere investiti per generare guadagno e compensare le perdite degli anni bui.

(6) It is important to note that production costs in Colombia are higher than in many other countries due to locational factors and high transportation costs. However, in the absence of a cooperative model, total production costs could have been even higher.

(7) Ando, A.K. and F. Modigliani, 1963, "The 'Life-Cycle' Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests", American Economic Review, 53, 55-84.

In questo contesto, La Banca Interamericana per lo sviluppo continua a dare in prestito dovuto supporto ai governi della regione mentre loro consolidano le loro economie sulla base di un aumento di efficienza e competitività. Inoltre la Banca ha concesso alta priorità alla riduzione della povertà e la decrescita delle disuguaglianze economiche e sociali nella regione. Per cui i programmi e le politiche che hanno un impatto positivo su i piccoli produttori di caffè, promuovono l'occupazione e aumentano i livelli di reddito per i poveri sono perfettamente dentro lo scopo delle priorità della Banca. La Banca ha menzionato il proprio supporto ai

progetti rispettosi dell'ambiente, e la stessa è aperta per dei progetti che si concentrano nello sviluppo sostenibile.

La storia della Banca in America Latina le permette anche lavorare in diversi paesi, coordinando politiche e sforzi per lavoro collaborativo, progettando e implementando accordi che sono di beneficio per i membri. La Banca tiene pure un'esperienza accumulata e capitale umano in molti settori di competenza che possono dare un contributo positivo al settore del caffè in America Latina.

Riassunto: la produzione di caffè è stata e continuerà a essere per lungo tempo un importante settore economico in America Latina. La storia di questo settore è intimamente connesso con lo sviluppo economico e sociale della regione. Nonostante i problemi attuali, il settore può e dovrebbe consolidare la sua posizione come un protagonista nella regione. La Banca Interamericana per lo Sviluppo, come nel passato, continua a dare supporto a programmi e progetti che portano avanti la ricerca dello sviluppo economico e sociale della regione.

<http://www.oecd.org/about/membersandpartners/list-oecd-member-countries.htm>

C. SEDUTA II

C.02

Il caffè, le materie prime e lo sviluppo economico

Discorso di S.E. *Juan Manuel Santos Calderón*,
Ministro della Finanza e il Crédito Pubblico della Repubblica
della Colombia nella Conferenza Mondiale del Caffè

Londra, 18 maggio 2001



https://it.wikipedia.org/wiki/Juan_Manuel_Santos_-_/media/File:Juan_Manuel_Santos_and_Lula

È un grande onore e piacere per me di accettare il gentile invito di partecipare in questa Conferenza Mondiale del Caffè, un nuovo ente che si riunisce per la prima volta dentro della struttura dell'Organizzazione Internazionale del Caffè nel quale per 10 anni ho avuto l'onore di rappresentare la Colombia come Rappresentante Permanente. Questo succedeva durante gli anni 1970 quando la dipendenza delle Merci agricole per l'esportazioni prevaleva nei Paesi in via di sviluppo e tuttal la frangia tropicale, due o tre prodotti di cui il caffè era il più importante erano il sostegno delle loro economie e del commercio estero.

Questa situazione rimane sostanzialmente invariata ma la differenza è che in quei giorni, diversamente di come le cose si sviluppano oggi, le nazioni sviluppate hanno mostrato più sensibilità politica rispetto al ruolo che quei prodotti nello sviluppo di queste incipienti economie e la loro stabilità sociale. Accordi di merce all'esportazione era la espressione di una attitudine politica che tendeva verso il raggiungimento di prezzi remunerativi per i produttori in condizioni eque per i consumatori in un quadro di uguali diritti e obblighi.

Ci sono stati un grande numero di analisi e studi sull'impatto e la validità di tali accordi e questi hanno avuto tanti difensori come detrattori. Non ho l'intenzione di riaprire il dibattito nei suoi meriti o difetti ma mi piacerebbe certamente di registrare il paradosso che il loro collasso è stato causato dai Paesi più sviluppati che predicavano le virtù del mercato libero mentre rinforzavano i meccanismi per restringere le importazioni i prodotti agricoli nei loro Paesi per proteggere la produzione domestica fortemente sussidiata. Vale la pena menzionare che i sussidi per l'attività agricola nei 25 Paesi OECD (Organization for Economic Cooperation and Development = Organizzazione per la Cooperazione Economica e lo Sviluppo) oggi ammontano US361 miliardi l'anno mentre i guadagni complessivi provenienti dall'esportazione di caffè hanno totalizzato US 8,6 miliardi nel caffè dell'anno 2000 (2,4 per cento dei totali dei sussidi concessi con una crescita delle tariffe che chiaramente toglie l'entusiasmo a processi di aumento di valore, evitando concorrere con le proprie industrie e mettendo paletti al ruolo di molte nazioni in via di sviluppo a quello di semplici fornitori di materie prime.

Prima di approfondire nel problema dei prezzi instabili delle merci di esportazione, particolarmente sul discorso caffè, ed esplorare il bisogno di nuove formule politiche progettate per facilitare la buona amministrazione del mercato del caffè, vorrei fare riferimento velocemente alle implicazioni del crescente fenomeno della globalizzazione che domina l'ambiente economico nel quale operiamo.

Globalizzazione

Gli ultimi 10 anni sono stati il periodo della più grande liberalizzazione, apertura economica e progresso tecnico nel secolo venti. Questo ha portato a una interdipendenza crescente e ha creato nuove opportunità e aspettative. Tra queste, il parere che la crescita economica e lo sviluppo del mondo sarebbe stato accelerato e che le nuove opportunità sarebbe state più ampiamente condivise. In pratica, invece i risultati sono stati molto squilibrati e molte nazioni, soprattutto nelle nazioni in via di sviluppo, non sono riuscite a condividere questi vantaggi.

Questo dovuto in gran parte a deficienze strutturali e la mancanza di stabilità macroeconomica e istituzioni capaci di garantire la governabilità e il principio della legalità, insieme a investimenti inadeguati in educazione e la formazione di capitale umano. Questi fattori hanno portato non soltanto a una limitata partecipazione dei vantaggi ottenute con il nuovo ordine nel commercio estero ma aumentato la marginalizzazione delle nazioni di riferimento.

Nell'ultima decada siamo stati testimoni diverse crisi finanziarie, la più seria quella asiatica del 1997, che ha mostrato che pure i paesi sviluppati che sembravano sperimentare una crescita economica fenomenale, erano vulnerabili e che non esistono meccanismi internazionali appropriati per contenere la crisi e prevenire che questa porte un effetto di contagio. Questi eventi hanno provocato un ripensamento del concetto e strategia della liberazione commerciale e in gran parte, hanno portato un cambiamento del discorso politico, che è diventato più prudente e acquisito senso protezionistico

L'altro grande ostacolo allo sviluppo economico e sociale è il pesante onere del debito dei Paesi del Terzo Mondo inasprito dalle difficoltà finanziarie menzionate. Risorse che avrebbero dovuto essere destinate alla modernizzazione dell'infrastruttura fisica e sociale e al miglioramento delle condizioni di concorrenza sono finite a essere utilizzate per servire i pesanti oneri del debito. Le condizioni del rimborso del debito devono essere riconsiderate, altrimenti ci sarà sempre un ristagno e in molti casi recessione.

Inoltre, la presente struttura internazionale finanziaria limita azioni di politica economica in paesi emergenti. Fattori esterni possono ampiamente spiegare il ciclo economico in queste nazioni, riflessi nei sconvolgimenti commerciali, la dimensione del flusso di capitale disponibile, il prezzo del debito (spreads) e pronunciate fluttuazioni nell'attività economica.

In condizioni normali in paesi sviluppati, questo scenario avrebbe portato alla applicazione di una politica macroeconomica anticiclica. Invece come risultato dei fallimenti nelle operazioni del mercato di capitale internazionale, che avrebbe visto tali politiche come portatrici delle segnali sbagliate in termini di disciplina macroeconomica, questo non è possibile in molti dei casi chiamati mercati emergenti.

La povertà è un altro problema che non è stato risolto. C'è stato poco progresso nella lotta contro questo flagello. Nel 1990, 36 per cento della popolazione dell'America Latina viveva sotto la linea della povertà. Gli ultimi controlli indicano che la situazione non è cambiata. La crescita economica è stata più lenta che nei paesi asiatici: il reddito per capita in America Latina è cresciuto a una rata cumulativa annuale di soltanto 1,3 per cento mentre in diverse nazioni asiatiche la crescita ha superato il 5 per cento annuale. Questa differenza può essere attribuita a un numero di fattori, includendo basse tariffe nel risparmio e gli investimenti, crescita lenta nella produttività, mercati del lavoro rigidi e una pubblica istruzione con sistemi inadeguati.

L'insuccesso del tentativo dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (World Trade Organization) di avviare un nuovo giro di negoziazioni multilaterali del commercio in Seattle nel Dicembre del 1999 e le violente proteste pubbliche che hanno perseguitato incontri al vertice di organizzazioni internazionali e leader mondiali sono una chiara indicazione del molto diffuso sentimento che richiama per una nuova maniera di affrontare i problemi per dare alla globalizzazione una faccia più umana e aiutare a ridurre le disuguaglianze nella crescita e lo sviluppo, dando più attenzione ai problemi sociali e dell'ambiente.

Quello che si dovrebbe fare è dare alla realtà della globalizzazione il carattere di un strumento per lo sviluppo, cercando un migliore bilancio tra nazioni ricche e povere. Questo potrebbe essere raggiunto dando ai prodotti delle nazioni in sviluppo migliori condizioni di accesso ai mercati dei paesi industrializzati, con un maggiore trasferimento di tecnologia e risorse finanziarie, insieme a una maggiore cooperazione tecnica e investimenti di maniera permanente.

Uno sguardo alle condizioni attuali del commercio mostra che mentre i paesi in via di sviluppo devono aprire le loro frontiere ai paesi industrializzati, per semplice richiesta o per la forza, questi ultimi applicano una rete di protezione che comprende anche misure anti-dumping, diritti di compensazione e barriere doganali, per non parlare dei forti sussidi ai quali mi sono riferito all'inizio. Inoltre, l'implementazione degli accordi di liberalizzazione commerciale vanno al rilento in relazione a prodotti e settori d'interesse dei paesi in via di sviluppo, come nel caso dell'agricoltura, tessili, e abbigliamento ready made. (pronto finito)

Nei casi della carne e la frutta, prodotti basici per i nostri paesi, questisono penalizzati per l'imposte d'importazione di oltre 100 per cento. La gamma di restrizioni non finisce qui. Delle 1.370 tasse doganali dei prodotti agricoli, 90 per cento si applicano ai prodotti dei paesi in sviluppo.

Dati recentemente pubblicati dalle organizzazioni internazionali mostrano che i costi ai paesi in sviluppo in termini di redditi persi a causa delle restrizioni commerciali nelle sue esportazioni raggiunge un valore di US\$ 100.000 milioni l'anno (100 miliardi).

In queste circostanze, è possibile dare un nuovo impulso alla liberalizzazione commerciale soltanto se siamo capaci di stabilire un'agenda per negoziazioni multilaterali con base in una espressione di volontà politica di paesi sviluppati di fare concessioni e aprire i loro mercati.

Senza una attitudine di questa natura, saranno accentuate l'antagonismo e la polarizzazione, e le possibilità di trovare nuove fonti d'investimento, impiego e commercio spariranno. Allora possiamo dire che c'è bisogno di una capacità di compromesso di maniera che una volta gli interessi e le necessità dei paesi in sviluppo sono definiti, possono iniziare le negoziazioni chiaramente indirizzate al miglioramento dell'opportunità di commercio mondiale.

Instabilità, condizioni di commercio e sviluppo

La instabilità dei prezzi è stato sempre l'aspetto dominante del mercato delle materie prime, quasi sempre con una tendenza marcata verso il basso, contrastata soltanto con attività specifiche del mercato o incidenti climatici. E' ben chiara l'esistenza della relazione inversa tra fluttuazione di prezzo della merce e sviluppo economico giacché la volatilità produce incertezza, affetta gli investimenti e la creazione d'occupazione. E per questo che esiste un bisogno urgente per l'uso di una gestione del rischio o di strumenti assicurativi per salvare gli agricoltori dalla rovina.

Il caffè è un caso ben conosciuto nel quale la volatilità dei prezzi all'esportazione sono significativamente marcati, particolarmente quando le clausole economiche dell'Accordo Internazionali del Caffè non erano operative. Come un esempio vale la pena notare che durante gli anni 1980 quando il meccanismo delle quote era attivo, le variazioni di prezzi eranodell'ordine del 10 al 12 per cento. Negli anni 1990, in assenza di un tipo di controllo, la volatilità in alcuni casi ha sorpassato il 50 per cento superando le pronunciate fluttuazioni dell'indice delle azioni tecniche sulla Borsa di New York (NASDAQ), che ha raggiunto un livello annuo del 35%.

L'alternativa proposta in forma tradizionale per combattere lo stato fragile delle materie prime come il caffè e il cacao è la diversificazione, sia verticale che orizzontale. Tutte due le forme richiedono una quantità importante di investimento straniero e il supporto di agenzie multilaterali di credito per permettere di processare con aggiunta di valore o generare altri fonti di investimento. Ma quello di cui c'è veramente bisogno per la effettiva implementazione di questa opzione, che richiede responsabilità da parte delle nazioni produttrici di materie prima, è l'adozione di politiche di produzione indirizzate al ricupero un equilibrio relativo tra offerta e domanda per ottenere i prezzi migliori.

Non c'è scopo di lavorare sotto l'illusione che volumi maggiori d'esportazione possano compensare i bassi prezzi. L'esperienza dimostra che un esercizio del genere può essere rovinosa da un punto di vista economico. Se consideriamo le variabili che oggi agiscono sullo stato del caffè è ovvio che la crisi è di natura strutturale e a meno che si facciano cambiamenti sostanziali per ristabilire l'equilibrio tra l'offerta e la domanda, i paesi esportatori di caffè e altre materie prime in situazione simile sono condannati a redditi molto bassi che in molti casi non coprono i costi di produzione.

E' motive di allarma notare quanto ampie diventano le differenze e quanto i produttori di caffè condividono in questo commercio deteriorato. Dieci anni fa, il valore del commercio del caffè nel mondo era circa US30 miliardi l'anno di cui US12 miliardi andavano ai produttori. Oggi ilvalore del girodelcaffè è diventato US\$55 miliardi l'anno ma i produttori ricevono soltanto US\$ 8 miliardi.

Per cui la marginalizzazione non è soltanto una questione di accesso limitato ai mercati, ma è più ovviamente messa in evidenza nella diversa distribuzione dei profitti e le opportunità commerciali. Questo serve per accender i riflettori sul fatto che l'accordo delle quote nel caffè svolgeva una funzione base ed era un strumento de la più grande validità che nelle tendenze successive del mercato, facilitava lo sviluppo della produzione di un caffè sostenibile in condizioni più equee.

La serietà della situazione richiede azioni concrete e decisive per assicurare termini più equi che permettano la preservazione di questa essenziale fonte di reddito e di sopravvivenza per milioni di produttori di caffè. I responsabili del settore caffè nelle nazioni che esportano o importano, non possono rimanere indifferenti, limitandosi a esprimere preoccupazione per il continuo deterioramento del mercato. Abbiamo bisogno di agire e di creare nuovi schemi e strumenti correttivi per dare un significato reale alle reiterate offerte di cooperazione e supporto fatti nei forums internazionali.

I Paesi produttori di caffè hanno l'enorme responsabilità di coordinare discipline e controlli appropriate. Ritornare alle quote? Ritenzioni maggiori e più diffuse? Eradicazioni delle tenute i caffè? Tutte queste misure dovrebbero essere considerate senza pregiudizi o preconcetti, l'obiettivo base rimane quello di razionalizzare l'offerta e di fare l'industria del caffè redditizia per i produttori e non soltanto per gli operatori dei processi e distributori nei paesi sviluppati. L'iniziativa adoperata oggi dalle nazioni produttrici di caffè, è concepita per migliorare la qualità e stabilire standard minimi per il consumo, è un valido approccio che migliorerà il prodotto offerto al mercato e faciliterà la promozione ed espansione del consumo. Colombia è stata un precursore nel garantire l'eccellenza del suo caffè e la posizione che è riuscita a raggiungere nel mercato riflette chiaramente questa politica orientata verso la qualità. E' questo il motivo per cui, dando supporto allo schema proposto, vorrei invitare le autorità e i rappresentanti dell'industrials del caffè, a darci tutto il loro supporto e di garantire la applicazione diffusa.

Considerazioni finali

La crisi che impatta oggi il settore del caffè e milioni di agricoltori nelle più povere nazioni del mondo è chiaramente molto serio e ci sono già segnali di disturbo economico e sociale nei territori che dipendono del caffè. La comunità internazionale non può rimanere indifferente e c'è un grande bisogno di unire le volontà politiche e canalizzare un processo di cooperazione alla ricerca di soluzioni politiche. Questa Conferenza, che riunisce personalità leaders dei governi, agenzie internazionali, dell'industria del caffè e delle accademie, dovrebbe piantare la semenza per un dialogo costruttivo e immaginativo che apra la strada per una "Nuova Era del Caffè". Questa richiesta è stata data formalmente dai Capi di Stato delle nazioni dell'America Latina che producono caffè al recente Vertice delle Americhe in Quebec, Canada. Vorrei trasmettere questa richiesta a questo forum con il mio supporto totale.

Il caffè e i nostri prodotti agricoli in generale potrebbero avere un grande futuro, ma ci sono troppe sfide e problemi da risolvere. Dobbiamo continuare una battaglia senza pausa contro la povertà rurale e questo significa che dobbiamo modernizzare, diventare più competitivi e sviluppare nuove idee per facilitare la mobilitazione di fondi, sviluppo tecnologico e il rinforzamento di istituzioni. Il miglioramento nelle condizioni di vita e benessere dei nostri agricoltori farebbe possibile preservare la nostra vocazione agricola e rinforzare il settore come un fattore essenziale per la crescita economica e una garanzia per l'ordine sociale.

Grazie.

C. SEDUTA II

C.03

Repubblica di Togo
Mr. Eyadema

Presidente della Conferenza Mondiale del Caffè
Capi Delegazione
Onorevoli Ministri
Signor Segretario Generale dell'OIC
Membri del corpo diplomatico rappresentanti di agenzie finanziarie internazionali
Esperti e rappresentanti di istituzioni scientifiche di ricerca
Distinti Invitati
Signore e Signori

Il Presidente *Eyadema*, Capo di Stato della Repubblica di Togo e Presidente della OAU (Organization of African Uniy) avrebbe avuto molto piacere a essere presente con voi all'occasione della prima Conferenza Mondiale del Caffè. Ma, come uno che ha per molte decadi lavorato per la pace, la giustizia e la cooperazione internazionale di beneficio per tutti gli interessati, ha dovuto rimanere a Lomé per partecipare a un incontro sulle varie crisi che oggi affettano la zona dei Grandi Laghi e i Paesi del bacino del fiume Mano. Per questo motivo, ha inviato me per rappresentarlo in questo incontro e mi ha chiesto di consegnarvi questo messaggio.

All'alba del terzo millennio e le sfide connesse, il mondo del caffè è in crisi, i Paesi produttori sono molto preoccupati e in Africa, l'evidenza del declino del suo progetto del caffè è costantemente presente, sia al livello di produzione, qualità e marketing. E' un privilegio per noi di approfittare di questa prima Conferenza Mondiale del Caffè per fare un'approfondita diagnosi della situazione, che ci permetterà identificare i problemi e di proporre soluzioni.

Il continente africano produce basicamente due tipi di caffè: Robusta e Arabica, in un'area totale di 4,55 milioni di chilometri quadri distribuiti in 25 nazioni. I Paesi Produttori sono 70. La popolazione di queste nazioni arriva a 440 milioni, di cui 5-10 per cento sono impegnate nella produzione di caffè. Questo significa che il caffè è il mezzo di sopravvivenza di milioni d'Africani, come fonte supplementare, fonte maggiore o fonte unica di reddito. I guadagni annuali dell'Africa provenienti dal caffè, che una volta raggiungeva la cifra di US\$ 8 miliardi, è crollato a cifra che si trovano tra US\$2 e US\$4 miliardi. Africa tiene i suoli e il clima per il coltivo del caffè su un territorio enorme ma ciò nonostante, le rese sono basse, con medie dell'ordine di 250 - 340 kg / ha mentre abbiamo 594 kg / ha in Asia e 611 kg / ha in America Latina.

Non c'è dubbio che l'Africa attraversa una fase molto difficile. Come mai? Dentro della struttura della globalizzazione dell'economia l'Africa è stata sotto pressione da parte delle istituzioni di Bretton Woods per la liberalizzazione dell'industria del caffè con delle garanzie di facili guadagni per i coltivatori. Lo Stato con ruolo preponderante nella regolazione delle attività del caffè tramite direttivi e fondi di stabilità è stato invitato a disimpegnarsi nel settore del caffè e permettere ai coltivatori l'accesso diretto al mercato trami operatori privati sconosciuti. Possiamo vedere ora che la liberalizzazione e la globalizzazione hanno generalmente prodotto un risultato contrario nell'industria del caffè dell'Africa, a quello promesso.

Il marketing del caffè ha dato risultati poveri agli agricoltori. La legge dell'offerta e della domanda ha funzionato in detrimento dei produttori africani a vantaggio della speculazione mondiale. Questo ha portato a una crisi di dimensioni senza precedenti producendo un disastroso crollo dei redditi dei coltivatori e l'impoverimento diffuso delle masse contadine.

In passato, il commercio mondiale del caffè era regolato da un sistema di quote impiegato nell'ambito di un accordo internazionale sui caffè con clausole economiche. Dei prezzi indicatori sono stati fissati dentro un intervallo di prezzi stabilito in seguito a una serie di negoziazioni. Centro questa cornice, l'Organizzazione Interafricana del Caffè IACO (Interafrican Coffee Organisation) partecipò ai lavori del Consiglio Internazionale del Caffè tramite un gruppo consultivo responsabile della determinazione delle guide politiche del caffè africano al livello delle autorità internazionali. La trasparenza e l'equità della visione del gruppo consultivo permise a IACO di prendere decisioni sulle quote e i prezzi indicatori dell'OIC che permetterà ai produttori e consumatori di riconciliare le loro posizioni e riuscire a stabilizzare il mercato nell'interesse di tutti i partecipanti all'Accordo.

Nel 1989 è cominciato un periodo di commercio libero dopo l'abbandono del Accordo come risultato dell'interruzione delle negoziazioni dell'OIC. La sospensione dell'Accordo dentro della cornice della globalizzazione dell'economia e la liberalizzazione del commercio del caffè ha creato delle difficoltà al caffè africano nei mercati cartellizzati da prezzi deteriorati e una concorrenza selvaggia crescente tra i fornitori. La situazione è stata esacerbata da un numero di fattori, tra cui l'età delle piantagioni, lo scoppio di malattie come la tracheomycosis, che sconvolse l'Africa Centrale e dell'Est, attacchi di plague come la Brocca, e prima di tutto la mancanza di finanziamento per i progetti di riabilitazione del caffè.

Tutti questi disastri hanno avuto un impatto negativo non soltanto sulla popolazione ma pure sulla qualità del caffè esportato creando in qualche maniera un danno alla riputazione al caffè d'origine africano. Il declino della produzione portò alla riduzione della percentuale di partecipazione della produzione dell'Africa al mercato mondiale da 30 per cento negli anni 1960 a 17 per cento negli anni 2000 / 2001, a beneficio della

produzione di altri continenti. Questo declino quantitativo e qualitativo deve essere fermato al più presto possibile per assicurare una partecipazione maggiore al mercato e approfittare della situazione commerciale, nel presunto caso che questa sia favorevole, che non è il caso nella situazione presente. Una azione urgente deve essere messa in moto perché i produttori africani stanno perdendo la motivazione per continuare a produrre caffè quando non riescono più a coprire i costi di produzione. In questa situazione la produzione scende, la qualità è colpita e i redditi diminuiscono.

Le economie della maggioranza delle giovani nazioni dell'Africa dipendono del caffè in più del 60 per cento per i loro guadagni all'esportazione, in qualche caso, perfino il 90 per cento. Questo significa che l'indebolimento dei prezzi ostacola o rallenta lo sviluppo economico nella maggioranza delle nazioni di questo continente. Al presente, i produttori di caffè sperimentano un senso di frustrazione e di rivolta interna. Si trovano indifesi di fronte alle forze del mercato fissate da concessionari degli operatori, speculatori, usurai, torrefattori, distributori e molti altri. I prezzi del caffè fissati da gruppi internazionali e dalle multinazionali sono completamente fuori del loro controllo. Sentiamo spesso che Dio grida per i poveri contadini africani, che si domandano per quanto tempo l'Africa deve ancora aspettare per avere più giustizia nel campo delle materie prime all'esportazione. E' arrivato il momento per i nostri partners commerciali di congiungersi a noi per guardare la verità e la realtà e la smettano d'ingannare i contadini africani con motivazioni false e ragioni di speranza senza fondamento. I contadini africani sono oramai considerati dei poveri fornitori, un'attitudine inaccettabile data la crisi che affronta il continente.

In Africa restiamo convinti che deve aver luogo una revisione totale degli schemi di cooperazioni e commercio, oggi caratterizzati dall'egoismo che giace nelle radici di molte debolezze. Desideriamo che la partecipazione sia reale e non meramente di facciata. Sarebbe normale per l'avidità degli speculatori che sono tanto ripugnanti al produttore dell'Africa di avviare una mobilitazione generale dei produttori in base di una conquista efficace del potere economico, concepito come è concepito dagli stessi contadini invece di essere questo un'imposizione su di loro in nome della liberalizzazione del commercio del caffè. . Già che la liberalizzazione ha mostrato le sue limitazioni, abbiamo bisogno di un progetto concreto, una strategia per salvare i nostri contadini. I paesi ricchi con le loro transnazionali che si arricchiscono sulle spalle delle nostre nazioni, hanno l'obbligo di dare supporto alle autorità del caffè africano per organizzare potere vero per riuscire a ottenere più partecipazione del prezzo pagato dal consumatore. Questo dovrebbe includere il finanziamento del settore privato del commercio del caffè africano, per riuscire a raggiungere un miglioramento della produzione con il supporto attivo per la ricerca e l'estensione, incoraggiando allo stesso tempo l'istituzione di una struttura di trasformazione che consenta al caffè di essere processato localmente, aggiungendo valore prima dell'esportazione.

Infatti, il settore privato dell'Africa è generalmente frustrato dei propri sforzi di assicurarsi trasferenze di tecnologia e deve accontentarsi di esportare caffè in chicchi, che lo allontana dal palcoscenico del profitto nel commercio del caffè. Il settore privato ritiene di dovere andare oltre questo stadio e cercare reddito cambiandola natura della sua produzione e dunque processare prodotti per il mercato che danno maggiore redditi all'esportazione, assicurando dunque una contribuzione significativa ai budgets d'investimento statale, e garantendo una pianificazione armoniosa dei programmi di sviluppo, e nello stesso tempo permettere un servizio del debito regolare. Dentro di questa cornice vorremmo particolare attenzione e supporto alle reti della ricerca africana al centro regionale per l'assaggio del caffè in Abidjan (Costa d'Avorio) per aiutare questi reti a rinforzare la propria capacità per combattere le plaghe e le malattie, per stabilire politiche adatte di produzione, per distribuire materiale botanico di alta prestazione e creare le condizioni per migliorare la qualità del caffè all'esportazione, con lo scopo di permettere all'Africa di offrire ai consumatori i caffè migliori del mondo. Vorremo andare oltre, chiedendo che questa assistenza strutturale sia aiutata con aiuto istituzionale tramite la IACO

L'obiettivo è quello di aiutare questo strumento della cooperazione africana del caffè per definire una politica di sviluppo per la produzione di caffè africano. Chiediamo ai nostri partner internazionali di incoraggiare i nostri paesi fornendo l'assistenza tecnica e finanziaria che permetterà loro di realizzare politiche di caffè efficaci attraverso il consolidamento delle loro istituzioni di caffè e di IACO, nonché il rafforzamento della ricerca sulla produzione, Esportazioni e consumi.

The Inter-African Coffee Organisation (IACO) is an inter-governmental organisation that represents 25 African coffee growing countries. Its Vision is A modernised

<http://www.microsofttranslator.com/bv.aspx?from=en&to=it&a=http%3A%2F%2Fiacoiac.org%2Ffr%2Factualite>

La Associazione Interafricana del caffè (IACO) è un'associazione intergovernativa che rappresenta 25 nazioni africane produttrici di caffè.

Aujourd'hui, l'OIAC est une organisation intergouvernementale regroupe 25 pays africains producteurs de café: Angola, Benin, Burundi, Camerun, Congo, République Centrafricaine, République Démocratique du Congo, Costa d'Avorio, Ethiopie, Gabon, Ghana, Guinée, Guinée Equatoriale, Kenya, Libéria, Madagascar, Malawi, Nigéria, Ruanda, Sierra Leone, Tanzania, Togo, Uganda, Zambie et Zimbabwe.

Il suo scopo è di dare supporto a questo strumento di cooperazione dei produttori di caffè in Africa per definire una politica di sviluppo. Chiediamo ai nostri partenariati internazionali di incoraggiare le nostre nazioni dandoci assistenza tecnica e finanziaria che ci permetta di portare avanti politiche effettive del caffè tramite la consolidazione delle sue istituzioni cafeeicole e di IACO, insieme a un rinforzamento della ricerca nella produzione, processo, esportazione e consumo.

Per quanto riguarda il consumo, dobbiamo combattere la stagnazione che colpisce l'industria del caffè in Africa. IACO prova di portare avanti una nuova orientazione concentrando gli sforzi promozionali in nazioni

africane produttrici e non produttrici di caffè, particolarmente nel nord e sud dell'Africa. Questo è fatto perché in seguito al crollo della domanda i paesi africani dipendenti della produzione di caffè sono obbligati di dirigere la loro promozione ad altri mercati. Per questo motivo diamo il benvenuto agli sforzi fatti dall'OIC per aumentare il consumo di caffè, incluso quello africano, tramite campagne promozionali generiche indirizzata non soltanto verso mercati tradizionali ma anche in mercati nascenti nell'Europa del Est, Giappone, Cina e l'Unione Sovietica. Abbiamo grande speranza in questa iniziativa dell'OIC e ci auguriamo che continui avanti.

Il supporto che l'Africa chiede alle agenzie finanziarie in paesi in via di sviluppo nel nome della liberalizzazione e la globalizzazione si concentrerà nel settore privato dell'industria del caffè di Africa. Fornito con fondi sufficienti per superare gli ostacoli nella produzione e nella commercializzazione del caffè, il settore privato sarebbe capace di risolvere problemi che hanno a che vedere con la ricerca e le risorse genetiche, per migliorare tecniche culturali, per creare centri di addestramento e estensione e portare avanti progetti di caffè praticabili. Le agenzie internazionali di finanziamento dovrebbero pure aiutare il settore privato dell'industria del caffè dell'Africa a svolgere un ruolo nell'addestramento di piccoli contadini produttori, con lo scopo di creare una nuova classe di contadini preparati per agire come veri imprenditori nell'attuale e moderno senso del termine.

Dopo aver sottolineato la "missione" che i paesi produttori africani assegnano al settore privato, ci auguriamo di vedere un nuovo spirito nei partenariati commerciali e una tendenza verso una maggiore equità nelle nostre relazioni. Africa vorrebbe che le agenzie finanziarie Nord-Sud, o Sud-Sud prendessero interesse nel commercio del caffè e il suo settore privato e considerassero che il supporto richiesto a livello internazionale, che porterebbe il suo sviluppo economico grazie al restauro del suo settore caffè, dovrebbe essere concentrato sugli aspetti seguenti: produzione, qualità, processo, esportazione, marketing e consumo.

In conclusione, l'Africa deve prestare maggiore attenzione ai seguenti punti:

- sviluppare la produttività attraverso attività di estensione ben organizzate e l'applicazione delle attività di ricerca agricola in questo settore;
- recuperare la propria quota di mercato sviluppando la qualità del caffè africano per dare un'immagine migliore;
- formazione di una nuova generazione di agricoltori;
- riacquistare la propria posizione nei mercati tradizionali;
- conquistare i mercati emergenti;
- rafforzare la capacità istituzionale delle strutture di ricerca e sviluppo;
- collegare la rete africana di ricerca del caffè alla rete del caffè a livello mondiale;
- migliorare la produzione africana combattendo i parassiti e le malattie.

Queste sono le principali sfide attualmente affrontate dal continente africano. Per affrontare queste sfide, l'Africa conta sulla comprensione, solidarietà e sostegno dei nostri partner internazionali. È un problema morale, questione di giustizia per i destini comuni che collegano Nord e Sud.

Grazie e che Dio benedica tutti.

C. SEDUTA II

C.04

Mr. *Supachai* (Thailandia) – ASIA (wine pas op!)

Signor Presidente, Eccellenze, Signore e Signori

Mi dispiace interrompere una pausa caffè durante la Conferenza Mondiale del Caffè perché in realtà vorrei proporre di istituzionalizzare la pausa caffè obbligatoria di maniera che la gente possa bere di più del buon caffè. Lasciatemi dire, prima di tutto, quanto contento e onorato sono di stare con voi, colleghi di tutto il mondo che condividete l'interesse di promuovere la causa del caffè, che rappresenta il più importante prodotto agricolo per l'esportazione. Sono stato incaricato di presentare il punto di vista dell'Asia sull'agricoltura e sul caffè, per poter insieme determinare il tipo di progetti congiunti, misure e attività che possono essere portate avanti in nome dell'Organizzazione Internazionale del Caffè, per portare ai produttori di caffè del mondo i benefici che meritano. Ho sempre detto quando guardo al caffè e al vino. Perché non possiamo migliorare i redditi dei produttori di caffè che potrebbero essere comparati con quello dei viticoltori, o al meno vicino a quel livello. Noi facciamo un lavoro somigliante: abbiamo diverse classificazione di caffè come i viticoltori hanno della vite, abbiamo diversi periodi di raccolto, specialità, nomi registrati, regioni geografiche della produzione, miscele. Perché non possiamo insieme raggiungere l'obiettivo di alzare i redditi dei produttori di caffè al livello di quelli dell'industria viti-vinicola? Comincerò con brevi considerazioni sullo sviluppo dell'agricoltura in Asia.

Vorrei dirigere i riflettori su cinque punti che sono vincolati strettamente con le nostre considerazioni sullo sviluppo del marketing del caffè, le sue normative e la qualità. Il primo problema che affrontiamo in Asia è che con l'uso della tecnologia moderna nel settore delle piantagioni, che hanno a che vedere con l'uso di fertilizzanti, nuovi raccolti, nuovi ceppi e nuove sementi, gli agricoltori asiatici sono diventati così efficienti nella produzione che quasi tutti i raccolti sono prodotti in eccesso e non possono essere assorbiti dal

mercato nazionale domestico. Diventiamo dipendenti del mercato mondiale a causa di questo eccesso di produzione e dei alti prezzi di quasi tutti i nostri raccolti.

Il secondo problema è che noi abbiamo economie in sviluppo in Asia che diventano attori principali nel settore agricolo. L'India che aveva nel passato problemi di deficit di cibo, oggi produce prodotti agricoli in eccesso dei suoi bisogni domestici ed esporta grandi volumi di grano. La Cina esporta pure una parte della sua agricoltura. Vietnam e Indonesia competono nel mercato mondiale dei prodotti agricoli. Molte nazioni asiatiche hanno pertanto iniziato a lavorare nel mercato delle materie prime agricole mondiale. Il terzo problema è che a causa della lunga depressione nei prezzi mondiali dei prodotti agricoli, delle nazioni in Asia, Africa e America Latina hanno sofferto prezzi bassi nel settore agricolo negli ultimi tre/cinque anni. Gli agricoltori in Asia sono sotto pressione nella diversificazione dei loro prodotti. Prima producevano soltanto riso.

Oggi devono produrre mais, gomma, tapioca e caffè. Questo significa che gli agricoltori in Asia oggi producono raccolti che gli agricoltori in altri paesi producono pure. La Thailandia ad esempio non produceva molto caffè ma oggi, a causa dei bassi prezzi della gomma, vediamo i produttori di gomma cambiare i loro interessi verso il caffè. Dunque l'Asia diventa competitiva in questi prodotti. Punto quarto e questo è veramente importante, i sussidi eccessivi sono apparsi in un numero di Paesi. Nelle 15 o 16 Nazioni che appartengono al gruppo OECD, i sussidi all'agricoltura ammontano a US\$ 300,060 miliardi l'anno. Il totale dei guadagni prodotti dall'esportazione di prodotti agricoli raccolti nel territorio delle nazioni che appartengono al gruppo OPEC arriva soltanto a US\$ 170 miliardi, che è meno della metà del totale dei sussidi concessi alle ricche nazioni del gruppo OECD. Direi che la questione è piuttosto sleale e rappresenta qualcosa che deve essere discussa nel nuovo giro di negoziazioni commerciali presso la Organizzazione Mondiale de Commercio (WTO)

L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCDE / OECD / OCSE)

<http://www.oecd.org/fr/>

http://www.opec.org/opec_web/en/about_us/25.htm

Paesi membri

L'Organizzazione delle Nazioni Esportatrici di Petrolio (OPEC) è stata fondata a Baghdad, Irak, con la firma di un accordo nel mese di Settembre del 1960 da parte di cinque nazioni cioè: Repubblica Islamica dell'Iran, Iraq, Kuwait, Arabia Saudita e Venezuela. Queste nazioni sono i Membri Fondatori dell'Organizzazione.

A queste nazioni si sono aggiunte successivamente: Qatar (1961), Indonesia (1962), Libia (1962), gli Emirati Arabi Uniti (1967), Algeria (1969), Nigeria (1971), Ecuador (1973), Gabon (1975) e Angola (2007).

L'Ecuador ha sospeso la sua appartenenza nel Dicembre del 1992, ma ha ripristinato l'appartenenza nell'ottobre del 2007. Indonesia ha sospeso l'appartenenza nel gennaio del 2009, ma ha ripristinato l'appartenenza nel gennaio del 2016, ma ha deciso nuovamente di congelare l'appartenenza nell'171st Incontro della Conferenza Opec del 30 novembre 2016. Gabon ha finito la sua appartenenza nel mese di gennaio 1995, ma la ripristinò nel luglio 2016.

Tutto questo significa che oggi l'Organizzazione ha 13 Nazioni Membri: Algeria, Angola, Ecuador, Gabon, Iran, Iraq, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar, Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti e Venezuela.

Il punto ultimo sullo sviluppo agricolo in Asia riguarda i bassi prezzi internazionali stiamo provando di usare le nostre risorse nel food processing. Sono sicuro che questo è fatto anche in Africa e l'America Latina. Prezzi bassi dei prodotti agricoli significa che i prodotti dell'agricoltura devono essere processati per accrescere il valore aggiunto. Quello che succede nello scenario del commercio mondiale è che diverse delle nazioni più avanzate hanno quello che si chiama "*picchi tariffari e aumenti tariffari scalari*". Questi aumenti scalari si applicano soprattutto ai prodotti agricoli processati per i quali si applica un livello più alto di tariffe d'imposta. Le imposte più alte, chiamate aumenti tariffari scalari nei paesi sviluppati sono stati sempre un fattore principale che colpisce grandi investimenti nel processare di prodotti agricoli in nazioni in via di sviluppo. Questi sono cinque fattori principali con i quali bisogna combattere in Asia e penso che questo stesso fenomeno appare negli altri continenti.

La situazione del caffè in Asia è simile a quella di altri prodotti agricoli. Ci sono aree geografiche in Asia dove il caffè può crescere molto efficientemente e paesi asiatici che hanno sofferto i prezzi al suolo dei prodotti agricoli avevano bisogno di cambiare i loro prodotti tradizionali per fare spazio al caffè. Siccome i prezzi del caffè erano molto attrattivi nel passato, ci sono stati grandi investimenti nel settore caffè e molte ettari sono stati trasformati per produrre caffè. Come risultato l'Asia è diventata un importante produttore di caffè particolarmente del tipo Robusta. C'è stata una fenomenale espansione della terra dedicata all'agricoltura e produzione di caffè in Vietnam, in India, Indonesia e in una proporzione minore in Thailandia. Senza accordi e cooperazione internazionali come ammortizzatori dell'impatto della eccessiva offerta, l'abbattimento dei prezzi internazionali del caffè potrebbe creare certamente una situazione molto difficile. Dobbiamo avere più contatti, una cooperazione internazionale maggiore che ci permetta determinare come possiamo gestire la produzione sostenibile del caffè di maniera che evitiamo distruggere il mercato. Le previsioni della FAO e di diverse istituzioni internazionali sono che fino al 2005 ci sarà un'offerta superiore alla domanda. Questo significa tre o quattro anni ancora di offerta in eccesso per un totale di 10 milioni di sacchi di caffè l'anno. Questa è chiaramente la questione da affrontare.

Vorrei rivolgermi ora alla maniera con la quale proviamo di risolvere la difficile situazione dell'offerta mondiale di caffè oggi. Questi sono i temi che stiamo affrontando qui e sono sicuro che dovremmo discuterne nei particolari. Ci sono tre questioni principali: Primo: come possiamo ridurre l'offerta?. Secondo: come possiamo aumentare la domanda? Terzo: Come possiamo migliorare la qualità del prodotto? Per quello che riguarda la limitazione dell'offerta penso ci siano due cose da considerare e da avviare seriamente per ottenere dei risultati. La prima sarebbe il sistema del piano di ritenzione della ACPC (Association of Coffee

Producing Countries), che intenderebbe di creare depositi di produzione in eccesso nei paesi produttori, di maniera che i depositi in mano ai grandi operatori di processo o chiamati pure depositi per il consumatore possono essere ridotti.

Le analisi mostrano che depositi al consumatore più bassi rappresentano prezzi migliori per il caffè. C'è perciò necessità che i grandi produttori facciano depositi di ritenzione. Secondo informazione in mio possesso, però, non esiste un ente serio e legittimo sotto la guida congiunta del produttore che possa supervisionare o controllare lo schema di ritenzione. Penso che se lo schema di ritenzione è lasciato alla partecipazione volontaria, mancherà la disciplina e posso suggerire che abbiamo bisogno di una istituzione permanente, un ente che potesse supervisionare e esercitare controllo del piano di ritenzione. Un piano del genere farebbe una grossa differenza. Nazioni come il Brasile hanno messo in pratica il piano di ritenzione, ma il livello d'espansione dell'esportazione indicherebbe che altre nazioni non hanno aderito e il piano di ritenzione alla fine non si è materializzato. In secondo luogo, dobbiamo essere più sistematici, più scientifici in relazione a come si può distogliere o disviare caffè di bassa qualità a altre applicazioni, ad esempio fertilizzanti o mangimi o come combustibile.

Dobbiamo fare più ricerca sul tema di disviare il caffè di bassa qualità in queste aree e la conseguente riduzione di offerta nel mercato. E per concludere dobbiamo imporre normative minime per l'esportazione di maniera che il caffè di bassa qualità può essere distolto dall'esportazione. Per quanto riguarda l'aumento della domanda, abbiamo lavorato in diversi progetti per educare ai consumatori, con l'organizzazione di festival del caffè, riunioni informative per i media, progetti congiunti con i distributori e le reti di marketing della catena mondiale del caffè. Questo è il tipo di lavoro che dovrebbe essere fatto. Nel caso dell'Asia, le economie emergenti dell'Indocina e la Cina aumentano il loro consumo di caffè. In Cina il reddito per abitante cresce e il Paese ha un enorme potenziale di crescita. Se questa tendenza è mantenuta e la Cina riesce ad aderire alla WTO ci sarà la possibilità di un aumento del consumo di caffè. Questo è anche vero per altre nuove economie come quella del Vietnam. Se forniamo maggiori informazioni e spingiamo la promozione del marketing, è possibile migliorare i nostri mercati in Asia.

https://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_mondiale_del_commercio

Organizzazione mondiale del commercio

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

Organizzazione mondiale del commercio

(EN) [World Trade Organization](#)

(FR) [Organisation mondiale du commerce](#)

(ES) [Organización mundial del comercio](#)

Sede OMC

Abbreviazione [OMC](#), [WTO](#)

Tipo [organizzazione internazionale](#)

Fondazione [1º gennaio 1998](#)

Scopo supervisione e regolamentazione degli accordi commerciali internazionali

Sede centrale  [Ginevra](#)

Area di azione [200 stati](#)

Direttore generale  [Roberto Azevêdo](#)

Lingue ufficiali [inglese](#), [francese](#), [spagnolo](#)

Bilancio [196 milioni di franchi svizzeri](#)^[1] (2012)

Impiegati [622](#)^[2]

L'Organizzazione mondiale del commercio, abbreviato in OMC (in [inglese](#): *World Trade Organization*, WTO), è un'[organizzazione internazionale](#) creata allo scopo di supervisionare numerosi accordi commerciali tra gli [stati membri](#). Vi aderiscono^[3] 164 Paesi, a cui se ne aggiungono altri 22 con ruolo di osservatori,^[4] comprendendo così oltre il 95% del commercio mondiale di beni e servizi.^[5]

La sede dell'OMC si trova presso il *Centro William Rappard* a [Ginevra](#), [Svizzera](#).



L'ultimo punto riguarda la questione cruciale della rivalutazione della produzione di caffè per migliorare la qualità. Sono stati fatti molti sforzi nel passato e il nuovo Accordo Internazionale del Caffè sottolinea questo importante obiettivo, incoraggiando i Membri a sviluppare una economia sostenibile del caffè. Questo è una questione cruciale che dovrebbe essere discussa in questa Conferenza. Sviluppare una economia sostenibile del caffè significa che dobbiamo incoraggiare tecnologie che promuovono l'efficienza, la produttività e la conservazione dell'ambiente. Dobbiamo garantire il ritorno economico ai produttori e assicurare una buona qualità di caffè ai consumatori. Sono stato informato che diverse organizzazioni sono coinvolte in questo sforzo. Il Programma Ambientale delle Nazioni Unite (United Nations Environment Programme UNEP), il Centro Internazionale del Commercio sotto il UNCTAD e il WTO conducono una serie di programmi di studio e progetti indirizzati al miglioramento della qualità del caffè e collaborando con diversi dei distributori più importanti del mondo. Un'Organizzazione come il Centro Internazionale del Commercio (International Trade Centre) che ha lavorato molto bene con il settore del commercio nel mondo in cooperazione con il UNCTAD (La Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo) e l'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO) sarà capace di dare ulteriore supporto per lavorare in progetti di caffè.

La ITC (International Trade Organisation - Organizzazione Internazionale del Commercio <http://www.intracen.org/>) ma ha fatto due cose molto efficaci. Ha organizzato l'Appalto Internet del Caffè qualche mese fa. Forse in scala ridotta ma ha aiutato a eliminare qualche broker e mediatori migliorando di questa maniera i prezzi del caffè. I caffè coinvolti devono aver un altissimo standard di qualità. Prevedo che se riusciamo a strutturare l'Appalto Internet del Caffè nella maniera giusta avremo un altro mezzo di promuovere partecipazione globale nel mercato del caffè. La seconda cosa è che la ITC (International Trade Organization) ha lavorato in forma stretta con la Specialty Coffee Association of America e la All Japan Coffee Association. Queste Associazioni lavorano nel miglioramento dei migliori tipi di caffè "premium" e se riusciamo a lavorare vicino loro possiamo portare i caffè "premium" al mercato a prezzi che hanno lo stesso tipo di differenziazione a quella del mercato del vino. Dobbiamo migliorare la qualità e il differenziale di prezzo di maniera che i produttori di caffè siano motivati a produrre meno caffè di bassa qualità e si muovano nel settore di caffè di altissima qualità. In quanto Direttore Generale Nominato del WTO quando prendo possesso dell'incarico nel mese di settembre del 2002 mi auguro di essere capace di collaborare con l'UNCTAD e con tutti i Paesi produttori per migliorare il commercio mondiale del caffè tanto quanto possibile. Molte grazie per la vostra attenzione.

C. SEDUTA II

C.05

Discorso alla Conferenza Mondiale del Caffè di
Brian Williamson

Venerdì, 18 maggio 2001

Introduzione

Ringrazio l'Organizzazione Mondiale del Caffè per la possibilità di parlare oggi con voi in questo importante evento. Sicuramente durante questa Conferenza ci saranno molte discussioni concentrate sui grandi temi del mercato, particolarmente quelli che i prezzi attuali del caffè Robusta e Arabica rimangono vicino ai più bassi degli ultimi 30 anni. Non posso intuire se c'è il potenziale per un cambiamento nel mercato del caffè, posso soltanto confermare che c'è un'atmosfera sentimentale molto bassa - questa è la posizione nella quale LIFFE (London International Financial Futures and Options Exchange) stesso si trovava 2 o 3 anni fa. Pianificare per recuperare quanto perso è una cosa, attuare il programma di ricupero è ben altro, ed è incoraggiante vedere molti dei leaders dell'industria del caffè presenti in questa sede oggi, lavorando insieme per sviluppare indicazioni per il futuro

https://en.wikipedia.org/wiki/London_International_Financial_Futures_and_Options_Exchange

Lo Scambio Finanziario Internazionale di Futuri e Opzioni di Londra (The London International Financial Futures and Options Exchange [LIFFE]), è uno scambio di futures con sede a Londra.

LIFFE è oggi parte del gruppo Intercontinental Exchange dopo una serie di acquisti. Euronext ha acquisito LIFFE nel 2002 e questo è stato acquistato a sua volta da NYSE nel 2007, per formare la NYSE Euronext. La ragione principale per questa transazione era acquisire la proprietà di LIFFE. Nella stessa maniera NYSE Euronext è stata acquisita da Intercontinental Exchange nel 2013, principalmente per acquisire LIFFE. Poi ha completato una IPO (Offerta Pubblica Iniziale) nel 2014, ma LIFFE rimase nel portfolio del gruppo ICE NYSE sotto il nome di ICE Futures Europe

Non posso dire di essere un esperto nel campo del caffè (destinato a puntare - sottolineare il puntare). Mi serviranno i prossimi 15 minuti per dare una panoramica di come i mercati mondiali, sia merce per l'esportazione, equità o finanziaria, stanno formando a causa di una maggiore applicazione tecnologica e per spiegare le modalità con cui LIFFE ha risposto alle sfide poste da questi sviluppi.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Pun>

El pun, chiamato pure paronomasia, è una forma di gioco di parole che insinuano due o più significati, sfruttando i multipli significati delle parole o di parole con più o meno lo stesso suono, per un effetto umoristico o retorico. Queste ambiguità possono sorgere dall'uso intenzionale di un linguaggio omofonico, omografico, metonimico o figurativo. Un pun differisce da un malapropismo nel fatto che il malapropismo è una variazione incorretta in un'espressione corretta, mentre che un pun coinvolge espressioni con interpretazioni multipli corrette. I puns possono essere considerati come barzellette incorporate o costruzioni idiomatiche, in quanto il loro uso e significato sono specifici a una lingua particolare o la sua cultura.

I Puns hanno una lunga storia nello scrivere umano. Cuneiforme Sumerian e geroglifici egiziani erano originalmente basati in sistemi di punning, e lo scrittore teatrale romano Plautus era famoso per i suoi puns e ha giochi di parole. Il Punning è stato accreditato come il concetto fondamentale dietro alfabeti, scritti e pure la civilizzazione umana.

A questo punto dovrei dire che mentre i miei punti di vista si sono formati perdominantemente nella luce della reinvenzione del LIFFE mercato dei futures, credo che è rilevante al mercato dei futures in generale, e alle borse di valori. Questa naturalmente non è una opinione universale.

L'ambiente competitivo

Ricordando una frase di Bob Dylan (il conosciuto commentator del mercato del caffè) "The times they are changing". Infatti i cambiamenti e la velocità con la quale questi si avverranno non hanno precedenti.

Il monopolio locale è travolto dalla forte concorrenza. Nuovi scambi e sistemi di commercio alternativi stanno portando una nuova dimensione alla concorrenza mentre che i costi de entrare al commercio di scambio sono più bassi che mai. Il sacro Graal – la globalizzazione dei mercati dei cambi – sta cambiando dalla retorica alla realtà, e lo stesso concetto di uno scambio è sfidato e ridefinito.

La causa di tutti questi sviluppi può essere riassunto in una parola: Tecnologia. Nella stessa maniera che il telegrafo cambiò i mercati del secolo 19 e il telefono revisionò i mercati del secolo 20, la tecnologia dell'informazione rivoluziona i mercati del secolo 21.

La tecnologia concede una quantità di vantaggi all'investitore e all'intermediario professionale. Accesso ai mercati di scambio è oggi più buon mercato, più efficiente, più internazionale e più flessibile che mai. Questo significa un servizio migliore per gli utenti esistenti e un'opportunità per altri a accedere a quei mercati per la prima volta, incrementando la scelta d'investimenti e opportunità di gestione del rischio.

Dall'altro lato della moneta, la stessa tecnologia presenta rigide sfide ai scambi stessi. La tecnologia e pressione verso il basso nei costi porta agli utilizzatori del mercato a chiedersi cosa può offrire un mercato di scambio. L'emergenza delle società "bulge bracket" e l'internalizzazione del flusso degli ordini, significava che un numero ridotto di grandissime società presentavano oggi le caratteristiche di banchieri cambio. Infatti, si potrebbe argomentare che loro sono i primi centro di scambio elettronico internazionale.

Continuano a venir fuori delle comparazioni tra i centri di scambio e questi sistemi alternative ricchi in tecnologie e reti di comunicazione elettronica, capaci di replicare a basso costo le facilità di esecuzione che sono state tradizionalmente fornite dagli centri di scambi soltanto. Di fronte a questo, queste comparazioni sono valide, ma non prendono in considerazione un punto vitale – la frammentazione della liquidità non sempre è nel miglior interesse del cliente.

Le comparazioni non riuscirono a cogliere uno dei fondamenti che ci ha insegnato il "raggiungimento della maggior età" commerciale di internet- che soltanto la "possessione del prodotto" nel mondo di internet, dove l'informazione e l'accesso sono liberamente disponibili per tutti, è impossibile di mantenere. Meglio dunque di combinare i mercati in un mozzo centrale e lasciare al cliente di visitarlo nella maniera che più conviene alla sua attività commerciale.

Quindi, piuttosto che diventare più radicati nel tentativo di proteggere i loro franchising, la sfida per gli scambi stabiliti è duplice. Il primo è quello di capitalizzare nei propri punti di forza come operatori affidabili di mercati sicuri e protetti, in cui gli utenti hanno la certezza di poter commerciare a un prezzo equo. Il secondo è quello di diventare "ricchi di tecnologia" se stessi e stabilire partnership di potenziamento della liquidità con coloro che sarebbero potenziali concorrenti (per la mancanza di una parola migliore).

LIFFE ha dovuto abbracciare questo nuovo ambiente più velocemente che altri semplicemente perché non ci siamo adattati con sufficiente rapidità nei primi passi. Quello che ci ha fatto cambiare fu il risultato della pressione dei costi e dell'efficienza che le società internazionali più grandi presenti a Londra sentivano. Inevitabilmente queste pressione sono state alimentate tramite lo Scambio e ci ha hanno portato a rivalutare il nostro ruolo nel futuro.

Insieme a essere il catalizzatore per reinventare LIFFE, mi auguro che questa nostra esperienza si proverà un storia salutare per altri nel commercio dell'exchange. LIFFE forse è stata la prima casa che ha preso fuoco ma, se la lezione di quell'esperienza non è ascoltate, quell'esperienza non sarà l'ultima.

Importante, come molto del cambiamento occorso è culturale e tecnologico. Per LIFFE, che la tecnologia è stata una cosa, ma dobbiamo pure implementare un cambiamento fondamentale nel nostro operare giornaliero per riuscire alla tecnologia fare il proprio marco.

Il processo critic de cambio cultural è cominciato nel 1998 quando abbiamo ristrutturato l'organizzazione in una azienda commerciale, per fare profitto con lo scopo di far fronte ai bisogni dei nostri clienti in modo più efficiente e efficace che i nostri concorrenti. Abbiamo fatto così perché convinti che saremmo stati capaci di massimare il vero potenziale del nostro negozio con un esplicito motivo di profitto.

Questa riforma è stata sentita a tutti i livelli – giu fino a quello che qualcuno considerava il nucleo dello scambio – la rotura della connessione tra sede e condivisione della proprietà. Questo modello - Il modello di scambio tradizionale – semplicemente non era capace di sopportare lo sviluppo di un moderno marketing elettronico, dove la distribuzione diffusa e la capacità di adattarsi velocemente ad un mutevole ambiente è fondamentale.

Il cambiamento cultural è stato probabilmente sentito più nella forma nella quale noi portiamo Avanti I nostril affair – totalmente commerciale invece di "senza profitto". Aprire la proprietà di un Scambio a investitori esterni (indipendentemente del fatto che siano membri o meno) impone discipline commerciali, e con lo scopo di affrontare adeguatamente i desideri degli investitori di un ritorno sull'investimento, creo che un Exchange ha bisogno di una struttura cioè identica a quella di una società convenzionale per fare profitto.

Come abbiamo nella sede de LIFFE, penso che molti Scambi dovranno cominciare con una carta Bianca per poter progettare una struttura di proprietà che possa in forma appropriate supportare un "Scambio ricco di tecnologia".

LIFFE, lo "Scambio ricco di tecnologia"

Noi di LIFFE crediamo che lo abbiamo fatto già con LIFFE CONNECT™, il nostro sistema elettronico di commercio. Dichiarazioni recenti di LIFFE relative alla connessione con Nasdaq Stock Exchange e con Market Touch – una venture totalmente nuova in titoli al dettaglio . dimostra che altri sono d'accordo con le nostre letture.

Il successo attuale e futuro di LIFFE dipende dalla consegna di un eccellente servizio in numero di aree chiave. Mi concentrerò per un attimo su due – funzionalità tecnica del sistema di commercio e come secondo punto distribuzione e successo.

Funzionalità

Prima, prendiamo la funzionalità. Nel centro di LIFFE CONNECT™ c'è un motore commerciale, flessibile, di grande resilienza che può essere allargato per affrontare grandi volumi e domande. Il motore è capace di un abbinamento ordinato degli ordini ad alta velocità; Ed è abbastanza robusto per operare efficacemente nei mercati veloci e nei picchi di trading. Infatti, per quelli che rimangono scettici dell'abilità del sistema commerciale elettronico di far fronte a tali eventi, è da notare che soltanto due settimane fa LIFFE CONNECT™ ha gestito quasi due milioni di contratti in una sola giornata – lontano 21.000 lotti del record esistente di LIFFE, risalenti ai giorni di apertura (open-outcry).

Il sistema è stato progettato sufficientemente sofisticato per commercializzare qualunque prodotto commercializzato in exchange, indipendente della complessità. I prodotti più complessi – particolarmente quelli che in forma attiva commercializzano posizioni multi mensili come la merce agricola all'esportazione e i tassi d'interesse dei futures – hanno bisogno di essere aiutati con una funzionalità che consegna il tipo di mercato giusto per il trader. Ad esempio "prezzi impliciti" ci ha permesso di consegnare mercati dove i prezzi esatti e quelli creati dai mercati di distribuzione creano i mercati "migliori" e più profondi. Questo permette a LIFFE di offrire – in una piattaforma elettronica – più prodotti derivati che qualunque Scambio elettronico, con materie prime come il caffè, il cacao e lo zucchero, che sono commercializzati accanto a obbligazioni, azioni e strumenti del mercato monetario.

Infatti su una nota specifica per il caffè per il momento, il mercato ci dice che la profondità della liquidità creata a Londra con l'implementazione di LIFFE CONNECT_ nel contratto di caffè Robusta, è stata un vero miglioramento per il mercato. E' questo il tipo di avanzare che desideriamo consegnare tramite il nostro impegno con la tecnologia e la funzionalità che ci consegna.

Distribuzione e accesso

Muovendosi verso la distribuzione e l'accesso, sono stati fatti grandi sforzi per farlo con facilità a basso prezzo ai membri – e tramite loro, ai clienti – di utilizzare i mercati LIFFE premendo un bottone.

Si offre l'accesso tramite la propria stazione di lavoro del utilizzatore, tramite una ampia scelta di applicazioni di trading front-end, di maniera che i bisogni specifici del utilizzatore sono soddisfatti, sia che lui / lei siano broker, Commerciante proprietario o creatore di mercato. Lo stesso è vero di impianti di routing di ordini elettronici forniti da prestatori di terze parti e utilizzati da imprese e clienti finali.

In riconoscimento della natura globale di tutti i mercati nei quali siamo coinvolti, sono stati fatti grandi sforzi per facilitare l'accesso a LIFFE CONNECT™ sullo stesso piano, praticamente indipendentemente dalla posizione. Questo significava il partenariato di LIFFE con fornitori di reti di comunicazione globale – nel nostro caso Reliance – per permettere accesso ai sistemi commerciali praticamente da qualunque località. Sarete forse interessati a sapere che questa è la stessa rete adoperata dalle compagnie aeree del mondo per gestire i servizi di prenotazioni e emissioni dei biglietti.

Come una conseguenza, per quelli che sono autorizzati a dirigere l'accesso al sistema, sia che si trovino nel centro di Londra, l'Estremo Oriente e negli USA, potete essere sicuri che avrete uguale accesso. Infatti, LIFFE CONNECT™ è oggi accessibile elettronicamente a quaranta sei città in ventitre Paesi in tutte tre più importanti zone del tempo.

Transizione a LIFFE CONNECT™ . Il contratto LIFFE per il caffè Robusta

E' chiaro che per LIFFE, creare uno "Exchange" non era una questione soltanto di spostare l'attività di trading di mercato dal pavimento a un schermo del computer. Prima che LIFFE CONNECT™ raggiunga il suo potenziale era fondamentale preparare la proprietà del terreno e assicurare la consegna del servizio richiesto.

Questo era il fattore chiave che permetterebbe una transizione di successo alla commercializzazione con LIFFE CONNECT™ per tutti i prodotti LIFFE's compreso il contratto di Caffè Robusta. Siamo ancora nelle prime fasi della migrazione dei prodotti non finanziari del LIFFE da open-outcry a LIFFE CONNECT™, che se verificò nel mese di novembre dell'anno scorso. Nonostante, i nostri membri e clienti continuano a dirci che si trovano bene con la maniera che il Caffè Robusta si commercializza nel nostro sistema, tanto che ci suggeriscono di trovare prodotti complementari.

https://en.wikipedia.org/wiki/Open_outcry

Open outcry (grida aperta) è il nome di un metodo di comunicazione tra professionisti nel stock exchange o futures exchange, tipicamente sulla piazza commerciale. Comprende grida e l'uso di gesti con le mani per trasferire informazione primariamente sull'acquisto o vendita delle ordini. La parte del suolo dove si commercia e si svolgono questi grida si chiama il "pit = pozo".

In un appalto di open outcry, le proposte e offerte devono essere fatte nel mercato aperto dando a tutti i partecipanti l'opportunità di concorrere per l'ordine con il prezzo migliore. Nuove proposte o offerte saranno fatte se migliori ai prezzi anteriori per un'efficiente "scoperta dei prezzi". Gli Exchanges valutano posizioni marcate per questi prezzi di mercato pubblico ogni giorno. Incontrasto, mercati sopra il bancone (over the counter markets) si trovano dove le proposte e offerte sono negoziate in forma privata tra dirigenti. Dal momento dello sviluppo della borsa del XVII secolo ad Amsterdam, la grida aperta (open-outcry) era il metodo principale per comunicare tra i commercianti. Tuttavia, questo è

iniziato a cambiare nella seconda metà del ventesimo secolo, innanzitutto attraverso l'uso del trading telefonico e poi a partire dagli anni ottanta con sistemi di trading elettronici.

Dal 2007 pochi "Exchanges" adoperano la grida aperta (open outcry). I fans della commercializzazione elettronica considerano che questa è più veloce, poco costosa e più efficiente per gli utilizzatori e meno soggetta alla manipolazione da parte dei market maker e broker / rivenditori. Nonostante molti traders sostengono il sistema di grida aperte perché il contatto fisico permette ai traders di speculare sulle motivazioni e intenzioni del buyer / seller che permette di rivedere o aggiustare le proprie posizioni accordemente. Dal 2010 molticontratti di stocks e futures non sono più negoziati adoperando il sistema open outcry dovuto al crollo dei costi con i suddetti progressi tecnologici.

La loro fiducia nel contratto e in LIFFE CONNECT™ si riflette anche nel fatto che negli ultimi tre mesi abbiamo ripetutamente registrato record di tutti i tempi in aperto interesse - raggiungendo un elevato numero di 93.156 contratti durante la prima settimana di maggio. Ciò ha rafforzato la posizione di LIFFE come il principale mercato futures del caffè Robusta.

https://en.wikipedia.org/wiki/Price_discovery

Il processo della scoperta del prezzo (chiamato pure meccanismo della scoperta del prezzo) è il processo per determinare il prezzo di un bene nel mercato tramite interazioni di compratori e venditori. Il mercato dei futures e options serve tutte le importanti funzioni della scoperta del prezzo. Gli individui con migliore informazione e giudizio partecipano in questi mercati per prendere vantaggio da quell'informazione. Quando arrivano informazioni nuove aggiornate, forse buone notizie sull'economia, ad esempio, le azioni degli speculatori rapidamente alimentano l'informazione nel mercato dei derivati causando variazioni nel prezzo dei derivati. Questi mercati sono normalmente i primi a reagire, il costo della transazione è più bassa che quella del "spot" market (dettaglio). Per cui questi mercati indicano cosa può succedere e in questa maniera contribuiscono a trovare il miglior prezzo o price discovery.

La scoperta del prezzo è un processo diverso di quello della valutazione del prezzo. Il processo di scoperta del prezzo coinvolge buyers e sellers che arrivano a un prezzo di transazione per una voce specifica in un tempo determinato. Coinvolge questi punti

- Acquirenti e venditori (numero, dimensione, posizione e percezioni di valutazione)
- meccanismo di mercato (processi di offerta e liquidazione, liquidità)
- Informazioni disponibili (importo, tempestività, significatività e affidabilità) compresi i futures e altri mercati correlati
- Scelte di gestione dei rischi.

"Mercato" è un termine ampio che include buyers, sellers e pure sentimenti. Un mercato singolo avrà una o più luoghi di esecuzione, che describe dove si perfezionano gli affari. Questo potrebbe essere la strada per un mercato di strada, o aumentando potrebbe essere un luogo elettronico o virtuale. Esempi di luoghi di esecuzione son NASDAQ, il London Metal Exchange, NYSE, London Stock Exchange.

Dopo lo scandalo Enron del 2001, l'atto Sarbanes - Oxley che ha rafforzato le regole di contabilità relative al metodo "mark to market", che richiede che siano utilizzati solo i prezzi scoperti di recente. Lo scopo di questo cambiamento è di fermare delle società che sopravvalutano i bene in loro possesso. Ogni sera (o periodo di rapporto) dovranno prendere prezzi scoperti recentemente e provenienti da due o più osservatori di mercato.

La fiducia nel contratto e su LIFFE CONNECT™ si riflette pure nel fatto che durante i passati tre mesi, abbiamo ripetutamente registrato record di prestazione nel tempo in un interesse aperto - raggiungendo un elevato numero di 93.156 contratti durante la prima settimana di maggio. Questo ha consolidato la posizione di LIFFE come il mercato leader dei futures mondiale dei futures nel caffè Robusta.

Mercati di material prima "e"

L'avanzo della tecnologia non è limitata nonostante al mercato dei futures. Mercati di merci fisica hanno visto la creazione di exchanges con base in internet con il proposito di centralizzare e ridurre i costi di trading dei prodotti indicati. Il caffè in particolare ha visto un numero di tali sviluppi.

Questi mercati hanno il potenziale di creare nuovi vasche profonde di liquidità per i mercati serviti e per ridurre il costo di commercializzare e processare in un modo mai raggiunto prima.

Naturalmente a questo punto è troppo presto per speculare su vincitori e sconfitti ma una cosa è certa - la tecnologia creerà efficienza qui come lo ha fatto nel mercato dei derivati. Non è impossibile concepire quando i mercati del fisico e dei futures si troveranno uno accanto all'altro e concluderanno tramite le stesse organizzazioni di compensazione. Infatti questo sarebbe probabilmente l'efficienza più importante del capitale che questi mercati possano offrire.

Conclusione

Chiudendo, tutti noi affrontiamo cambiamenti in ogni sfaccettatura di quello che facciamo - infatti l'intendimento del nostro negozio è una sfida ogni giorno. Combattere questo fatto è una ricetta per dei disastri. Abbracciare il cambiamento è essenziale per la nostra sopravvivenza e lo sviluppo delle nostre industrie e ci permette di offrire un futuro vibrante a coloro che ci seguono, ma i risultati possono essere lenti ad arrivare.

Vorrei congedarmi con una quotazione di Burke che forse offre un equilibrio alle vedute che ho espresso oggi. Lui commentava che la disposizione comune della maggioranza del genere umano è di "lamentarsi dell'epoca che viviamo; mormurare ai possessori attuali del potere; e di lamentarsi del passato; e di concepire come stravagante la speranza nel futuro

Stravagante? Magari.

D. SEDUTA III

D.01

Maggiori fornitori e tendenze della domanda

Presentazione di *Michael R. Neumann*

Londra, 18 maggio 2001

Presidente Dr. Jorge Cárdenas – è un immenso piacere partecipare in questo grande sforzo dell'Organizzazione Internazionale del Caffè e suo qui e adesso. Grazie per l'opportunità.

Sue Eccellenze,
Signore e Signori

Le prime due sedute di questa conferenza hanno parlato di macro argomenti. Complimenti ai relatori per la loro chiara illuminazione sul quadro politico ed economico globale all'interno del quale opera la nostra industria del caffè.

Il tema di questa seduta - Le principali tendenze della domanda e dell'offerta caffè – ci porta più vicino al mondo reale del caffè e ai propri problemi e sfide.

Vorrei approfittare di quest'opportunità per ringraziare e complimentarmi con il presidente della conferenza per mettere insieme un gruppo straordinario di imprenditori e dirigenti di grande competenza per gestire questo tema sfidante insieme a me questo pomeriggio. Prima della pausa caffè alle 4 p.m. avremo il privilegio di sentire il Signor Jorge Esteve di Esteve S.A. Santos chi ci spiegherà il caso di "Il Caffè in Brasile storia e una prospettiva di 3 anni" a cui seguiranno Mr. Doug Burns di Kraft Foods International, Brentford Con le sue opinioni sulla "Crescita nell'industria del caffè globale" Gordon Gillett di Nestle S.A., Vevey Su "Crescere il consumo di caffè a livello mondiale" - Nescafe è una marca globale Apertura di nuove e crescenti richieste di caffè".

E il signor Robert Nelson della National Coffee Association of America Analizzando le "tendenze del consumo e della domanda negli Stati Uniti".

Il sig. Helmut Ahlfeld di F. O. Licht, Germania Ha preparato un documento su "Caffè - i prossimi 5 anni". Purtroppo Mr. Ahlfeld è malato e sono grato al Signor Donald Spence che farà la relazione a nome del suo amico questo pomeriggio.

Prima d'aprire la platea al primo relatore, ho un paio di osservazioni per avvicinare il nostro status attuale nell'industria del caffè mondiale: Un proverbio di un mercante tedesco ci dice che "gli affari sono buoni soltanto se sono buoni per tutti i partecipanti". Con questa misura il business del caffè oggi non va bene perché i paesi produttori si trovano in un stato di crisi severo. Cosa possiamo fare per lenire la situazione, affrontala e con quali mezzi possiamo cominciare a evitare la prossima crisi tra qualche anno.

Il presente duro periodo è abbastanza unico, non paragonabile a quelli precedenti.

E' chiaro, gli anni dal 1994 al 1997 con i suoi buoni prezzi in forma tipica avviarono qualche produzione addizionale pro-ciclica. Ma questo effetto non sarebbe stato sufficiente per soddisfare la crescente domanda mondiale. No, le cause vere per i nostri problemi oggi sono molto strutturali: La globalizzazione del 1990, l'apertura dei mercati mondiali dopo la fine dell'Unione Sovietica e la caduta del muro di Berlino

Nel Vietnam questo fenomeno è stato chiamato Doimoi e per il caffè questo funzionò meglio che qualche fertilizzante. E un qualche consiglio di organizzazioni internazionali di donatori mal guidato si aggiunse in modo significativo alla problematica. Uno si domanda perché nessuno si chiese in quegli anni, dove e chi avrebbe consumato tutto questo volume addizionale di caffè.

Non ci sono ragioni per fare il Vietnam colpevole mentre i nostri stessi rappresentanti hanno consigliato con forza che questa era una buona politica da seguire.

E poi abbiamo il caso del Brasile: La ricreazione di una completa economia del caffè negli ultimi 10 anni a causa di macro condizioni favorevoli: Il successo a combattere l'inflazione a inizi degli 90, l'introduzione del gioco del mercato libero, metodi "stato dell'arte" di produzione e gestione sofisticata e know-how amministrativo nel campo: questi fattori hanno generato non soltanto una produzione addizionale significativa ma – più importante – guadagni seri nella produttività.

Per cui tra queste due nazioni –Vietnam e Brasile – il mercato mondiale del caffè oggi può contare con una produzione addizionale di 20 milioni di sacchi l'anno. Con tutte le differenze dei 2 casi, hanno in comune – secondo me – di essere tutti i due eventi inediti nella nostra storia.

Il consumo mondiale non può assorbire queste quantità ad hoc. E questo nonostante, dopo anni di crescita tra 1 e 1,5 mio di sacchi l'anno, il consumo potrebbe derivare una richiesta di 2 milioni di sacchi ancora nel 2001. Quattro anni a questo ritmo e la riserva tra domanda e offerta sparirebbe – sempre che si conservi una condizione statica, e certamente il mondo del caffè non è statico, basterebbe il fatto che nessun produttore o nazione produttrice può sopravvivere molti anni con livelli di prezzi più bassi che il costo di produzione.

Per cui, quale sono le risposte a questi problemi pressanti? Sono sicuro che i miei colleghi porteranno un po' di luce in queste aree difficili. Verso la fine di questa parte della seduta, farò qualche proposta mia. Grazie per la vostra attenzione.

Jorge, cedo a te la parola.

Dopo queste eccellenti presentazioni e prima di portare questo complesso di temi alla nostra tavola rotonda, vorrei presentare alla vostra considerazione tre proposte pratiche per la futura gestione strategica del mercato del caffè.

Tutti ci rendiamo conto quanto ha cambiato il mondo negli ultimi dieci anni. Non possiamo rimanere in un modo post-ICO. Il ruolo prima svolto dai governi dei paesi consumatori è stato in molte maniere sostituito da qualche grande corporazione globale e un piccolo numero di caffetterie "verdi" dedicate a livello globale. Alcune organizzazioni donatrici e numerose ONG completano questo scenario. D'altra parte la rivoluzione della comunicazione sta sempre creando più consapevolezza presso i consumatori. Di conseguenza, l'impegno nei confronti delle condizioni dei paesi produttori da parte dei principali partecipanti al mercato è cresciuto in modo esponenziale.

La vecchia forma di pensare per cui i produttori e i consumatori sono avversari non ha nessuna possibilità di esserci più. Possiamo concedere che occasionalmente possono esserci vedute conflittive nell'informazione trimestrale P+L (Profit + Losses = Profitto e perdite) e gli obiettivi sostenibili di metà anno – qualche volta una questione culturale – ma con la crisi di cibo in Europa, il discorso della modificazione genetica nei cereali, tra molti altri aspetti, nessun CEO valido rischierebbe di non considerare gli aspetti di sostenibilità sociale ed ecologica nel definire una politica delle materie prime.

Tutte le ditte – private o pubbliche – saranno misurate con questo parametro: "Affari responsabili". E prima di tutto questo significherà prezzi remunerativi per la base agricola moderna produttiva e per il produttore di costi medi. Dovrei però menzionare che i prezzi di attivazione politici che proteggeranno i produttori di costi più alti nei paesi ad alto costo saranno controproducenti.

Questo nuovo scenario offre diverse possibilità per una cooperazione fruttifera tra i produttori e società di prodotti di marca e rispettivamente grandi gruppi di servizio di caffè verde. Partenariati pubblici e privati sono molto moderni. Dovrebbero essere provati nell'organizzazione del mercato mondiale del caffè, per correggere gli squilibri ciclici dell'offerta e della domanda fino ai programmi di riserve comuni.

La mia seconda proposta ha a che fare con i tenori di produzione e di mercato. Siamo coscienti che per produrre il chicco di caffè richiede in media 4 anni dal momento della decisione dell'investimento. E io credo ancora che più del 75% di tutto il caffè sarà commercializzato con tempi di consegna di tre mesi o meno. Possibilità di vendita in eccesso di un anno sono praticamente inesistenti. C'è qualcosa di molto sbagliato in questa faccenda. I regolamenti nazionali nei paesi produttori spesso sottopongono l'agricoltore al peggior tipo di speculazione possibile: quella di mettere i suoi soldi e sforzi per produrre un raccolto senza la minima idea del valore del prodotto quando il raccolto abbia luogo. Io sostengo che abbiamo bisogno di progettare modelli di contrattuale d'agricoltura che diano sicurezza agli agricoltori facendo accordi di volumi e prezzi che coprano un periodo fino a 5 e 7 anni. Il prezzo dovrebbe basarsi nei costi di produzione più un premio di rischio e un profitto ragionevole. Un tal tipo di marketing permetterebbe una collaborazione tra il produttore e il consumatore finale per la qualità e altri aspetti dei metodi di coltivo e investimenti in "benefici" e logistica. I governi dei paesi produttori e le organizzazioni di donatori dovrebbero essere chiamate per creare regolamenti e garanzie per promuovere tale marketing a lungo termine e consentire ai piccoli proprietari produttori di entrare nel sistema. Sono incoraggiato per il fatto che un progetto sotto studio presso la Banca Mondiale chiaramente si muove in quella direzione.

Incidentalmente io avrei scommesso che la notoria volatilità del mercato del caffè si ridurrebbe in forma significativa quando una certa percentuale del commercio mondiale sarebbe coperto per questo tipo di marketing a lungo termine. Aiuteremmo il produttore a diventare più razionale e ridurre l'elemento speculativo che i meccanismi attuali l'impongono.

La terza e ultima proposta sarebbe indirizzata a raggiungere lo stesso obiettivo. Viviamo nell'era della conoscenza e l'informazione. Il mondo tutto comunica on line. Ogni aspetto che riguarda la maggioranza dei contesti economici è analizzato molte volte e l'informazione spesso è disponibile con il premere di un mouse. Ma questa era dell'informazione e la sua capacità analitica non sembra di essere arrivata ancora alla piantagione di caffè.

Un agricoltore piccolo o grande in molti paesi generalmente prende le sue decisioni d'investimento in forma emozionale, e spesso senza un'analisi obiettiva. E può succedere che impegni tutta la sua vita su una tale decisione.

Abbiamo bisogno di stabilire una data base mondiale basata su internet sul tema caffè. Per quello che riguarda la produzione si dovrebbe mettere a disposizione informazione semplice e empirica mentre che in una scala maggiore si dovrebbe facilitare informazione come: Quanti piante di caffè sono state piantate nel mondo quest'anno, l'anno scorso e l'anno prima? Di quale varietà sono gli alberi piantati? Avranno irrigazione artificiale? Quali Paesi avranno anni attivi nelle sue piantagioni. Studi dei costi di produzione per paese con criteri unificati ecc. ecc. Sufficientemente strano non penso che il consumo merita lo stesso tipo di attenzione. A meno che abbiamo cicli di prezzi esorbitanti, una crescita lenta e costante del consumo mondiale può essere considerata.

Lo studio che propongo deve essere neutrale e obiettivo. Il lavoro per produrre una data base aggiornato deve essere affidato a una università di prima classe con particolari competenze per questo lavoro. Per quanto riguarda il finanziamento, penso si dovrebbe essere una fondazione privata e pubblica in partenariato. So che una o due corporazioni nel campo del caffè hanno mostrato un forte interesse nel progetto, e per lo meno un'importante associazione con buon interesse di diventare donatrice.

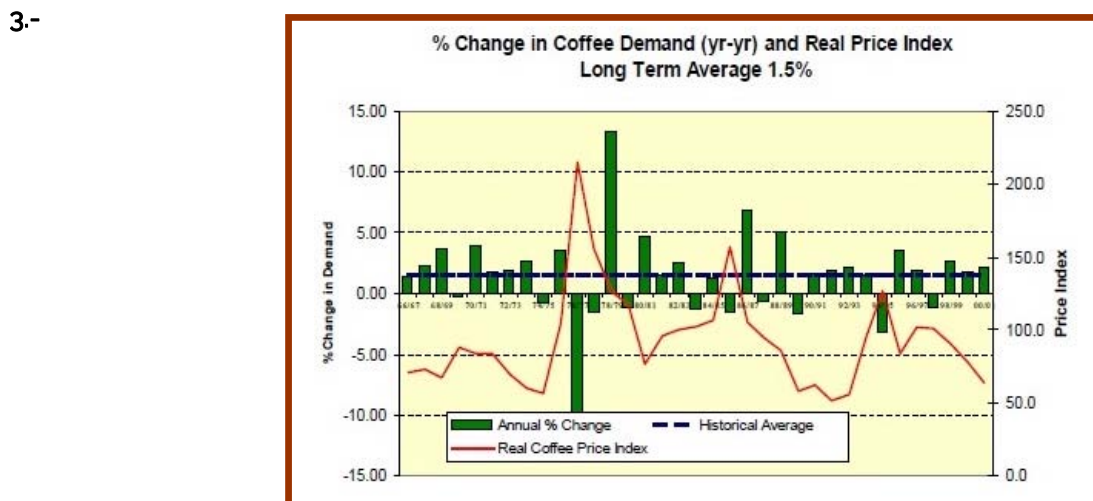
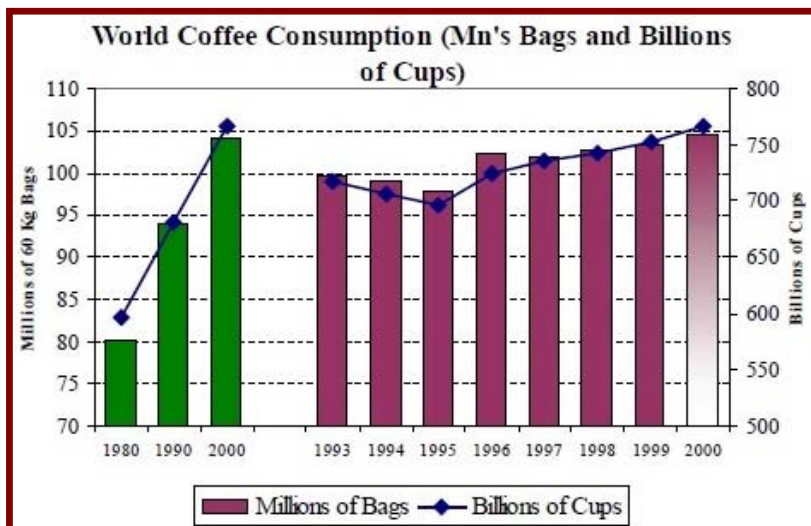
La diffusione di tale informazioni dovrebbe essere disponibile agli agricoltori di tutto il mondo, alle società di gestione delle aziende agricole e cooperative, alle banche, ai commercianti del caffè, al commercio del caffè e all'industria del caffè torrefatto o istantaneo e alle organizzazioni governative in tutti i paesi produttori di caffè, ad un prezzo simbolico..

I risultati si moltiplicheranno. Farà la offerta di caffè più prevedibile. Questo aiuterà milioni di agricoltori a prendere decisioni più razionali. L'informazione sicuramente aiuterà le banche e darà assistenza ai governi per fare le normative migliori. Eventualmente livellerà in qualche misura i cicli di produzione di caffè e anche creerà un giusto e più equo business agricolo a beneficio dell'intera economia del caffè a livello mondiale. Grazie per la vostra attenzione.

D. SEDUTA III
D.02

1.- **Crescita del consumo mondiale del caffè**
Conferenza Mondiale del Caffè dell'OIC
Un marchio globale "Apre" una Domanda nuova e crescente del caffè
 Relatore *Gordon Gillett*, Senior Vice President Nescafé Ltd.

2.- **Consumo Mondiale del Caffè** (milioni di sacchi e miliardi di tazzine)
 2000' 105.5 milioni di sacchi di 60 kgs = 760 miliardi di tazzine



% cambiamento nella domanda del caffè e indice di prezzo reale

4.-

Cambiamento storico di percentuale
1-2% crescita lungo periodo
 Contributo Nestle

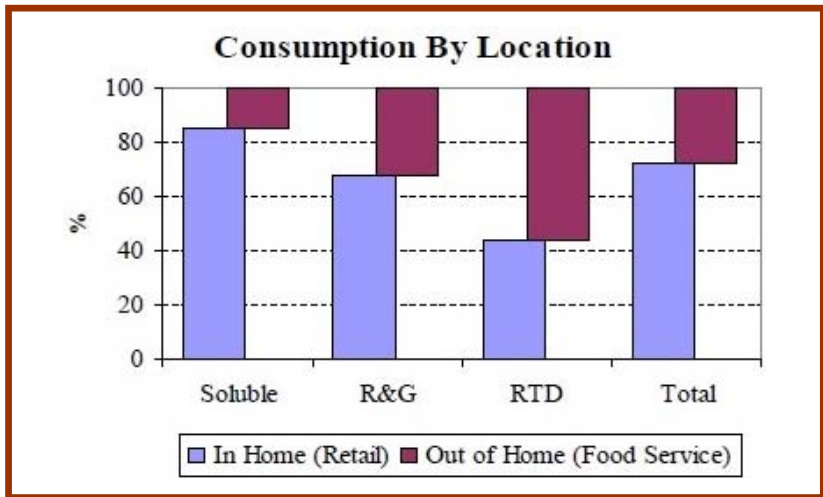
Nestle

- 1980 Uso Verde = 6.5m sacchi
- 2000 Uso Verde = 12.2m sacchi **Incremento + 88%**

Mondo

- 1980 Uso Verde = 80m sacchi
- 2000 Uso Verde = 105.5m sacchi **Incremento +32%**

5.-



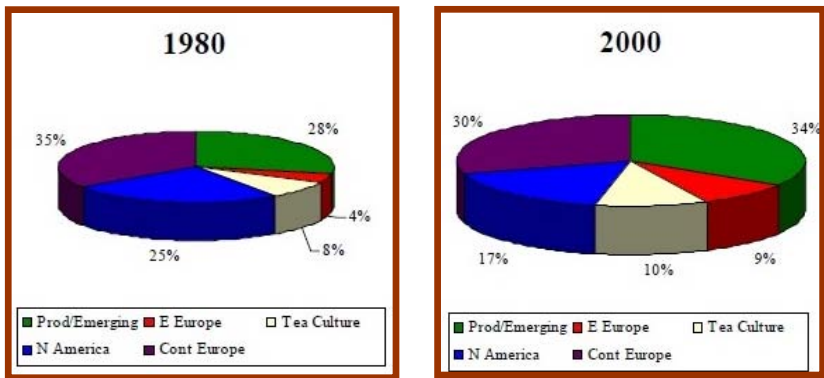
Attuali caratteristiche: Torrefatto e macinato 69%, e Pronto al Consumo (RTD -ready to drink) 2% Domestico 72% e fuori casa 28%. Percentuale di crescita del mercato del caffè (1990 – 1999)

6.-

	R&G	Soluble	Total
Prod/Emerging	24	47	30
E Europe	3	417	70
Tea Culture	17	-3	1
N America	-3	-24	-8
Cont Europe	-4	13	-1
Total	6	23	10

R&G Torrefatto e macinato.
 Caffè solubile in mercati Produttori / Emergenti e l'Europa dell'Est apre la strada

7.-



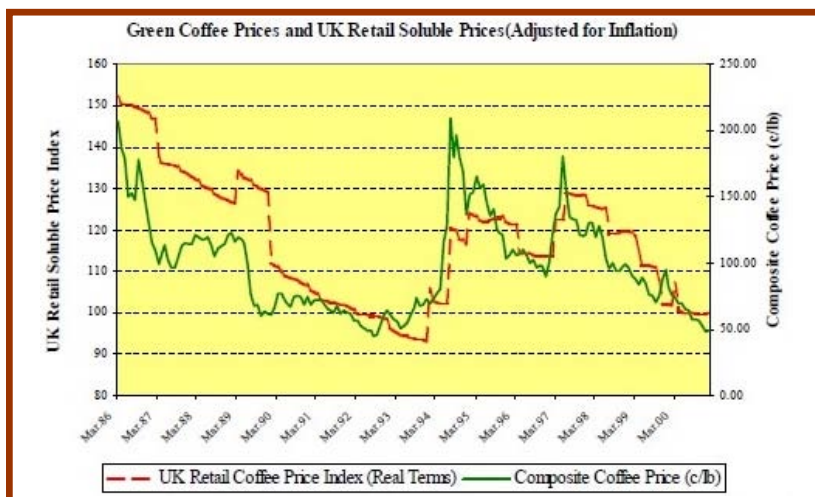
Percentuale di partecipazione regionale
 Mercati Produttori / Emergenti la più grande partecipazione

8.- I mercati più importanti del caffè solubile (in ordine decrescente)

- U.K
- USA
- Japan
- Russia
- Mexico
- South Africa
- Philippines
- France
- South Korea
- Germany

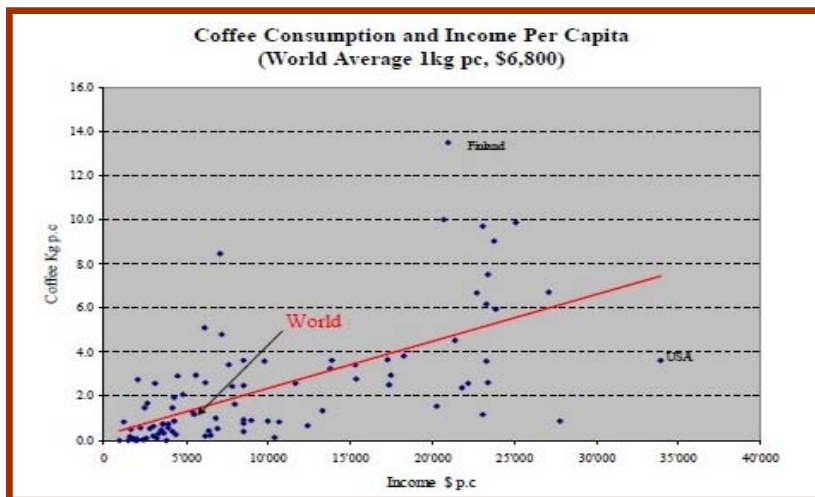
I primi 10 rappresentano il 60% del mercato.

9.- Indicatori di consumo



I prezzi al dettagli più bassi seguono il decline del verde

10.- Indicatori di consumo

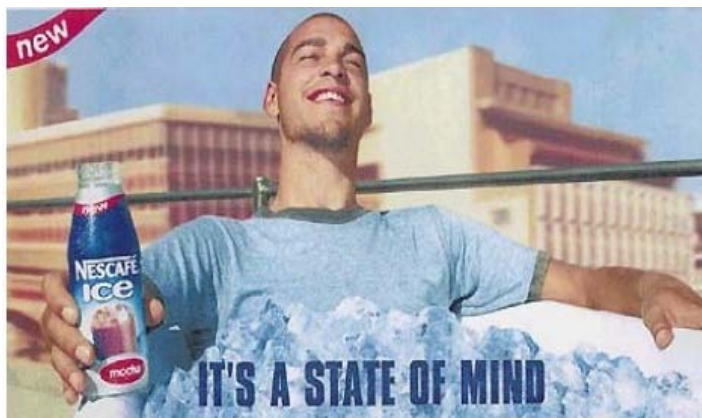


11.-

- Apertura mondiale**
- **Mercati maturi**
 - aperture consumatori giovani
 - UK
 - **Europa dell'Est**
 - apertura accessibilità
 - Russia
 - **Mercati Produttori/Emergenti**
 - apertura opportunità
 - dalle Filippine alla Cina

12.- Apertura mercati maturi

Attraiante alla generazione giovane nel Regno Unito.



13.- Apertura Europa dell'Est

Aumentando la disponibilità in Russia

Компания Нестле дарит всем поклонникам кофе новогодний подарок.

Новый год NESCAFÉ

купить

показу

получи

Дорожные линии «Новый год в кофе» призваны подарить кофе в Москве с 1 января 1998 года по 31 января 1999 года.

Для участия в программе акции необходимо приобрести любой вид кофе в упаковке объемом не менее 100 рублей, оплатить его чеком, выданным при покупке кофе, и прислать фото чека и упаковки кофейной банки Nescafe Gold (47,5 г).

Присылайте в конкурсные материалы и фотографии упаковки Nescafe: «Раиса» (ул. Крыжовая, 14) в Калужской обл., «Тоска» (ул. Николая, 1), «Навстречу» (ул. Юный Аист, 15), Улановская №77 (ул. Пролетарская, 109), «Сирень» (Светлов-бульвар, 20), «Фрунзе» (ул. Ленинская, 12), «Тос» (Дмитровская шоссе, 9), «Азия» (ул. Юная Либерия, 10) в «Синь» (ул. Селезнева, 20).

Принимать будут открыты каждую пятницу, субботу в выходные часы: 12-18, 19-17, 22-24 и 26-31, включая праздники работы магазина.

В магазинах Nescafe вы можете купить кофе следующих видов:

- Nescafe Classic (47,5 г и 75 г)
- Nescafe Gold (47,5 г и 75 г)
- Nescafe Alta Ripa (100 г)
- Nescafe Crema Colombiana (100 г)
- Nescafe Mocha (100 г)

Если вы хотите не только наслаждаться вкусом кофе, но и получить Nescafe бесплатно на время праздников, вам необходимо приобрести кофе Nescafe Gold (47,5 г и 75 г) и Nescafe Mocha (100 г).

Праздники не могут быть занесены на доску учета конкурса.

Участниками рекламной акции могут быть лица, достигшие 18 лет.

Претензии от участников акции не принимаются.

75-й день рождения Нестле в России в партнерстве с организатором. Москва, ул. Мясницкая, 75С. 1999. Для получения информации: 80004, Москва, ул. 75.

14.- Aprendo mercati produttori / emergenti

Abbordabilità e convenienza per la Cina e l'Estremo Oriente



15.- Forecast 2005 (millions of 60 kg bags)

Region/Group	2000	2005
Consumers		
N & S America	22.2	23.0
W Europe	37.0	38.0
E Europe	7.8	10.0
Asia/Oceania	9.8	12.0
Africa	3.3	3.5
Total	80.4	86.5
Producers	25.1	28.5
World	105.5	115.0

Domanda mondiale di almeno 115 milioni di sacchi di 60 kg nel 2005.

D. SEDUTA III D.03

Mr. Douglas Burns,
Vice Presidente della Kraft Foods International, Brentford

Con i suoi pareri sulla "Crescita globale nell'industria del caffè"

- 1-
- Session Three: Major Supply & Demand Trends**

Growth in the Global Coffee Industry

Douglas Burns
Vice President - Coffee
Kraft Foods International
- 1.- Sezione Terza:**
Tendenza dei maggiori fornitori e della domanda

Crescita nella industria del caffè globale

Douglas Burns
Vice Presidente
Caffè Kraft Foods International
- 2-
- Growing the global coffee industry requires ...**

 - commitment and contribution from all participants
 - investment and leadership from brands
 - a willingness to embrace change
- 2.- Crescendo l'industria globale del caffè ha bisogno di**

 - Impegno e contribuzione da tutti i partecipanti.
 - Investimento e leadership dai marchi.
 - Volontà di abbracciare il cambiamento.
- 3-
-
- 3.- Il consumo mondiale di caffè si è incrementato in forma costante nel tempo**
- 4-
- Three companies account for over 45% of global volume ...**

 - Kraft
 - Nestlé
 - Sara Lee

... with market share growing steadily over time.
- 4.- Tre società rappresentano più del 45% del volume totale del mercato**

 - Kraft
 - Nestlé
 - Sara Lee

5.- The growth recipe is simple in theory ...

➔ build powerful brands



... but increasingly complex as the consumer is faced with a spectrum of options.



5.- La ricetta della crescita sembra facile nella teoria

Costruire marchi potenti

...ma complessa in crescendo quando i consumatori trovano un spettro di opzioni

6.- A successful brand is a combination of ...

■ a high quality product



■ in a variety of forms/formats to meet consumer needs



■ with a personality built up over years through marketing investment

6.- Un marchio di successo è una combinazione di...

- Un prodotto di alta qualità.
- In una varietà di forme / formati per far fronte ai bisogni del consumatore.
- Con una personalità costruita negli anni tramite investimenti di marketing.

7.- Vuoto nel originale.

8.- When the equation is optimised the successful Coffee brand can ...

■ build a loyal bond with consumers

■ grow share within a market

■ reinvest in technology/marketing to further increase consumer

■ value

■ grow markets through new users and increased purchase rate

8.- Quando l'equazione è ottima il marchio di caffè di successo può...

- Costruire un vincolo leale con il consumatore.
- Aumentare la partecipazione al mercato.
- Reinvestire in tecnologia / marketing per aumentare oltre i consumatori.
- Valori.
- Far crescere i mercati tramite nuovi utilizzatore e aumento degli acquisti.

9.- Investment commitment means that consumers are continually presented with increased value options ...

➔ better quality

➔ more convenience

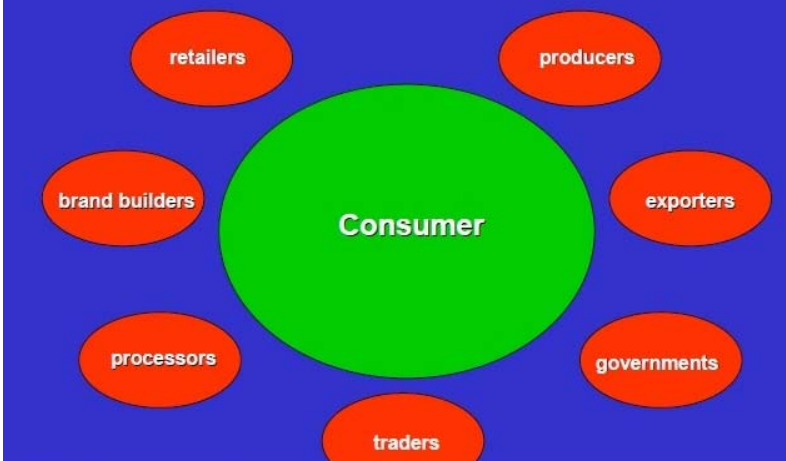
➔ increased availability



9.- L'impegno d'investimento significa che i consumatori sono continuamente presenti con aumento di opzioni di valore.

- Qualità superiore.
- Convenienza addizionale.
- Disponibilità maggiore.

10.- **But, the Coffee industry is an integrated unit and all parts must work in concert.**



10.- Ma, l'industria del caffè è una unità integrata e tutti i componenti devono lavorare in concerto.

Consumatori
 Produttori
 Esportatori
 Governi
 Commercianti
 Processi
 Costuttori di marchi
 Dettaglianti

11.- **And, it is easy for this common growth mission to get out of alignment.**

- volatility
- quality
- free movement of goods
- local vs global agendas

11.- Ed è facile per questa missione comune dicrescita di uscire dell'allineamento.

- Volatilità.
- Qualità.
- Movimento libero dei beni.
- Agenda locale vs agenda globale.

12.- **In summary,**

- ➔ growth requires commitment and contribution from all participants
- ➔ brands will lead the path to growth
- ➔ success in a competitive world requires a willingness to embrace change

12.- In breve,

- La crescita chiede impegno e collaborazione di tutti i partecipanti.
- I marchi conducono verso la crescita.
- Il successo in un mondo competitivo richiede la volontà di abbracciare il cambiamento.

D. SEDUTA III

D.04

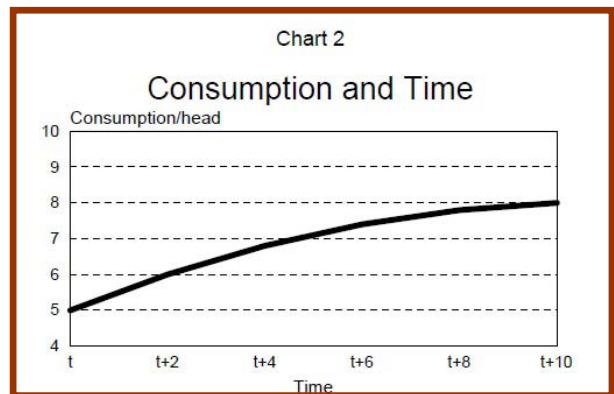
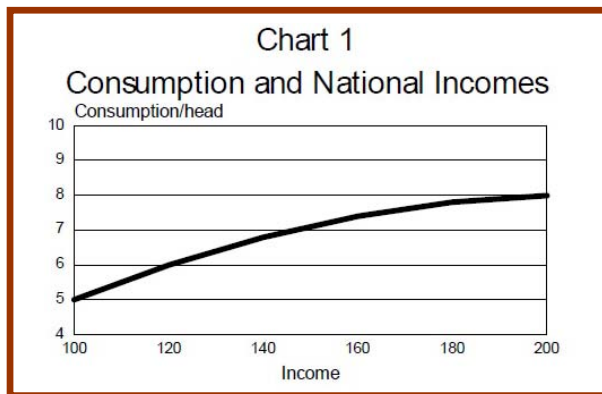
Il signor *Helmut Ahlfeld* di F. O. Licht GMBH, Germania

Ha preparato una relazione dal titolo **"Caffè – i prossimi 5 anni"**.

Purtroppo il signor *Ahlfeld* si è ammalato e ringrazio al signor *Donald Spence*, che fa la relazione del suo amico per noi questo pomeriggio

Non è mai stato facile prevedere la produzione, il consumo e il prezzo del caffè. Oggi, è ancora più difficile a causa dei cambiamenti strutturali del mercato – che affettano i prezzi – e forti cadute nei valori del caffè – che non permettono misurare con esattezza la risposta della produzione. Nonostante queste riserve, provo di disegnare un quadro di quello che probabilmente succederà nei prossimi cinque anni – dando un'indicazione della situazione del 2005.

Rimanete con me in questo percorso di quello che considero important fattori, ma ricordatevi che io vi do un quadro statico basato nell'informazione che abbiamo oggi disponibile. In realtà, i prossimi cinque anni saranno il prodotto di un quadro interattivo con molti fenomeni che potrebbero affettare in forma fondamentale il mercato. In forma inusuale comincio con i consumi e come base vi mostro la tabella 1. Questa tabella illustra la reazione del consumo del caffè ai redditi in una nazione come un tutto. La tabella 2 mostrerà il percorso del consumo del caffè nel tempo.



Il consumo di caffè di un individuo che beve caffè, aumenterà con il reddito fino alla saturazione, che è un livello che cambia da persona a persona. Potrebbe aumentare a una rata pari ma la rata di aumento potrebbe ridursi con l'aumento del reddito. In qualunque nazione ci sarà sempre un gruppo di persone che sono arrivate alla saturazione. Un aumento di reddito non li convincerà a bere più caffè. Però deve essere chiaro che possono essere convinti ad aumentare il valore del caffè che bevono, essendoci la possibilità di un caffè di una buona qualità e marketing competente. Qualche consumatore, con redditi normali, reazionarano a un aumento di reddito bevendo più caffè. Per cui, non siamo soltanto interessati all'aumento di reddito in qualunque paese ma pure con la distribuzione di questi redditi.

La Cartella 2 è simile alla Cartella 1 ma si riferisce alla situazione in qualunque paese con il valore di tempo che sostituisce i redditi nell'asse orizzontale. La rata di crescita del consumo di caffè scende secondo le nazioni diventano più ricche e più consumatori si trovano già o vicino alla saturazione. Potremmo aspettarci che la rata di crescita in molti paesi tradizionalmente bevitori di caffè si avvicinano a quella situazione descritta nel lato a mano destra della curva. Per cui, anche se possiamo aspettarci qualche crescita in quei paesi, quando i più poveri si arricchiscono, questo sarà moderato. Vorrei comunque fare enfasi che le crescita di valore si possono sempre ottenere tramite un marketing competente.

La forma delle due tabelle – una S allungata – non è nuova o misteriosa ma avvicina il movimento del consumo di un gruppo di prodotti o marchi nel tempo. Il caffè è fortunato in quanto anche se il consumo diventa quasi statico, o addirittura si riduce, in alcuni paesi, c'è sempre potenziale in altri.

Ho calcolato il consumo probabile del anno 2005 secondo questa base:

- Aumento della popolazione – già bassa in molte nazioni dell'Europa del ovest. Un basso tasso di natalità può essere compensato dall'immigrazione. Gli immigranti, con migliorate condizioni di vita, daranno un grosso impulso al consumo di caffè. L'urbanizzazione, lo spostamento delle persone ai villaggi e alle città, generalmente ha un effetto positivo nei nuovi mercati – gli aumenti del consumo in Cina e Russia dipenderanno ampiamente nelle persone che abitano le città- ma potrebbe avere un effetto negativo in mercati tradizionali, con il cambiamento dello stile di vita.
- Una valutazione del miglioramento dei redditi reali, aggiustati al effetto dell'inflazione. Previsione dei redditi possono essere acquisiti da diverse istituzioni multilaterali. Ma nella luce di eventi recenti, ho provato a adottare un avvicinamento conservativo e perciò ho stimato che nonostante la crescita del reddito sarà positiva, non possiamo aspettare aumenti sostanziali durante i prossimi cinque anni.

- Un calcolo della reazione dei consumatori all'aumento dei redditi reali ottenuti da un'analisi di dati storica con la dovuta attenzione ai movimenti recenti nel consumo di caffè e dei redditi.

Le mie previsioni si consegnano nella **tabella 1**.

Table 1: Consumption (mln bags)			
	Basis (2000)	2005	Increase (%)
Total	104.5	108.8	4.2
Traditional importers	64.8	66.0	1.8
Other developed countries	8.0	8.5	6.1
Developing countries	7.2	7.6	5.5
Producers	24.5	26.7	9.1

Ho sistemato l'informazione di maniera di concentrarmi nei percorsi diversi di 4 maggiori gruppi. Notate che la previsione non prevede cambiamenti nel prezzo reale al dettaglio. Non è chiaro il significato nei prezzi del mercato globale. Un piccolo aumento, uguale al tasso d'inflazione nei paesi consumatori è possibile senza creare impatto nei prezzi al dettaglio, ma la situazione è nuvolosa per i movimenti nel tasso di cambio, in forma specifica il valore del US dollar comparato con le altre maggiori valute.

Se i reali prezzi al dettaglio rimangono costanti, allora ci si può aspettare che il consumo globale possa incrementarsi di 4,3 milioni di sacchi, 4,2 per cento, tra il 2000 e il 2005. E' chiaro che un scenario più ottimistico, nel quale i redditi si alzano a un tasso più veloce di quello previsto, produrrebbe una crescita maggiore. Ma sarebbe poco intelligente assumere che il consumo totale fosse molto più in eccesso dei 110 milioni di sacchi del 2005.

Mi aspetto una crescita del consumo inferior comparativamente da importatori "tradizionali". Molti paesi nel Nord d'Europa sono vicino o già nel punto di saturazione secondo l'attuale e in prospettiva distribuzione del reddito. Inoltre, e questo è veramente per il futuro, ci sono segnali che il consumo dei giovani non arriverà a compensare le perdite dei consumatori più anziani. Questa prospettiva assordante segue da cambiamenti nello stile di vita e nella disponibilità e promozione aggressiva di bevande concorrenti.

Le attività del Specialty Coffee Association of Europe, La sua contropartita statunitense e alcuni torrefattori diretti verso il miglioramento della qualità possono contribuire ad aumentare il consumo nei paesi importatori tradizionali, ma sarà un'impresa costosa e difficile. È tuttavia probabile che la capacità di convincere i consumatori a comprare e bere un caffè di qualità migliore non solo aggiunge valore all'industria, ma anche assicura contro l'aumento dei prezzi. In altre parole, sostituendo le considerazioni del prezzo con le considerazioni della qualità

Il principale aumento di volume tra gli importatori tradizionali si prevede nell'Europa meridionale, principalmente in Grecia, in Italia e in Spagna. Questi paesi sono ancora in fase di transizione con nuove entrate alla classe media. Pertanto, continueranno ad offrire opportunità per aumentare i volumi di consumo di caffè.

I tassi di crescita saranno più alti negli altri tre gruppi. I progressi saranno limitati solo dall'inadeguatezza dei redditi. Sebbene la crescita del reddito sarà positiva, le prime previsioni di crescita solida in questo decennio non saranno realizzabili in modo completo. Ci vorrà un po' di tempo per le circostanze negli Stati Uniti e il Giappone, per migliorare, e le condizioni economiche in questi due paesi avranno un profondo effetto altrove.

Le mie stime di produzione per il 2005 sono nella Tabella 2. Nuovamente, gli effetti del cambiamento di prezzo non sono considerati, e si considera che i prezzi medi del 2000 continueranno a essere validi. Però, anche se i prezzi globale (in US\$ dollars) continueranno a essere validi, l'effetto nei produttori e negli intermediari nei paesi produttori non è chiaro. Ad esempio, l'indebolimento della valuta domestica locale potrebbe permettere ai produttori di avere più potere d'acquisto domestico. Per contrasto se il tasso di cambio rimangono stabili allora l'influenza dell'inflazione, particolarmente in quello che riguarda gli stipendi, ridurrà il valore di quanto ricevono i produttori.

Le previsioni si basano in valutazioni su caffè piantato oggi o che comincerà a produrre in un breve periodo e la mia analisi si reduce a valutare la risposta produttiva, con prezzi poveri. Nonostante lasciatemi fare due osservazioni.

Primo. Trovo difficile di credere che un produttore non farà il raccolto finché i risultati delle vendite non sono superiori al costo della vendemmia e le attività associate. Qualunque "guadagno" servirà a compensare al produttori dal costo di per il costo di allevamento prima della raccolta.

Secondo. Non credo quanto detto dai libri d'economia quando dichiarano che una riduzione negli stipendi porterà alla sostituzione del lavoro con il divertimento (labor for leisure). Quasi tutti noi abbiamo famiglia e altri responsabilità che si obbligano a lavorare. Un crollo della remunerazione ci potrebbe persuadere a lavorare molte ore straordinarie. Un produttore di caffè non ha molta scelta che è quella di produrre caffè, se c'è bisogno di contante. Piantare o ripiantare caffè è qualcosa di diverso e gli stati industrializzati produttori di caffè avrebbero forse una maggior flessibilità. Per cui, nonostante la recente bordata di prezzi bassi sicuramente affetterà la resa, particolarmente tramite una riduzione nell'applicazione di redditi contanti, la

produzione non crollerà e sarà largamente sostenuta in quelle aree dove gli stipendi sono bassi – Asia sud est, o dove la meccanizzazione può sostituire lavoratori, come in diverse regioni del Brasile.

Il Brasile, per l'Arabica (e in forma crescent per il Robusta), e Vietnam per il Robusta, sono oggi la forza motrice e rimarranno così per i prossimi cinque anni. I potenziali raccolti annuali sono superiori a 40 milioni di sacchi per il Brasile e 15 milioni di sacchi per il Vietnam. Il potenziale non è lontano della metà della produzione mondiale prevista per il 2005.

Forse c'è un'altra nuvola nell'orizzonte. Tutti i due, Brasile e il Vietnam hanno un vantaggio comparativo nella produzione però ci sono altri paesi, nel Sud Est asiatico che potrebbero produrre Arabica e Robusta con costi di lavoro bassi come Cambogia, Laos e Myanmar non sembrano di diventare produttori importanti nei prossimi cinque anni però potrebbero guadagnare in importanza successivamente.

E allora un nuvolo diverso. Nonostante il produttore di caffè veramente eccellente si aspetterebbe di ricevere un "premium", le strutture di costo e di premiazione non sono molto semplici. C'è il pericolo, un grande pericolo, che lo scenario degli attuali bassi prezzi avrà un'influenza negativa nella produzione dei migliori caffè nei prossimi anni. Potremmo aspettarci, ad esempio, che i giri di raccolto saranno accorciati o che la pressione costante dei prezzi sperimentata dai produttori e dagli intermediari porterà a un fallimento parziale nel mercato locale. Queste pressioni sui prezzi saranno vincolanti e determineranno in un'alta percentuale l'azione dei produttori, addetti ai processi e esportatori nel momento e dopo il raccolto. Se i torrefattori e commercianti desiderano continuare a ricevere un caffè di eccellente qualità dovranno spendere tempo e soldi inviando le segnalazioni appropriate. Visto da fuori, questa conferenza dovrebbe, come risultato di presentazioni formali e di discussioni informali nei gruppi di promozione o nei corridoi, aiutare a chiarire e riparare la situazione del caffè. Il caffè ha bisogno di chiarezza e l'attuale situazione di prezzi bassi, bassi interessi ha bisogno di riparazione.

	Basis (2000)	2005	Increase (%)
Total	114.8	120.8	5.2
Arabica	73.2	76.6	4.6
Robusta	41.6	44.2	6.3

Nonostante modelli di prezzi precisi per le materie prime all'esportazione siano una razza rara, è stato possibile per il caffè, di specificare e stimare un modello di prezzo abbastanza soddisfacente all'inizio degli anni 1990. Questo modello spiegava come più del 90 per cento della variazione del prezzo risultasse da un cambio dei principi fondamentali. Modelli che portano informazione recente sono meno precisi. Se si potesse ancora applicare allora il prezzo previsto dal modello per il caffè alla fine dell'anno 2000 dovrebbe essere stato 50 centesimi US più alto che il prezzo attuale. Però, sembra di esserci una forma d'interruzione strutturale con i dati fondamentali – riserve, produzione prevista – che sembrano di esercitare un'influenza minore nella formazione del prezzo di quella del passato.

Per quale motivo questo deve essere così?

Siamo tutti coscienti dei straordinari miglioramenti nello scambio d'informazione e logistiche operative. Da soli, questi due fattori ridurrebbero i prezzi tramite l'efficienza. Oggi c'è meno bisogno ad esempio dei commercianti e torrefattori per finanziare le scorte (stocks). La gestione del sapore, il rimpiazzamento di un raccolto di caffè per un altro o in caso estremo, il rimpiazzamento di caffè arabica con caffè robusta, permette ai torrefattori di miscelare meglio in termini di prezzo, riducendo pure il bisogno di scorte. I principi fondamentali hanno meno valore oggi per quanto riguarda la formazione del prezzo. Per cui mentre i criteri fondamentali possono apparire positivi ma conosciamo storie di prezzi "alleggeriti".

Le mie stime di consumo e produzione per il 2005, se tengono, daranno poco conforto ai produttori. Anche se le stime di consumo sono molto pessimistiche e quelle della produzione troppo ottimistiche, c'è sempre una forte probabilità di un surplus di caffè. E probabile, quasi certo, che i prezzi mondiali del caffè rimarranno deboli anche se ci stiamo avvicinando a uno scenario di prezzi, che, se prolungato, renderanno poco utile per alcuni organi di esportazione.

C'è qualche conforto ?

Trovo molta più volontà di cooperare tra professionisti del caffè nel campo della produzione e dei consumi. C'è una maggiore coscienza del interesse comune e un'accettazione del fatto che né prezzi deboli né prezzi eccessivi sono nell'interesse del mercato come un tutto. Questa comunanza di interesse è evidente in quanto tanti professionisti del caffè partecipano in questa conferenza, e sono coinvolti, attraverso l'ICO, nel consiglio consultivo del settore privato e sono membri di associazioni di specialità e Istituzioni come l'ASIC.

Association Scientifique Internationale pour le Café (ASIC) <http://www.asic-cafe.org/en/content/history>

Tuttavia, questo potrebbe non essere sufficiente! La stabilità approssimata a lungo termine può essere raggiunta solo con due metodi. In primo luogo, la produzione e il consumo devono coincidere più strettamente, permettendo variazioni nella produzione per motivazioni riguardanti il cambiamento climatico. In termini pratici questo suggerisce una forma di politica produttiva logica, preferibilmente con necessari sacrifici in qualche maniera compensati. Secondo, probabilmente più accettabile, i metodi di commercializzare dovranno essere largamente cambiati per dare qualche senso di sicurezza dei prezzi a lungo termine per i produttori e i consumatori. Una discussione di questi due punti sarebbe tema di diverse

conferenze e questo sicuramente sarà controverso. Mi auguro che siete d'accordo con me che dobbiamo stringere i denti prima che sia troppo tardi.


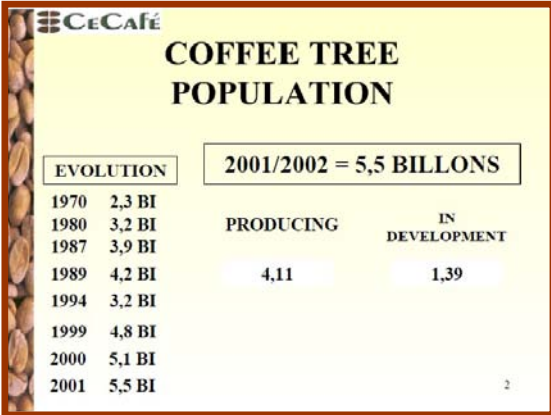
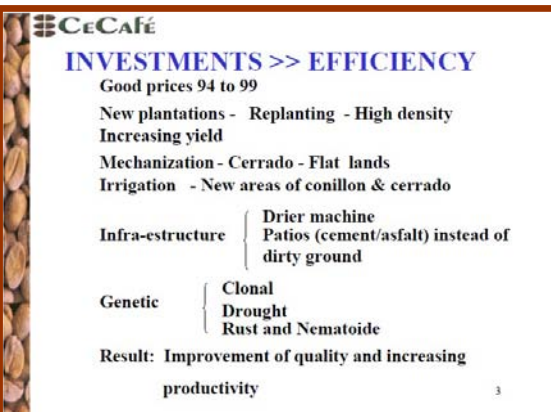
Riassumendo

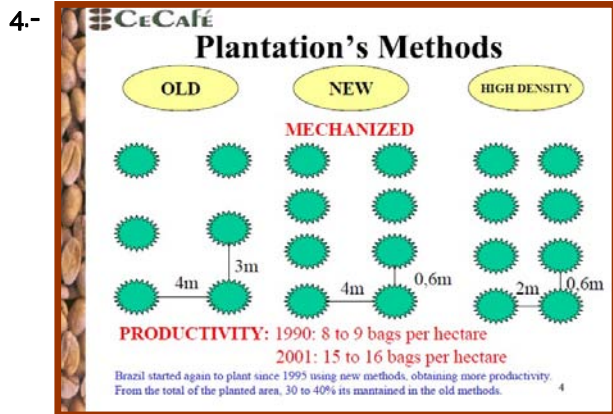
- Crescita lenta del consumo nei mercati tradizionali.
- Crescita più veloce altrove.
- Le condizioni economiche dubbie limiteranno i guadagni di consumo nei prossimi cinque anni.
- Gli aumenti di valore sono possibili grazie alle vendite di qualità. Questi daranno un certo impulso ai mercati saturi.
- La qualità favorirà il consumo a seguito di qualsiasi aumento dei prezzi al dettaglio.
- Il Brasile e il Vietnam sono le chiavi della produzione.
- Si prevede che la produzione crescerà e continuerà a superare i consumi nel medio termine.
- I prezzi rimarranno deboli.

D. SEDUTA III D.05

Mr. Jorge Esteve of Esteve S.A., Santos

Che ci spiegherà il caso del "Caffè del Brasile, Storia e previsioni di tre anni"

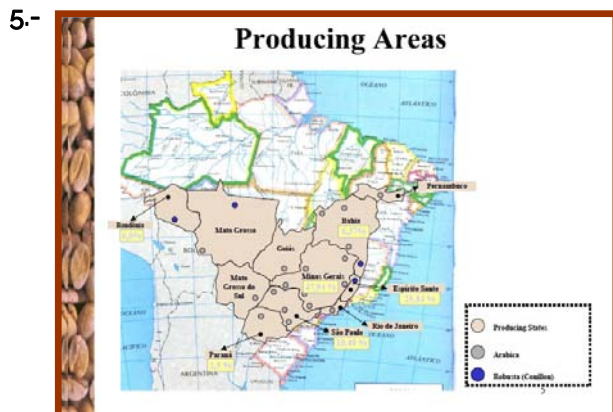
<p>1.-</p> 	<p>1.-</p> <p>logo</p> <p>CECAFÉ Brasile</p>																																																																												
<p>2.-</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">EVOLUTION</th> <th colspan="2">2001/2002 = 5,5 BILLONS</th> </tr> <tr> <th>Year</th> <th>Production (BI)</th> <th>Producing</th> <th>In Development</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1970</td><td>2,3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1980</td><td>3,2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1987</td><td>3,9</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1989</td><td>4,2</td><td>4,11</td><td>1,39</td></tr> <tr><td>1994</td><td>3,2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1999</td><td>4,8</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2000</td><td>5,1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2001</td><td>5,5</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	EVOLUTION		2001/2002 = 5,5 BILLONS		Year	Production (BI)	Producing	In Development	1970	2,3			1980	3,2			1987	3,9			1989	4,2	4,11	1,39	1994	3,2			1999	4,8			2000	5,1			2001	5,5			<p>2.- Popolazione di piante di caffè</p> <p>Evoluzione 2001 / 2002= 5,5 miliardi</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Year</th> <th>Total (miliardi)</th> <th>in produzione</th> <th>in sviluppo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1970</td><td>2,3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1980</td><td>3,2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1987</td><td>3,9</td><td>4,11</td><td>1,39</td></tr> <tr><td>1989</td><td>4,2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1994</td><td>3,2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>1999</td><td>4,8</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2000</td><td>5,1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2001</td><td>5,5</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Year	Total (miliardi)	in produzione	in sviluppo	1970	2,3			1980	3,2			1987	3,9	4,11	1,39	1989	4,2			1994	3,2			1999	4,8			2000	5,1			2001	5,5		
EVOLUTION		2001/2002 = 5,5 BILLONS																																																																											
Year	Production (BI)	Producing	In Development																																																																										
1970	2,3																																																																												
1980	3,2																																																																												
1987	3,9																																																																												
1989	4,2	4,11	1,39																																																																										
1994	3,2																																																																												
1999	4,8																																																																												
2000	5,1																																																																												
2001	5,5																																																																												
Year	Total (miliardi)	in produzione	in sviluppo																																																																										
1970	2,3																																																																												
1980	3,2																																																																												
1987	3,9	4,11	1,39																																																																										
1989	4,2																																																																												
1994	3,2																																																																												
1999	4,8																																																																												
2000	5,1																																																																												
2001	5,5																																																																												
<p>3.-</p>  <p>INVESTMENTS >> EFFICIENCY</p> <p>Good prices 94 to 99</p> <p>New plantations - Replanting - High density Increasing yield</p> <p>Mechanization - Cerrado - Flat lands Irrigation - New areas of conillon & cerrado</p> <p>Infra-estructure { Drier machine Patios (cement/asfalt) instead of dirty ground</p> <p>Genetic { Clonal Drought Rust and Nematode</p> <p>Result: Improvement of quality and increasing productivity</p>	<p>3.- Investimenti >> Efficienza</p> <p>Buoni prezzi 94 a 99 Nuove piantagioni - Ripiantare - Alta densità Aumento della resa Meccanizzazione - Cerrado - Terre piatte Irrigazione - Nuove aree di Conillon & Cerrado Infrastrutture Asciugatrici, Patios (asfalto di cemento) invece di suolo di terra Genetica Clonare, Siccità, Funghi e Nematodi Risultati: Miglioramento della qualità e aumento della produttività</p>																																																																												



4- **Metodo di piantare**

Vecchio	Nuovo Mecanizzato	Alta Densita
Produttività: 1990 8 / 9	2001 15 / 16	sacchi per ettaro
		sacchi per ettaro

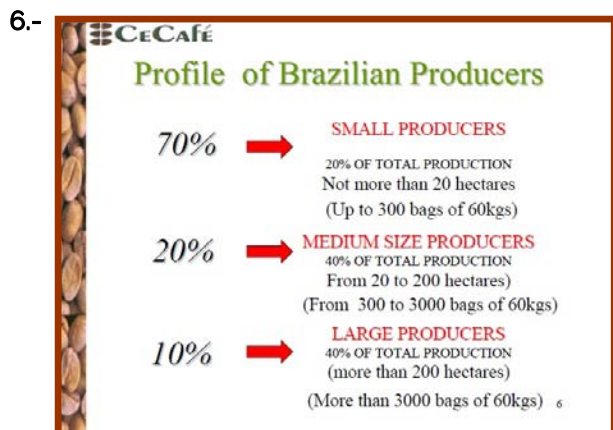
Il Brasile ha ricominciato a piantare dal 1995 adoperando nuovi metodi con la conseguente maggiore produttività. Del totale dell'area ripiantata 30/40% si mantiene nel vecchio metodo.



5- **Aree di produzione**

Arabica:
Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Bahia, Pernambuco, Minas Gerais, Sao Paulo, Rio di Janeiro, Paraná.

Robusta
Rondônia, Mato Grosso, Espírito Santo, Bahia.

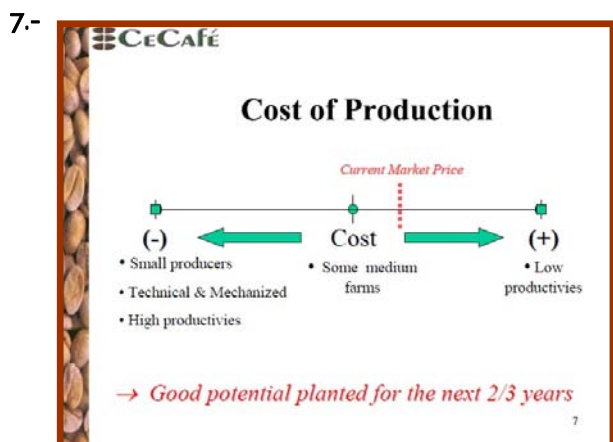


6- **Profilo produttori brasiliani**

70% Piccoli produttori
20% produzione totale. Meno di 20 ettari.
(Fino 300 sacchi di 60 kg)

20% Produttori medi
40% della produzione totale. Da 20 a 200 ettari.
(Da 300 a 3000 sacchi di 60 kg)

10% Grandi produttori
40% della produzione totale. Più di 200 ettari.
(Più di 3000 sacchi di 60 kg)



7- **Costo di produzione**

Costo corrente del mercato

(-) Costo (+)

Piccoli produttori Piantagione media Bassa produttività

Tecnica e mecanizzata
Alta produttività

Buon potenziale piantato per i prossimi 2 -3 anni.

8.- **CECAFÉ**

FARMERS
At current low prices

↓

- Sharply reduction of new plantations
- Less 30% of Fertilizer
- Less treatment on the trees
- Low production

Non professional/Low productivities
Abandonment of coffee plantations

8.- **Agricoltori**

Attuali prezzi bassi

↓

- Riduzione drastica delle nuove piantagione
- Meno 30% di fertilizzanti
- Meno trattamento delle piante
- Bassa prodzione

Non professionali / basse produzioni
Abbandono delle piantagioni di caffè

9.- **CECAFÉ**

2001/2002 CROP

Already beginning

Quality { Not so uniform as the crop 2000/2001 (due to many flowerings)
Dry weather : Good for harvesting and improvement of cup quality

More Robustas ↔ Less Arabica

Washed : 1 million { 0,7 - Semiwashed
0,3 - Fully washed

Production decreasing in traditional areas
South of Minas and Mogiana
Low productivity of old coffee plantations due no satisfactory weather conditions for these trees

9.- **Raccolto 2001 / 2002**

All'inizio

Qualità { Meno uniforme che il raccolto 2000-2001 (dovuto a troppe fioriture).
Tempo secco: buono per la vendemmia e miglioramento della qualità in tazza.

Più Robusta ↔ Meno Arabica

Lavato 1 milione { 0,7 semilavato
0,3 lavato totale

La produzione scende in aree tradizionali sud de Minas e Mogiana. Meno produttività delle vecchie piantagioni dovuto a condizioni meteo non soddisfacenti.

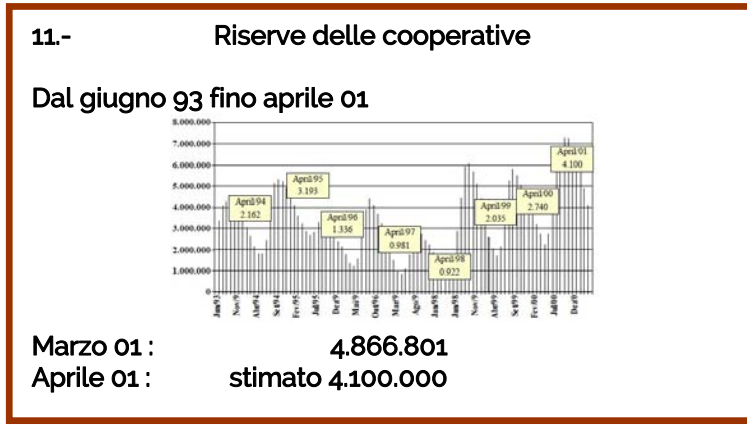
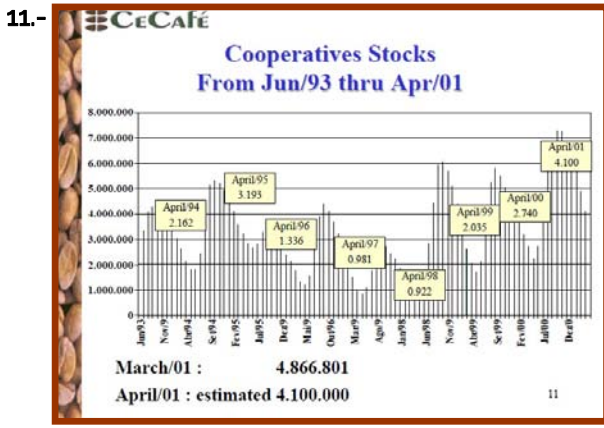
10.- **CECAFÉ**

MAIN ALLOCATION FOR THE CROP 2000/2001

Exportation:	in thousand bags
Green.....	17.524
Soluble	2.334
Auctions IBC Stocks.....	(935)
Domestic Consumption.....	12.500
Retention.....	2.923
	34.346

10.- **Allocazione principale per il raccolto 2000 / 2001**

Esportazione	Migliaia di sacchi
Verde	17.524
Solubile	2.334
Appalti Riserve IBC	(935)
Consumo domestico	12.500
Ritenzione	<u>2.923</u>
	34.346



12.- **CECAFÉ**

2002/2003 CROP

GOOD POTENTIAL PLANTED

LOW PRICES → LESS TREATMENT

WEATHER { DROUGHT???

INDEX OF RAINS : { During Jan/Apr/01
26% below less five years

12

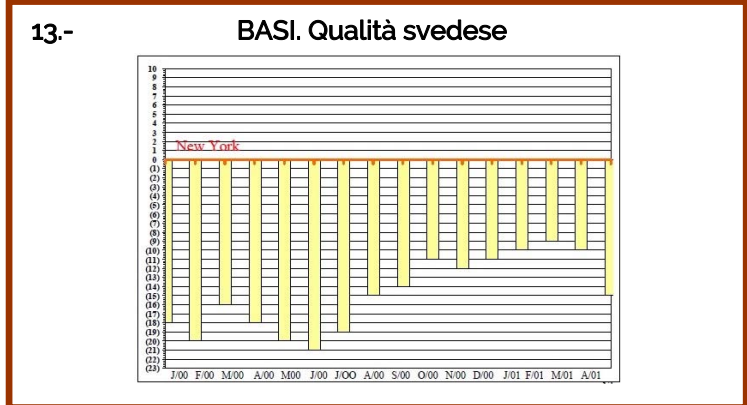
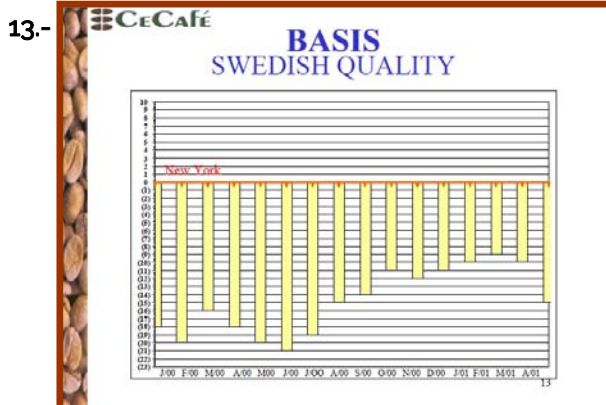
12.- **Raccolto 2002/2003**

Piantato buon potenziale

Prezzi bassi → Meno trattamento

Meteo { Siccità

Indici di pioggia: durante genn./apr. 2001
26% sotto in cinque anni.



14.- **CECAFÉ**

BASIS Widening

ALTHOUGH NY LOW LEVEL

CURRENCY:REAL's devaluation of 15% last 2 months

SELL PRESSURE { Cash Flow
Reasonable Carry over
New crop arriving

END OF RETENTION LINKED TO EXPORTS

Narrowing

DEPENDENT ON FLAT PRICES (If NY at 0,60 cts.)

PROTECTION OF WEATHER RISKS AFTER THE CROP PRESSURE

14

14.- **BASI. Ampiamento**

Nonostante NY basso livello - Real svalutato 15% in 2 mesi

Pressione vendita { Liquidità
Carry over ragionevole
Arrivo nuovo raccolto

Riduzione

Dipendi di prezzi flat (se NY a 0,60 cts)
Protezione di rischi meteo
Dopo la pressione del raccolto.

15.- **CECAFÉ**

Robusta (Conillon)

Progressive increase of production

DISTRIBUTION

4.0 millions = 30% of Brazil domestic consumption (13 millions)
potencial of 5.0 millions = 40%

1.5 million = 70% Soluble Industries (2 millions)

Balance = exported or retained

15

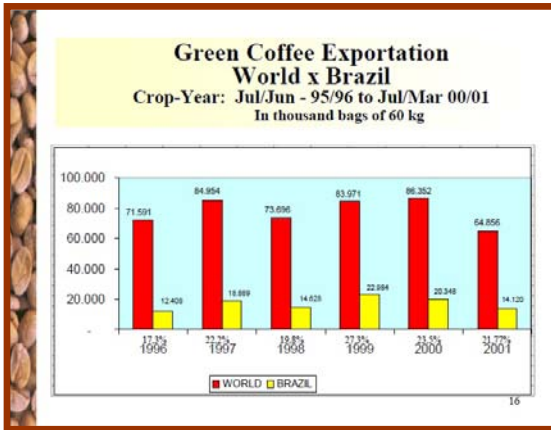
15.- **Robusta (Conillon)**

Aumento progressivo della produzione
Distribuzione

4,0 milioni = 30% consumo domestico Brasile (13 milioni)
Potenziale di 5,0 milioni = 40%

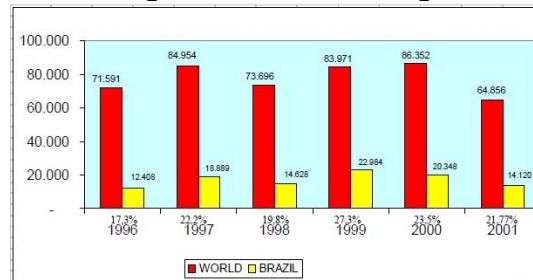
1,5 milioni = 70% industria solubile (2 milioni)
Bilancio = esportato o ritenuto.

16.-



16.-

**Esportazione di caffè verde
Mondo / Brasile**
Raccolto anno Lug/Giu 95-96 a Lug/Mar 00/01
in migliaia di sacchi di 60 kg.



D. SEDUTA III

D.06

Tendenze del caffè negli USA: dal 1991 al 2001

Robert F. Nelson

Presidente e Ufficiale Esecutivo Capo

Associazione del Caffè degli USA

Negli ultimi dieci anni, la tendenza generale è stata un incremento del numero di bevitori di caffè in base giornaliera o occasionale. La maggioranza di questi nuovi bevitori sono apparsi sotto la categoria occasionale. Infatti, dal 1995 ci sono circa 25 milioni di nuovi bevitori occasionali, comparati con un paio di milioni di nuovi bevitori nella categoria di bevitori giornalieri. Questo probabilmente è dovuto alla gran quantità di varietà di caffè nuovi che sono stati presentati nel mercato da torrefattori e dettaglianti nei settori del caffè istantaneo, chicco intero, torrefatto e macinato, e delle bevande preparate pronte.

Dieci anni fa, la lista di caffè disponibili poteva essere descritta come la tazzina di Giovanni: Una miscela firmata da una società con caffè regolare, decaffeinato o istantaneo. Oggi, quel trio d'alternativa è cresciuto in forma vasta fino a comprendere una dozzina di tipi di torrefatti, una dozzina di varietà di caffè, e un'altra dozzina di caffè aromatizzati, senza menzionare quattro tipi di bevite con la base di espresso più bibite al caffè fredde o gelate, in preparazione o in bottiglia.

Questa espansione del menu del caffè si è sviluppata in tandem con l'introduzione e l'espansione della Caffetteria Gourmet negli Stati Uniti da meno di 500 nel 1991 a circa 8.500 oggi. Questo non include l'accessibilità maggiore di caffè per consumatori "fuori di casa" negli Stati Uniti tramite spendi come "Traveling Groups": Carrelli, chioschi, distributori automatici, caffè in librerie, eventi sportivi e strutture di trasporto.

Come risultato di questa attività, la trasformazione della categoria di caffè negli Stati Uniti è stata profonda - partendo dalla bevanda principale alla bevanda gourmet in un solo decennio, con scelte per ogni occasione sociale in qualsiasi momento della giornata. Questi cambiamenti permettono al settore del caffè di competere più in pieno con tutte le altre bevande non alcoliche per "la loro condivisione del servizio alla gola".

Quello che più ha spinto la proliferazione del menu del caffè e la caffetteria è la concentrazione sulla qualità del caffè nel segmento del specialty coffee dell'industria.

Negli ultimi anni, il sondaggio de l'Associazione Nazionale del Caffè ha individuato piccole diminuzioni nel consumo di caffè istantaneo e decaffeinato in base giornaliera mentre ha trovato un incremento significativo nel consumo giornaliero delle bibite del specialty coffee, in particolare, il chicco intero premium e successive categorie.

Infatti, il consumo giornaliero del specialty coffee è cresciuto da 3% presso la popolazione adulta nel 1997, vantando 7 milioni di bevitori, fino a 14% e 29 milioni di bevitori giornalieri nel 2001 - un incremento del 400% in soltanto cinque anni. Nello stesso tempo, il consumo occasionale di specialty coffee è sorto durante gli ultimicinquenne negli Stati Uniti, aumentato dal 35% della popolazione adulta nel 1997 al 62% nel 2001 - da 80 milioni a 127 milioni di bevitori di questo caffè.

Andando in profondità nell'attrazione degli statunitensi per lo specialty coffee, si trova che nel 2001, 10% degli statunitensi adulti dicevano di bere caffè gourmet tutti i giorni, cioè, chicco intero premium o varietà

maccinate – esattamente il doppio dell'anno anteriore. Intermini umani, significa che più di 20 milioni di statunitensi adulti oggi bevono caffè gourmet tutti i giorni.

La dimensione di questo mercato permette l'aggressiva commercializzazione di varietà di specialità sia Guatemala Antigua, Susani Arabico o Kona hawaiano, per varietà di caffè monorigini abbiamo oggi, negli Stati Uniti, una udienza di consumatori molto educata e dunque capace di recepire. Di uguale importanza, è di buon augurio per i paesi produttori e consumatori a tutti i livelli, in quanto stabilisce fermamente un mercato di consumatori educato che fornisce incentivi economici di maniera che i produttori possano concentrarsi sulla qualità.

Negli Stati Uniti, il settore del specialty comprende pure bevande specialty come bibite con base espresso – latte, espresso, caffè mocha e cappuccino – insieme a bevande al caffè ghiacciate. Quando queste altre bevande specialty si combinano con caffè gourmet, il mercato delle bevande di caffè gourmet diventa più imponente -14% di adulti statunitensi bevono caffè gourmet, tutti i giorni, comparato con il 9% di un anno fa.

Questo si traduce in 29 milioni di consumatori giornalieri. Incoraggia pure la continuità dell'investimento nello sviluppo delle ricette in quanto l'introduzione in atto di nuove bevande al caffè ha dimostrato che il caffè possiede gli elementi essenziali per piacere alla più larga varietà possibile di profili del gusto.

Prove di questo è stato dimostrato recentemente con l'introduzione di bevande al caffè gelato/congelato, diversi esati fa. In quattro anni, questo mercato ha generato più di 8 milioni di consumatori la settimana e altri 2 milioni di consumatori giornalieri. L'accettazione considerevole da parte dei consumatori di bevande al caffè ghiacciate è oggi portata al seguente stadio di sviluppo di mercato – introduzione della bibita fredda al caffè in bottiglie, che può allora concorrere con le bevande gassate come bibite pronte per l'ufficio e i mercati domestici.

Guardando più in grande, il volume totale di caffè bevuto negli Stati Uniti è cresciuto negli anni 1990 procurando milioni di nuovi consumatori di caffè. In termini giornalieri, il numero di tazzine per consumatore è cresciuto da 3,1 a 3,3 tazzine al giorno dell'anno scorso, mentre è rimasto invariabile in termini pro capite a 1,7 per persona per giorno nel 2011.

I più recenti livelli di torrefazione annuale dimostrano ulteriori evidenze dell'aumento del consumo di caffè. Per la prima volta in 9 anni, l'attività di torrefazione statunitense ha superato 18 milioni di sacchi per l'anno 2000.

Durante la decada dei 1990 il volume si è trovato tra 3 e 3,5 tazzine per consumatore per giorno, mentre che il consumo per capita si è mantenuto tra 1,6 e 1,9 tazzine al giorno.

Un'altra caratteristica del consumo statunitense durante la decada del 1990 è stato la crescita drammatica del consumatore occasionale, particolarmente per gli specialty coffee dove il tasso di consumatori occasionale al consumatore giornaliero è di 4 a uno. Con un mercato di 25 milioni di nuovi consumatori che oggi sperimentano con un menu del caffè diverso, si spera che molti si convertiranno a diventare consumatori giornalieri dopo aver deciso quale caffè si adatta meglio alle loro preferenze.

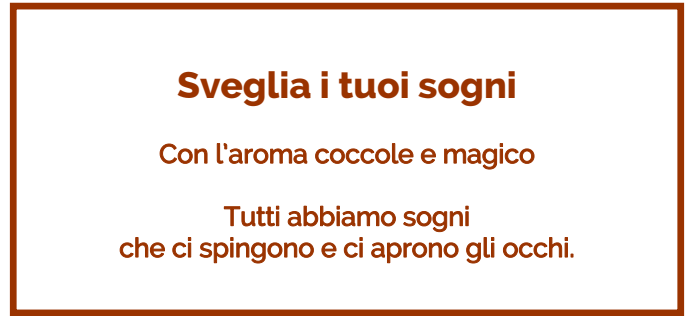
In generale, l'attrazione del specialty coffee per la tavola invece che al portafoglio ha invertito la tendenza verso il basso nei consumi sperimentato durante il 1980, quando l'attenzione al prezzo ebbe successo nel ridurre sia la qualità che il prezzo e successivamente allontanando i consumatori. Il consumatore occasionale è il perno della caffetteria gourmet che ha consegnato agli adulti statunitensi una nuova sede per il consumo sociale del caffè. Nello stesso tempo, il consumatore occasionale ha aiutato ad alimentare l'espansione del menu di caffè nel consumo domestico e fuori le mura.

La dimensione della tazzina di caffè negli Stati Uniti è notevole; la tazzina statunitense ha continuato a crescere nelle decade – aumentando da una media di 5 once nel 1960 a 8 once oggi in base alle porzioni ufficiali di servizio adoperate alla US Food and Drug Administration. I sondaggi annuale della National Coffee Association (NCA) mostra una crescita più aggressiva della dimensione della tazzina. – una tazza di caffè media negli Stati Uniti contiene oggi 9 once di caffè per il consumatore giornaliero.

Il futuro del consumo di caffè negli Stati Uniti è molto positivo, con sfide che producono strade per massima crescita, in quanto l'enorme bacino di consumatori occasionali è avviato per trasformarsi in un bacino di consumatori giornalieri.

D. SEDUTA III

D.07



<https://www.jacobs.de/>

Londra, 18 maggio 2001

Caffè: Sale o crolla?

Perché sono oggi qui? Per dare supporto a Jorge Cárdenas, un amico da più di 30 anni e il grande Nestor del caffè colombiano. Nella sua ambizione di stabilire un schema utile alla industria del caffè per i prossimi anni personalmente mi dispiace molto che ha dovuto affrontare negli ultimi giorni della sua carriera i più bassi prezzi dell'industria del caffè per i produttori. Sono pure coscienti che 20 milioni di famiglie che rappresentano 100 milioni di persone nei paesi in via di sviluppo sono a rischi se il caffè non ha futuro. Cosa faranno? Piantare droga per un numero crescente di consumatori?

E quello che noi vogliamo? Siamo qui per promuovere le droga invece che il caffè?

Il mio grande maestro, il signor Bernhard Rothfos diceva sempre

Il caffè è il combustibile della civilizzazione – e le droghe sono il cancro

Per cui, noi che rappresentiamo una parte dell'industria del caffè dobbiamo assicurare che i giovani bevano caffè e non consumino droghe.

La nostra presenza in questo evento serve un proposito: Più caffè per i nostri giovani, e meno droghe.

Assunzioni statistiche fino al 2003: Dopo queste parole piene di sentimento lasciatemi diventare più economista, più osservatore dei fatti e rivediamo insieme il futuro del consumo del caffè e la produzione del caffè. Ho preso l'anno 2003

Ma potrebbe essere stato il 2004. Comunque abbiamo delle tendenze.

- Produzione mondiale di caffè: Forse cresce fino a 120 milioni di sacchi l'anno nel 2003 e 2004.
- Consumo mondiale di caffè: Forse al ribasso fino a 108 Million sacchi l'anno per lo stesso periodo.

Allora, le riserve del caffè mondiale potranno aumentare a 70 milioni di sacchi. I prezzi del caffè per il New York "C" potrà crollare a 40 centesimi e prezzi per per New York "Robusta" a 10 cents per libbra. Si possono sfidare questi numeri, ma a livello mondiale la tendenza di aumentare la produzione non trova un aumento del consumo.

Molti di voi potete dire che ci sarà una gelata, un disastro naturale.

Potrei pure discutere che forse ci sarà una tendenza di Antipatia o questioni mediche relative al consumo di caffè. Per cui suggerisco di prendere la questione seriamente.

Cosa dobbiamo fare: non vorrei che voi mi considerate un politico, un scienziato o un produttore di caffè. Nel migliori dei casi sono un uomo d'affari e un consumatore di caffè. Vorrei condividere con voi qualche insegnamento che ho ricevuto nella mia carriera come azionista chiave e Chief Executive Officer del gruppo Jacobs Suchard negli anni 1970 e 1980 dell'ultimo millennio. Vorrei nuovamente quotare Bernhard Rothfos chi disse:

Non vendete una libbra di caffè – vendete la convinzione che il caffè è il combustibile della civilizzazione.

Nel 1970, noi della Jacobs Suchard facevamo attenzione a due norme:

Norma 1.- Presentate i prodotti di caffè secondo i sogni e desideri del consumatore.

Norma 2.- Mantenete il vostro budget pubblicitario per il caffè ai livelli dei leaders dell'industria delle bibite gassate, non permettendo a quella categoria portarvi via consumatori di caffè.

- Nei primi anni '70 abbiamo introdotto in Germania un nuovo prodotto di alta qualità: "Krönung". Questo significava il meglio del meglio. "Krönung" è diventato il primo brand unico di caffè in Germania a prezzo più alto.

- In Francia, un mercato di Robusta, abbiamo lanciato "Carte Noir", un prodotto pieno di desiderio, pieno di emozioni sensuali. "Lasciate che le persone godano i loro sogni, i loro desideri e la carica necessaria!"
- Starbucks è diventato un successo e una nuova cultura del caffè negli Stati Uniti.
- In Italia Illy e Lavazza hanno lanciato un eccellente caffè di qualità, espresso italiano. Una nuova cultura, un nuovo desiderio.
- In Colombia, la Federazione ha creato "Juan Valdez" come promotore del caffè colombiano. Un eroe, un amico, un coltivatore di caffè, una persona fidata che rappresenta un sogno per la qualità.
- Nescafe pubblicizza momenti meravigliosi nella vita alla creazione e una nuova atmosfera per il caffè. Nespresso è un'altra conferma che il caffè di Nestle è vivo.

Prezzi. Quando viaggiavo visitando i rivenditori nei negozi alla fine del mese d'Aprile negli Stati Uniti notavo che una libbra di Starbucks era 7,69 dollari mentre come marchi privato pubblico – qualità colombiana – costava 2,40. In altre parole: per lo stesso origine il consumatore negli Stati Uniti era disposto a pagare per un sogno di caffè Starbucks il triplo del prezzo di un prodotto che non aveva un sogno. Voi conoscete altri esempi.

- Una bottiglia di Bordeaux abituale costa circa 3 a 5 dollari.
- Una bottiglia di Chateau Margeaux valuta tra i 30 ei 50 dollari.
- Una tavoletta di cioccolato Lindt & Sprüngli costa circa 1,50 dollari.
- Una tavoletta di un rivenditore leader di 30 centesimi.

Il prezzo è un tema, finché non fai pubblicità o impianta un sogno nella mente del consumatore.

Il prezzo come arma strategica: Non c'è dubbio che i prodotti capaci di stabilire i costi di prezzo più basso hanno un vantaggio. Se Vietnam è il prezzo più basso, le persone che devono concorrere con questo caffè devono essere uguale al caffè vietnamita con un prezzo ad esempio di 10 o 15 cents per libbra.

Conclusioni *Un conosciuto agricoltore e esportatore in San Salvador mi ha chiesto: "Klaus, tu conosci il caffè. Cosa posso fare per sopravvivere con la mia famiglia senza perdere tutta il mio patrimonio?."*

Li ho offerto tutta la mia conoscenza. "Prima prova di stabilire il tuo prodotto come uno dei più desiderati dal consumatore. Valutalo. Offri servizi addizionali. Diventa il migliore dei migliori. Promuove il prodotto e diventa orgoglioso di raggiungere un prezzo super". Se non hai questa possibilità, se sei soltanto un altro del mucchio riduce i tuoi prezzi al livello del tuo più grosso competitore. Toglie tutto quello che non aggiunge valore al consumatore. Se non riesci a diventare un sogno per il tuo consumatore né a battere il tuo concorrente sul prezzo, riduci il tuo investimento a un livello confortevole, ma mai mettere a rischio la vita tua o quella della tua famiglia."

Che cosa deve essere la nostra conclusione?

1. Fare il bere caffè un desiderio, la bevanda "pensiero" nel nuovo millennio!
2. Tagliare i costi per competere nel prezzo.
3. Adeguare la produzione se non funzionano né 1 né 2.
4. Mentre i paesi consumatori danno una mano forte d'aiuto ai produttori per almeno 5 anni regolare la produzione / consumo all'interno di norme di un nuovo accordo ICO.
5. Non promuovere la coltivazione di droga invece di caffè.

D. SEDUTA III

D.08

Mick Wheeler, Direttore Esecutivo di SCAE (Speciality Coffee Association of Europe)

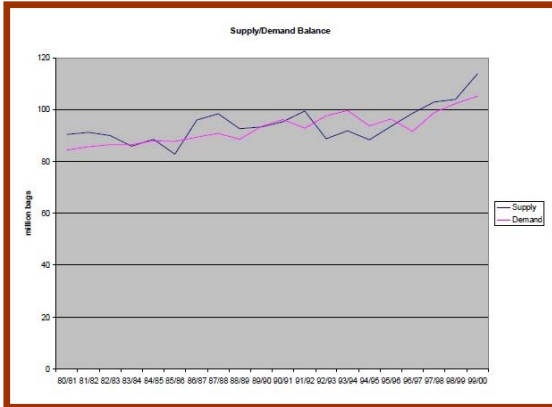
1.-

The
Diversion and/or Destruction of Triage
as a means to improve prices

Mick Wheeler

1.- La deviazione e / o la distruzione
dello smistamento (Triage)
come mezzo per migliorare i prezzi

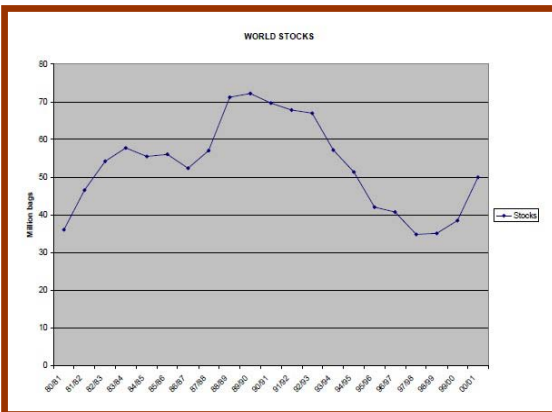
2.-



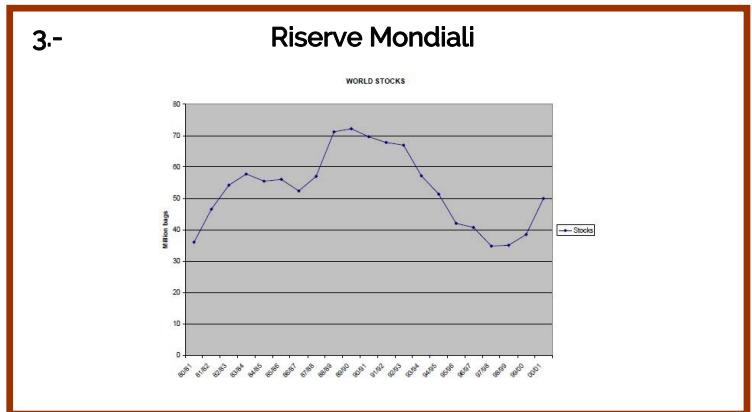
2.-



3.-



3.-



4.-

- Why have Market Fundamentals Changed**
- Improvements in farming efficiency
 - higher yielding varieties
 - increased mechanisation
 - geographical shift to lowest cost areas.
 - Improvements in transport and logistics
 - seamless supply channel
 - More Vertically Integration and Greater Industry Concentration
 - trade house have a much greater presence in origin than before.
 - Improvements in Flavour Management techniques
 - steam cleaning broadens the range of coffees available to the roaster
 - Information Technology and Market Access
 - Producer stocks hedged on the market

4.- Perché i punti fondamentali del mercato sono cambiati?

- **Miglioramenti nell'efficienza agricola**
 - varietà di rendimento più elevato
 - aumento della meccanizzazione
 - spostamento geografico alle aree a costi più bassi.
- **Miglioramenti nei trasporti e nella logistica**
 - canale di alimentazione senza soluzione di continuità.
- **Più integrazione verticale e maggiore concentrazione dell'industria**
 - la casa di commercio ha una presenza molto maggiore in origine rispetto a prima.
- **Miglioramenti nelle tecniche di gestione del sapore**
 - la pulizia a vapore allarga la gamma di caffè disponibili al torrefattore.
- **Tecnologia dell'informazione e accesso al mercato**
 - Le scorte dei produttori coperte sul mercato.

5.-

- Difficulties in implementing any scheme to Divert Triage**
- Finance
 - who pays
 - Logistics
 - not enough alternative uses and destruction difficult
 - Free Riders
 - have the capacity to render the scheme ineffective
 - Creditable International Verification
 - Past experience shows this is difficult

5.- Difficoltà nell'implementazione di qualsiasi sistema a Divert Triage (desvio smistamento)

- **Finanza**
 - chi paga.
- **Logistica**
 - non è sufficiente l'utilizzo di alternative e la distruzione difficile.
- **Corridori liberi**
 - avere la capacità di rendere inefficace lo schema.
- **Verifica internazionale riconoscibile**
 - L'esperienza passata mostra che questo è difficile.

D. SEDUTA III

D.09

Discorso del Signor *Ong Siong Kai* nella Conferenza Mondiale del Caffè

Londra, 18 maggio 2001

Caffè – Una prospettiva asiatica

È con una certa trepidazione che cerco di dire il mio pezzo in mezzo a tutta la recente cacofonia e l'angoscia di quello che viene percepito come un grande fallimento della gestione del mondo del caffè. Nonostante tutta la saggezza collettiva, l'esperienza, i sistemi, la trasparenza e il potere dei soldi, non riusciamo a essere più vicini a un equilibrio gestibile dell'offerta e della domanda nel nostro amato caffè. Forse non vedremo mai questo equilibrio.

Forse, tracciando il mio stesso coinvolgimento, nel mio piccolo angolo di vendita di caffè, situato in quel punto rosso quasi invisibile, Singapore, può favi capire le mie percezioni sulla direzione del mercato del caffè.

Ho cominciato nell'azienda commerciale di mio padre e mi sono trovato nell'estremo profondo dell'attività 36 anni fa. Lui era un grande commerciante, voluto bene da molti nel nostro piccolo enclave. Nel mezzo di commercianti indiani, importatori cinesi che erano chiamati "Kou Puay" cioè 98 possibilmente per che erano capaci di prendere una commissione del 2% per il finanziamento, magazzino e altri servizi che facevano per gli spedizionieri indonesiani allora. Anche non dimenticando le case tradizionali inglese di commercio coloniale, gli ingegnosi e ingannevoli commercianti olandesi, i giapponesi Sagoshosha e molti altri, che hanno affollato le località di commercio si successo trasformato in una centrale di potenza di un megaenterprise immaginato dal tanto ammirato Sir Stamford Raffles.

La vita degli affari era un po' più facile allora. Velocemente siamo entrati nell'era dei controlli e le quote per cercare quell'equilibrio e l'equità di una moltitudine di fornitori di diverse origini, soprattutto di quelle che erano chiamate le nazioni del terzo mondo che cercavano prezzi decenti dal mondo occidentale (incluso il Giappone). Sembra che il business è stato per un periodo ben gestito, nonostante qualche incidente di percorso, e lamenti per quote ulteriori da parte di qualche nazione con più aspirazioni di crescita.

Nel frattempo il mercato dei Futures di Londra e New York sono cresciuti in rilievo, espressamente come un meccanismo di scoperta dei prezzi e di copertura e commercio speculativo. Le specifiche, i fondi e altri sono stati incoraggiati a partecipare al divertimento! Oggi praticamente tutto il commercio connesso con la varietà Robusta deve essere "con il prezzo da fissare" contro i futures del Robusta di Londra se uno desidera partecipare. Mi risulta che i fornitori di arabica provano di rompere il vincolo con il "C" che rappresenta una stretta di soffocamento che strangola.

Vuole dire che ritorneremo ai bellissimi vecchi tempi di puro commercio speculativo del "fisico"? Qual è la risposta? Commercio coperto con il prezzo da fissare? Pura speculazione senza copertura? Una domanda senza risposta.

In considerazione del conflitto che stavamo affrontando abbiamo modificato la nostra strategia per valutare da aggiungere alla nostra attività commerciale delle voci come hanno fatto e fanno altre società. Abbiamo acquistato una pianta per decaffeinare e così facendo incrementare la nostra utilità all'industria del caffè – l'unico impianto di decaffeinazione in Asia e Australia. Altri trattano al vapore il Robusta, facendo pulizia a caffè mediocri e via discorrendo.

Abbiamo sviluppato caffè e ristoranti di speciality coffee chiamati "Coffee Club" e "Coffee Club Xpress", in numero infinitesimale se comparato con i suoi simili di Starbucks, ma cercando diversificare e estensione del nostro commercio base.

Dove ci porterà il commercio del caffè? Abbiamo visto molti piccoli commercianti fallire, quando società più grandi con enormi risorse finanziarie e infrastrutturali entravano nel mercato con prepotenza. Ma abbiamo pure visto molte mega società commerciali del caffè venire e andare o essere costrette a ristrutturarsi. Sembra che siamo piuttosto lontani di quel bilancio desiderato. Come dissi all'inizio, forse non troveremo mai quell'equilibrio.

Vengo da una regione di enormi produzione e crescita di Robustas. Quello che era la panacea per la crescita economica per i vietnamiti e altri nella zona, oggi è diventato una piaga, in quanto pure gli agricoltori lottano per raccogliere, incapaci di potersi permettere il lusso di pagare collaboratori che non siano membri della famiglia in questo periodo di prezzi terribilmente bassi. Saggiamente l'Associazione vietnamita del caffè ha raccomandato di non aumentare la produzione di Robusta ma di consentire l'introduzione del caffè Arabica. Saggio? Il Brasile e altri producono già sufficiente varietà Arabica da soddisfare la richiesta mondiale? Il Vietnam in dieci anni è diventato il secondo maggior produttore di caffè e il più importante produttore di Robusta mondiale. Farà lo stesso con l'Arabica? Forse no. Ma allora quale è la risposta? Altri prodotti agricoli. Questo è stato già fatto. Ma anche loro affrontano prezzi bassi, ad esempio la semina del pepe è ostacolata dalla sovrapproduzione.

Una questione che deve essere riconsiderata e rivista è la forma con la quale commercializziamo il grosso della produzione di caffè contro il "Board", sia che parliamo di "C" futures o i futures del "Robusta di Londra". Quante volte i commercianti o esportatori si trovano in fallo con questo sistema? Non conosco le risposte. Forse dovremmo rompere il vincolo del prezzo del caffè del prezzo dei "futures". Forse gli acquirenti di caffè devono decidersi per un "avvicinamento" più amichevole se il mercato dei "futures" reagiscono in forma drastica dalla norma?

Non tutto il buio è sorte avversa. Sono sicuro che esistono molte racconti di successi e ad esempio "Starbucks" è una di esse. Come risultato dei loro successo, bere del caffè nel nostro ambito mondiale è diventato di moda. Caffè Gourmet sono molto richiesti come mai. Anche la nostra caffetteria del quartiere chiamata Kopi-Tiam in Singapore. Dai Pai Dong in Hong Kong ecc. stanno migliorando la qualità del loro caffè e servendo lattes e cappuccinos.

Per cui, Dame e Cavalieri, c'è speranza ancora per la miglior bibita del mondo!

D. SEDUTA III

D.10

Tendenze del Caffè in Europa

Roel Vaessen, Secretary General ECF

Londra, 18 maggio 2001

1.-

Coffee trends in Europe

Roel Vaessen, Secretary General ECF

ICO World Coffee Conference
18 May 2001

1.- Tendenze del caffè in Europa

Roel Vaessen, Segretario Generale ECF

Conferenza Mondiale del Caffè dell'OIC

18 maggio 2001

2.-

Subjects

- ☞ A few facts and figures
- ☞ Food safety: the major trend

2.- Soggetti

- Alcuni fatti e cifre
- Sicurezza del cibo: la tendenza maggiore

3.-

EU imports of green coffee

Volume (mln bags)		change
1999	2000	
37,4	36,8	-1,7%

Value (bln EUR)		
1999	2000	
4,2	4,1	-3,3%

(source: EUROSTAT)

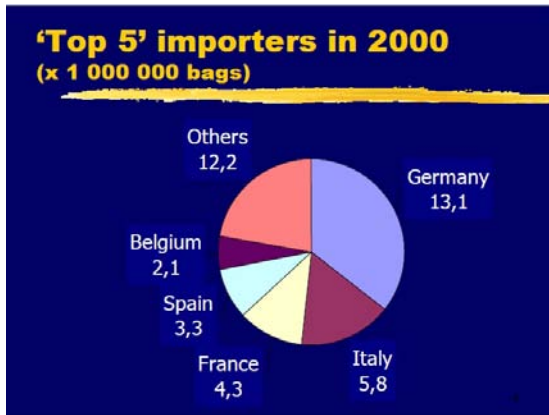
3.- Importazioni di caffè verde della U.E.

Volume (mln di sacchi)		Variazioni
1999	2000	
37,4	36,8	-1,7%

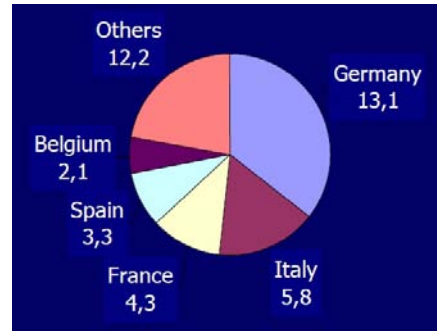
Valore (miliardi EUR)		
1999	2000	
4,2	4,1	-3,3%

(Fonte: EUROSTAT)

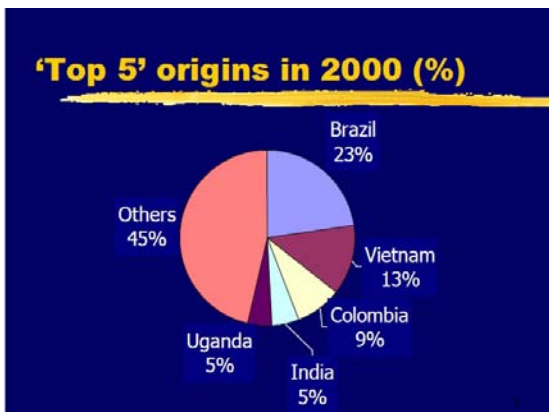
4.-



4.- Primi 5 importatori nel 2000 (x milioni di sacchi)

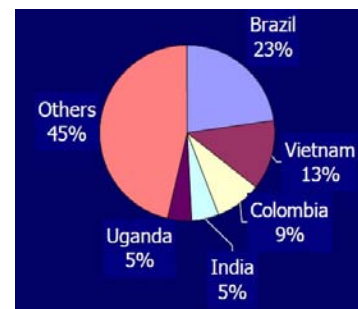


5.-



5.-

Primi 5 origini nel 2000 (%)



6.-

Food safety

- ⌘ Food scares: BSE, dioxin, salmonella, FMD
- ⌘ Effects:
 - ☒ eroding consumer confidence
 - ☒ stricter legislation 'from farm to fork'
- ⌘ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)
- ⌘ Traceability

6.-

Sicurezza del cibo

- Emergenze alimentari: BSE, Diossina, Salmonella, FMD
- Conseguenze
 - Erosione della fiducia del consumatore.
 - Legislazione rigorosa "dalla tenuta alla forchetta".
- HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)
- Tracciabilità

7.-

Need for co-operation

'From farm to fork' food safety issues require co-operation of all links in the chain:

- ☒ growers
- ☒ exporters
- ☒ traders
- ☒ roasters

to strengthen consumer confidence and thereby contribute to a sound total coffee market.

7.-

Bisogno della cooperazione

"Dalla fattoria alla forchetta" i temi della sicurezza alimentare richiedono cooperazione da tutti gli anelli della catena.

- Agricoltori
- Esportatori
- Commercianti
- Torrefattori

Per consolidare la fiducia del consumatore e con ciò contribuire a un mercato totale del caffè sano.

D. SEDUTA III

D.11

Orientamenti dell'industria del caffè nel Vietnam

Discorso del Signor *Doan Treu Nhan*
Presso la Conferenza Mondiale sul Caffè

Londra, 17-19 maggio 2001

E' di dominio pubblico che i prezzi del caffè sono corsi velocemente verso il basso in tutto il mondo dall'inizio del 1999 che ha affettato avversamente i redditi dei produttori. Essendo grande produttore di caffè dell'ordine di più di 10 milioni di sacchi (2001), il Vietnam è pure sotto l'influenza di questo "trambusto" dei prezzi.

In questa conferenza internazionale vorrei presentare brevemente la storia dello sviluppo dell'industria del caffè nel Vietnam. Ci auguriamo con questa breve introduzione potete avere una vista d'insieme di tutte le sfide e richieste urgenti che il Vietnam affronta oggi. E ci auguriamo di ricevere le gentili considerazioni, cooperazione e assistenza dalla comunità di produttori di caffè insieme agli importatori di tutto il mondo.

I. Sviluppi dell'industria del caffè nel Vietnam

Il caffè del Vietnam è stato caratterizzato negli ultimi anni per la sua rapida velocità di sviluppo. Da quando il primo "cafetal" è stato introdotto nel Vietnam nel 1857, il prossimo 2000 sarà il 145esimo anno della storia del caffè nel Vietnam. Però dopo un lungo periodo di prova studiando il potenziale della produzione di caffè nel Vietnam, non è stato che fino al 1910 o 1911 la gente ha cominciato a creare le piantagioni di caffè in diversi luoghi per obiettivi commerciali. Questo ancora non ha prodotto una situazione migliore per lo sviluppo del caffè dopo mezzo secolo dopo, nel 1975, l'area totale dedicata al caffè era dell'ordine di 20.000 ettari con una produzione che si piazzava tra 5.000 e 7.000 tonnellate di caffè verde.

E' sorprendente che 25 anni dopo l'area totale di produzione è oggi 500.000 ettari, soprattutto di caffè Robusta, con una produzione annual di 700.000 tonnellate. Per cui possiamo dire che dopo 25 anni l'industria caffeeicola del Vietnam presenta un'area 25 volte maggiore e una produzione 100 volte superiore, ad esempio 4 volte più produttività. Accanto alla proporzione principale di caffè Robusta, il Vietnam si concentra oggi nello sviluppo di un programma di caffè Arabica in diverse zone adatte.

Come è stato possibile per il Vietnam di raggiungere questi successi? Possiamo prendere quanto segue come motivi sufficienti.

1.- Clima e condizioni del suolo adatti per piantare il caffè

Dal 1975 il Vietnam conduce un programma di sviluppo del caffè nelle province delle Terre Alte dell'Occidente come ad esempio DakLak, Gia Lai, Kontum, Lam Dong; in alcune province come Dong Nai, Ba Ria -Vung tau, Binh Phuoc... e qualche area della Costa Centrale. Il caffè cresce principalmente in suolo rosso basaltico con alta fertilità naturale e strati di terreno spessi. Queste aree sono pure caratterizzate per un clima caldo e umido, ideale per la produzione di caffè Robusta. Nelle terre alte occidentali è frequente trovare due stagioni differenti, quella umida e quella secca. La stagione secca dura da 4 a 5 mesi e qualche volta perfino 6 mesi, iniziando nei mesi di Novembre quando inizia il raccolto del caffè fino ad Aprile quando si hanno le fioriture del prossimo raccolto. Nella stagione secca, c'è un vantaggio nel fare il raccolto durante i periodi di sole, per cui si trovano pochi chicchi neri e poca muffa, e gli agricoltori possono avere tutto il vantaggio della luce del sole per essiccare velocemente e dunque c'è bisogno di pochi attrezzi o combustibile per farli funzionare.

Ma ci sono anche effetti negativi, è difficile per la pianta di caffè di fiorire, creare ciliegie e mantenere i frutti. Questo è un motivo per cui la produttività non è stata molto elevata.

Al fine di sfruttare appieno i vantaggi e superare gli svantaggi, i coltivatori vietnamiti ora innaffiano la loro piantagione di caffè in stagione secca. Gli agricoltori hanno elaborato un metodo per definire il periodo di irrigazione, la frequenza e la quantità di acqua utilizzata per regolare il caffè Robusta in fioritura e creare ciliegie al momento giusto e mantenere il buon sviluppo delle ciliegie.

Ora, con buona attenzione e adeguato uso di fertilizzanti, riusciamo a raggiungere una alta produttività di 3 o 4 tons/ha e pure in qualche luogo 5 tons / ha.

Vale la pena notare anche che il clima comune dell'altopiano occidentale è tropicale montuoso, con la maggior parte delle piantagioni di caffè su un'altitudine di 500 a 700 m. I differenziali tra le temperature del giorno e la notte sono molto elevate, che è eccellente per l'accumulo di caffè, che risulta in una alta qualità e un sapore molto aromatico. E' per questo è ovvio che il Robusta dell'Altopiano occidentale è considerato attraente e favorevole. Il caffè è normalmente chiamato Buon Me Thuot coffee, essendo Buon Me Thuot il nome della capitale dell'altopiano occidentale. Questo è simile al famoso Mocca, con il suo nome che proviene dal porto di Moca nel mare rosso.

Oltre al caffè Robusta coltivato nel Sud, il Vietnam ha un grande potenziale per coltivare il caffè Arabica nel Nord, grazie alle buone condizioni geografiche e climatiche. Poiché il territorio del Vietnam si trova sull'emisfero settentrionale, con uno sviluppo lungo il meridiano per quasi 15 gradi di latitudine, dal 23° 22' al

8°30' latitudine nord. Il confine tra il Nord e il Sud è il passaggio di montagna Hai Van a oltre 1.000 m di altezza sulla 16°14' latitudine nord. Il passaggio di Hai Van, a partire dalla fine della catena North Truong Son, a sud della provincia di Thua-Thien-Hue, che porta verso il mare, è un muro enorme per difendere dal monsonone nordorientale e suddivide il Vietnam in due diverse aree climatiche: Il Sud, appartiene al clima tropicale caldo e umido, è adatto alla coltura di Robusta; E il Nord, con inverno freddo e piogge, è adatto alla coltivazione Arabica. Il Nord rappresenta il territorio principale per lo sviluppo del caffè Arabica.

2.- Le politiche del Governo del Vietnam sono state rinnovate in forma radicale con lo scopo di facilitare lo sviluppo della produzione e il commercio. Diverse importanti politiche includono un orientamento e spostamento dell'economia multi-settore che permette Permettendo ai proprietari di piccoli terreni domestici e ai piccoli proprietari di aziende agricole di avere le proprie piantagioni di caffè, concedendo il diritto di uso della terra agli agricoltori; insieme a molte nuove politiche di investimenti e prestiti con programmi socio-economici nazionali come ad esempio insediamento sistemazione e coltivazione per l'eliminazione della fame e la riduzione della povertà, senza dimenticare la forestazione.

Il governo del Vietnam ha anche intrapreso iniziative per incoraggiare gli investitori stranieri a mettere i loro soldi nella produzione e nel commercio all'interno del Vietnam. Oggi esistono 3 grandi gruppi commerciali che svolgono le proprie attività in Vietnam, tra cui ED & FMan, Newman Groupe e O Lam che si trovano in condizioni favorevoli previste dal governo. Queste politiche di innovazione sono considerate negli ultimi anni come i vantaggi per il rapido sviluppo dell'industria del caffè.

3.- Grande incoraggiamento dal mercato

Nel periodo compreso tra il 1994 e il 1998 i prezzi del caffè a livello mondiale erano abbastanza elevati, per cui gli agricoltori sono stati motivati a espandere le loro piantagioni che portò ad un rapido aumento dell'area dedicata alla produzione di caffè. C'erano anni in cui l'area totale per il caffè saliva da 20.000 a 30.000 ha. E il risultato fu un aumento drammatico dell'output totale. Nel raccolto del 1995/96, il Vietnam raggiunse 400.000 tonnellate di caffè, e nell'ultimo raccolto 1999/2000 il numero è salito a 700.000 tonnellate, cioè raddoppio in 5 anni.

Pertanto possiamo dire che il prezzo elevato del mercato ha incoraggiato gli agricoltori vietnamiti a spendere così tanto e così rapidamente la produzione di caffè, oramai fuori controllo e persino non adatta al programma di sviluppo del caffè progettato dallo Stato.

Recentemente in qualche luogo si critica che il Vietnam è il primo colpevole per l'attuale enorme depressione dei prezzi del caffè a livello mondiale. Questa critica non è completamente giusta poiché tale sviluppo rapido non è una politica o un programma del governo del Vietnam.

II.- Sfide da vincere

La rapida espansione della produzione è un punto forte della industria del caffè del Vietnam, che però porta a certi squilibri che devono essere presi in considerazione urgentemente.

1.- Imbalance tra produzione e trasformazione

Per il motivo che l'area di coltivo è cresciuta tanto velocemente, la quantità di ciliegie mature da raccogliere e trasformare è a sua volta cresciuta ogni anno a una velocità sorprendente. Per cui, il bisogno di superficie di asciugatura, stazioni di trasformazione, tecnologie avanzate e attrezzature non è stato soddisfatto in forma significativa, questo abbassa la qualità del caffè non più adatto all'esportazione. Tuttavia, molto è stato fatto per affrontare questa cattiva situazione.

2.- Squilibrio nella struttura del prodotto

Lavorare con la geografia del Vietnam, ci concede un grande potenziale per coltivare una gran quantità di caffè Arabica nelle regione Nord. Tuttavia la quantità di Arabica lavorata è una parte molto piccola della produzione totale, che ci dà un squilibrio nella struttura del prodotto.

Tutti sanno che quasi tutta la produzione di caffè del Vietnam dell'anno scorso, cioè 700.000 tonnellate è del tipo Robusta. Nel frattempo il prezzo del Robusta è crollato molto di più che l'Arabica. L'industria del caffè del Vietnam affronta perciò una perdita maggiore e si trova nella necessità di fare diversi cambiamenti d'adattamento con questo mercato internazionale che non smette di cambiare.

3.- Squilibrio tra sviluppo della produzione e l'espansione del mercato

Ogni anno il caffè vietnamita è importato da 40 Paesi e regioni nel mondo, ivi compreso grandi mercati come gli USA, la Germania e i Paesi membri dell'Unione Europea. Ciò nonostante, con tale enorme produzione annuale di più di 10 milioni di sacchi (nel 2001!) si dovrebbe dare molta più attenzione all'espansione del mercato domestico e altri mercati potenziali.

III.- Strategia dell'industria del caffè nel Vietnam

Nonostante la situazione del mercato attuale sia molto difficile per i produttori di caffè e per il Vietnam, i programmi per lo sviluppo del caffè vanno avanti. Troviamo necessario di elaborare un adattamento per il

periodo a lungo termine e a breve termine. Questo adattamento dovrebbe essere fatto in base alle differenti ricerche di mercato. Le chiavi fondamentali dell'adattamento dovrebbero concentrarsi nei seguenti punti

- Miglioramento di qualità.
- Riduzione dei costi di produzione.
- Spostamenti della varietà e dei prodotti, adeguamento della produzione alle esigenze del mercato.
- promozione del consumo di caffè nel Vietnam sia nel mercato domestico che nei grandi paesi potenziali.
- Riorganizzazione della struttura di produzione e di esportazione in modo più scientifico, efficace, moderno e costante.

1.- Miglioramento della qualità per il caffè vietnamita

- Prima di tutto abbiamo bisogno di completare l'elenco degli standards del caffè del Vietnam in accordo con gli Standards internazionali, domande del mercato e per proteggere gli interessi della industria del caffè del Vietnam. Un numero di regole sono apparse nel 1983 e nel 1987 sono state approvate e promosse dallo Stato con Terminologie e Definizioni del Caffè, Standards Tecnologici per l'Esportazione del Caffè, e standards nell'imballaggio, nell'etichettatura, la conservazione e il trasporto...Adesso sono stati apportati alcuni emendamenti e integrazioni ma è comunque necessario fare i passi di completamento prima che questi Standards possano essere emesse ufficialmente e che possano essere indicati in ogni contratto di caffè.
- La tecnica del raccolto, asciugatura, trasformazione e conservazione ecc dovrebbe essere migliorata. Il governo del Vietnam attualmente considera di approvare un progetto di trasformazione di tutta l'industria del caffè del Vietnam che dovrebbe essere portato avanti nei prossimi due anni.
- E' necessario di fare ricerca per trasferire tecnologie avanzate agli agricoltori con metodi GAP e GMP, insieme a ricerca per prevenire la formazione di funghi, specialmente Ochratoxina A.
- Programmi di caffè organico, caffè gourmet e specialty coffee si dovrebbero pure prendere in considerazione.

2.- Riduzione del costo di produzione

Questa è la chiave per impulsare la competitività del caffè vietnamita. Per cui dovremo elaborare gli investimenti al livello più adatto che determini l'efficacia più economica.

Uno dei modi per ridurre i costi di produzione è sostituire le varietà attuali con quelle di crescita più forti, più resistenti ai parassiti e alle malattie e con una maggiore resa.

Un altro metodo è ricalcolare la quantità più appropriata di fertilizzante e acqua da utilizzare

Ed è necessario elaborare la produttività più adatta per la massima efficienza economica (piuttosto che la massima produttività).

3.- Spostamento della varietà e del prodotto, adeguamento della produzione alle esigenze del mercato. Questo farà un grande cambiamento all'industria del caffè. Negli ultimi anni, i coltivatori di caffè del Vietnam espandono le loro piantagioni di caffè in modo spontaneo senza rispettare gli orientamenti e i piani del governo. Il caffè Robusta è cresciuto ovunque sia possibile, dai cocuzzoli delle colline alle fiancate delle colline. E il Robusta è scelto dal momento che l'Arabica ha bisogno di più piantine però non è tanto resistente alle malattie, quindi richiede più investimenti, più cura e più attenzione nel metodo di lavorazione. Per questo motivo per la non diversificazione dei caffè vietnamiti.

Tutte le nuove piantagioni fuori delle aree programmate con suoli e condizioni idrografiche inadatti con crescita difficile e bassa produttività saranno cancellate. Le piantagioni di Robusta in luoghi più adatti alla produzione di Arabica saranno rimpiazzate con Arabica. Ancora viene incoraggiato lo sviluppo di caffè arabica in luoghi adatti come le terre medie a aree di montagna del Nord.

Per cui nei prossimi anni il Vietnam avrà a disposizione tra 300.000 e 400.000 ha per produrre caffè Robusta e circa 100.000 ha per la produzione di Arabica. La produzione totale sarà dell'ordine di 600.000 tonnellate cioè 10 milioni di sacchi di cui 7,5 milioni di sacchi di Robusta e 2,5 milioni di sacchi di Arabica. Il rimanente della terra di coltivo nelle aree di caffè sarà adoperata per il pepe, alberi fruttali secondo le condizioni in ogni area.

Durante tale adattamento dobbiamo dare più attenzione a prodotti di alto valore come il caffè organico, specialty coffee e caffè gourmet ecc. Per quanto concerne il nostro tradizionale caffè all'esportazione, il Vietnam ha esportato per lungo tempo soltanto caffè verde. Per cui dovremo fare adattamenti per produrre di più altri tipi di prodotti con valore aggiunto come caffè solubile e caffè torrefatto.

4.- Promozione del consumo nel mercato nazionale e nei grandi paesi potenziali

Il Vietnam ha una popolazione di circa 70 milioni di persone e la capacità di consumo per testa è di soli 0,2 a 0,3 kg / testa / anno. Con un programma di promozione conforme al reddito normale della popolazione, il Vietnam è in grado di raggiungere una capacità media di 1 kg / testa / anno. Nei prossimi anni, con la popolazione cresciuta a 100 milioni di persone, il consumo totale nazionale è stimato in 100.000 tonnellate. Le restanti 500.000 tonnellate di produzione annua del Vietnam saranno destinate alle esportazioni. Con questa strategia, il Vietnam si sforza di contribuire a armonizzare l'equilibrio della domanda e l'offerta di caffè.

5.- Reorganizzazione della struttura di produzione e di esportazione in modo migliore, scientifico, moderno, efficace

Essendo appena arrivati all'industria del caffè mondiale, con appena 15 anni d'esperienza nella produzione di caffè, il Vietnam ha ancora tante cose da fare e da imparare. Una di loro è quello di scoprire come stabilire una buona struttura di gestione e quali sono le funzioni principali di un consiglio di amministrazione e associazione di caffè ecc. E la prima cosa da fare nel futuro è di elaborare una struttura del settore più efficace e avanzata in quanto ciò creerà condizioni favorevoli per lo sviluppo dell'industria. Abbiamo anche pensato di stabilire uno scambio "futures" del caffè a Ho Chi Minh City, Vietnam, ma questo richiede più studi. Un'altra cosa da prendere in considerazione è la creazione di un Coffee Fund.

Signore e signori, Queste sono alcune dati brevi sulle difficoltà che l'industria del caffè del Vietnam ha recentemente affrontato. Sono le difficoltà di un industria del caffè in rapida crescita ma inesperta, con meno di 20 anni nel settore del caffè. Desideriamo quindi prendere le considerazioni e gli aiuti da parte di organizzazioni internazionali e di paesi amici.

D. SEDUTA III

D.12

Considerazioni del Vice-Presidente *Ueshima* presso la Conferenza Mondiale sul Caffè

Pannello di discussione alle 4:55 p.m. il 18 maggio 2001

1.- Panoramica del mercato del caffè in Giappone

Nell'anno civile 2000, il Giappone ha importato un totale di 6,93 milioni di sacchi di caffè verde cioè 416.000 tonnellate e fissato un verorecord. Ciò significa che il volume dell'importazione ha aumentato di oltre due volte in 20 anni, da 3,3 milioni di sacchi importati nel 1980 e questo rende il Giappone il terzo importatore di caffè al mondo, soltanto dietro gli Stati Uniti e la Germania. Secondo le statistiche dell'OIC, tuttavia, il consumo pro capite del Giappone nel 1999 è stato di soli 3,01 kg. Questo ha classificato il Giappone 17° fra i principali paesi importatori ed è stato solo il 64 per cento più alto della media internazionale

Durante i primi dieci anni degli ultimi 2 decenni, il Giappone è stato aiutato dal fondo promozionale donato dai paesi produttori tramite l'OIC per la promozione del consumo. Nel corso dei prossimi dieci anni, però, il Giappone ha continuato le attività commerciali per promuovere il consumo adoperando totalmente finanziamenti giapponesi e tali sforzi hanno contribuito ad un ulteriore aumento del consumo. Il pieno utilizzo di dati scientifici provenienti da paesi occidentali come Cosic e NCA per illuminare i consumatori ha contribuito pure ad aumentare il consumo. Tuttavia, riteniamo che il fattore più importante è stato il successo dell'industria caffeicola di proporre prodotti che soddisfano gli elevati standard dei consumatori in termini di qualità.

Le "leggi eque, regolamenti e linee guida per l'etichettatura del caffè regolare e del caffè istantaneo" rilasciate dalla All Japan Coffee Fair Trade Council sarebbero l'esempio adeguato. Ciò mira a garantire una scelta appropriata dei prodotti da parte dei consumatori generali; prevenire l'ingiusto indotto ai clienti; e garantire una concorrenza leale. Norme per l'etichettatura delle miscele di caffè sono state stabilite in Giappone in conformità a queste regole.

Per quanto riguarda il caffè normale, quando l'etichetta è dominata dal paese produttore, la varietà o la marca di caffè verde, la miscela deve contenere almeno il 30% di quel tipo di chicchi di caffè verde. Inoltre, i caffè miscelati sono etichettati con gli origini in linea ordinati secondo le percentuali nella miscela in volume. Nel caso del caffè in barattolo, quando l'etichetta contiene i paesi produttori e la varietà, deve contenere più del 50% di quel tipo di caffè verde.

Riteniamo che queste rigide norme garantiscano ai consumatori la sicurezza e l'affidabilità.

2.- tendenze in ogni settore di mercato

*** Mercato istituzionale**

Il numero di caffetterie nel convenzionale stile giapponese ha raggiunto circa 160.000 nei primi anni '80 e da allora è in declino. Tuttavia, c'è anche una maggiore domanda di caffè associata ai luoghi di lavoro e nuovi tipi di bar-café. Di conseguenza, stimiamo che il consumo fuori casa, in particolare il caffè regolare, rappresenterà ancora circa il 20 per cento del totale.

*** Mercato domestico**

Il consumo nel mercato domestico è aumentato rapidamente negli ultimi anni. La maggior parte di questo mercato è costituita da caffè solubile, incluso quello dato come regali, ma anche il mercato del caffè regolare è costantemente in espansione, grazie allo sviluppo di una varietà di nuovi prodotti e alla diffusione delle macchinette per fare il caffè. Tuttavia, il fattore più importante è il perseguimento del settore sempre di più alti livelli di qualità e diversità di prodotti sia per il caffè regolare che per il solubile, per soddisfare le

esigenze e i bisogni dei consumatori. Un tale lavoro costante come il controllo della freschezza conclude che il miglioramento qualitativo invita la crescita quantitativa.

* Mercato del caffè liquido

Il caffè in scatola è un campo distintivo del mercato giapponese e svolge un ruolo chiave nell'aumento del consumo. Anche se la sua crescita ha rallentato, il caffè liquido in bottiglia di PET ha continuato ad espandersi complessivamente durante tutto l'anno. Il caffè liquido rappresenta ancora circa un terzo dell'intero mercato del caffè giapponese.

3.- Prospettive per il mercato visto dai risultati delle indagini sulle tendenze del consumo di bevande

Un sondaggio sulle tendenze del consumo di bevande condotto da All Japan Coffee Association ha rilevato che il numero medio di tazze di caffè consumate da persona a settimana è passato da 7,4 nel 1980 all'11,04 nel 2000.

Anche se è vero che il tè verde è stato la bevanda top in Giappone, un aumento del consumo pro capite di caffè da tre chilogrammi a quattro non sarebbe sicuramente fuori discussione. Nel settore speriamo di stimolare i consumi continuando a mantenere e migliorare la qualità.

Inoltre, attraverso la Japan Coffee Culture Society, facciamo ricerche sulla relazione tra caffè e cultura per espandere ulteriormente il consumo illuminando i consumatori. Impariamo diversi modi per godere del caffè e delle diverse culture attraverso l'interscambio tra l'Oriente e l'Occidente e, allo stesso tempo, gli scambi Nord e Sud ci permettono di avere il caffè verde di alta qualità dai paesi produttori. Ci auguriamo che questi scambi illuminino i consumatori giapponesi sulla diversità della cultura del caffè globale e alla fine portino all'espansione del consumo.

Q & A

Nuove catene di caffetterie basate sull'espresso principalmente dagli Stati Uniti, sono entrate in Giappone negli ultimi anni. Hanno dimostrato di essere popolari, soprattutto con i giovani, e stanno stimolando il mercato. La loro importazione di caffè regolare, tuttavia, rappresenta solo lo 0,8% del mercato totale (nel 2001!). Come dimostra questa cifra, la loro popolarità porta peso in termini assoluti.

E. RICEVIMENTO E CENA

E.01

Discorso fatto da Sua Eccellenza *Agbeyome Messan Kodjo*,
Primo Ministro di Togo nella prima Conferenza Mondiale sul Caffè (Cena)

Londra, 17-19 maggio 2001

Signor Presidente della Conferenza Mondiale sul Caffè,
Direttore esecutivo dell'Organizzazione internazionale del caffè,
Gli organizzatori,
Gli Sponsor,
Signore e signori:

Grazie per avermi dato l'opportunità questa sera di scambiare nuove idee con voi ancora su un argomento che ci riguarda tutti: il caffè, una volta una fonte di prosperità per i nostri paesi e un fattore importante nello sviluppo delle nostre economie. Come coltura in contanti, ha contribuito, insieme ad altre materie prime, al benessere dei nostri contadini e al miglioramento dei loro standard di vita.

Oggi, a seguito di una serie di eventi, il settore del caffè africano è in pericolo e i nostri contadini produttori affrontano una situazione estremamente precaria. La liberalizzazione forzata, la debolezza dei prezzi mondiali, l'abolizione dei fondi di stabilizzazione e i consiglieri responsabili della regolamentazione dei prezzi ai produttori hanno portato all'emersione di un flusso di imprenditori che non prendono cura degli interessi dei nostri contadini e acquistano le colture dai coltivatori a prezzi irrisori. E in molti casi gli stranieri ricchi hanno sostituito i concittadini in queste transazioni con i produttori.

Questi contadini produttori, incapaci di coprire i loro costi di produzione, sono vittime della spudorata speculazione che è una delle ragioni della riduzione della produzione africana del caffè. A mio parere, è urgente che la Banca mondiale e il Fondo monetario internazionale, in collaborazione con i rispettivi governi, esaminino la necessità urgente di istituire un fondo di stabilizzazione dei prezzi gestito da organizzazioni di produttori, acquirenti e governi per garantire gli interessi delle masse rurali contro le ampie fluttuazioni dei prezzi delle materie prime del mondo. L'Africa non sarebbe altresì in grado di sottoscrivere la Dichiarazione di Quebec raccomandando la sospensione del sostegno finanziario della Banca mondiale per la riabilitazione del settore del caffè in cui la quota dell'Africa sul mercato mondiale continua costantemente a diminuire.

Signore e signori,

In considerazione della tragedia che si svolge nel continente africano - punti d'infiammabilità, carestie, AIDS, scarsa scolarizzazione, l'aumento della criminalità - ritengo che i nostri partner della comunità internazionale dovrebbero affrontare le loro responsabilità storiche.

Va ricordato che il continente nero fu la vittima di secoli di schiavitù, colonialismo e scambi ineguali, mentre l'attuale ondata di globalizzazione non ha portato benessere a tutti gli interessati. Questo fenomeno ha accentuato il divario economico e sociale tra Nord e Sud. Il 20% della popolazione residente nel Nord controlla l'80% della ricchezza mondiale e, in Africa, 350-400 milioni di 800 milioni di persone del continente vive al di sotto della soglia della povertà.

Nei paesi del Nord, la spesa annua in cosmetici e prodotti per gli animali di compagnia è apparentemente pari a 25 miliardi di dollari, mentre le aziende farmaceutiche sono ancora riluttanti a fare farmaci generici più ampiamente disponibile per combattere l'AIDS.

I nostri amici i paesi ricchi dovrebbero ricordare i sacrifici dell'Africa nel corso degli anni, in forma volontaria o con imposizioni coercitive violente per lo sviluppo dell'Occidente. Non c'è dubbio che l'Africa abbia terreni fertili, abbondanti risorse minerarie e risorse umane di altissima qualità. Chiediamo i trasferimenti tecnologici per consentire di produrre prodotti finiti e semilavorati per il mercato internazionale, per creare ricchezza nazionale e per ridurre i livelli di disoccupazione tra i nostri giovani che sembrano non avere futuro a causa delle difficoltà di bilancio nei confronti dei nostri Stati. Noi chiediamo la cancellazione incondizionata dei pagamenti di debiti bilaterali e multilaterali poiché questi debiti sono infatti già stati ammortizzati in termini costanti, ma rappresentano ancora un pesante onere per le nostre finanze pubbliche a causa del crescente costo della valuta estera. Vorremmo introdurre dei piani per il cambiamento strutturale con il sostegno finanziario, in quanto senza questo tutti i nostri programmi riescono solo a creare la povertà, che rapina un uomo della sua dignità.

La democrazia e i diritti dell'uomo sono valori universali che garantiscono la libertà dell'uomo e gli consentono di liberare il suo genio creativo per sviluppare il proprio ambiente.

Questi valori non dovrebbero essere usati come armi di ricatto per l'espressione della solidarietà internazionale. Tutti gli esseri umani amano la libertà. Diamo a questi valori una possibilità di prosperare in Africa in tutta la loro diversità, senza cercare di stabilire un obiettivo standardizzato.

Perdonatemi per aver parlato tanto a lungo: siamo obbligati ad un'azione responsabile, alla verità, all'amore e al rispetto per gli altri nella loro diversità.

Spero che queste riflessioni di questo pomeriggio a Londra sul tema del caffè forniscano un impulso per una nuova dinamica di pace, solidarietà e condivisione a beneficio dei contadini, delle donne e dei bambini dell'Africa.

Con questo rispondiamo all'appello delle Nazioni Unite che considerano la povertà come una violazione dei diritti dell'uomo

E. RICEVIMENTO E CENA

E.02

Dichiarazione di sua eccellenza *Marcus Vinicius Pratini de Moraes*, Ministro dell'agricoltura e delle forniture alimentari del Brasile, alla Conferenza Mondiale sul Caffè

Londra, 18 maggio 2001

È un onore e un privilegio per me di parlare a questo distinto pubblico in sostituzione del vice presidente Marco Maciel, che purtroppo non è stato in grado di partecipare alla Conferenza Mondiale sul Caffè a Londra.

Lasciate che le mie prime parole siano di lode e riconoscimento al nostro buon amico Jorge Cardenas, un compagno di lunga data nella buona causa della promozione del consumo di caffè in tutto il mondo, nonché un difensore convinto dei prezzi del caffè sul mercato internazionale.

Jorge Cardenas è stato coinvolto nella promozione del caffè per quasi quarant'anni e ha partecipato a tutti gli sforzi fatti dai produttori per garantire prezzi equi a un prodotto che ha un ruolo significativo nell'economia colombiana. Senza esagerare, possiamo affermare che Jorge Cardenas è il simbolo vivo di questa conferenza, perché non ha risparmiato sforzi per farci riunire tutti qui stasera.

Signore e signori,

Il governo brasiliano e il settore privato - sia produttori che esportatori di caffè - attribuiscono grande importanza a questa conferenza. Speriamo che questo incontro permetterà ai governi e ai rappresentanti del settore privato di analizzare la situazione attuale del mercato internazionale del caffè e di esaminare possibili strategie volte a suscitare speranza di tempi migliori per i paesi produttori e, allo stesso tempo, a garantire la stabilità nei mercati per i paesi consumatori. Il caffè ha svolto un ruolo cruciale nella storia del Brasile. A metà del diciannovesimo secolo, la nostra economia si basava principalmente sulla produzione di zucchero nelle zone costiere e sull'estrazione dell'oro. Le piantagioni di caffè diffuse nell'entroterra hanno portato alla prima espansione orientata all'occidente della nostra frontiera agricola.

La rapida crescita della produzione di caffè e delle esportazioni verso la fine dell'Ottocento e nel primo trimestre del XX secolo ha coinciso con importanti cambiamenti politici ed economici del Brasile: il consolidamento del regime repubblicano e l'inizio del processo di industrializzazione. Tutti i principali studiosi e storici brasiliani coincidono nelle loro analisi che i redditi generati dalle esportazioni di caffè crescenti erano la fonte del primo processo di industrializzazione in Brasile. Ha anche favorito gli investimenti diretti esteri in infrastrutture, con la costruzione di ferrovie, porti e centrali elettriche.

Con alti e bassi, il caffè rimase fino ai primi anni settanta in Brasile, come la nostra principale esportazione agricola. Sono passati però i giorni in cui le nostre esportazioni di caffè rappresentavano il 50% delle nostre esportazioni totali. L'intensificazione del processo di industrializzazione ha naturalmente portato ad una significativa diversificazione delle nostre vendite all'estero, riducendo così l'importanza relativa delle vendite di caffè nel nostro commercio internazionale. La caratteristica positiva rappresentata dalle nuove esportazioni di valore aggiunto, tuttavia, è stata mitigata dal destino tragico della maggior parte delle merci esportate dai paesi in via di sviluppo: riduzione significativa dei prezzi e delle condizioni commerciali. Oggi le esportazioni di caffè in Brasile rappresentano meno del 5% del valore delle nostre esportazioni totali.

Nonostante la minore partecipazione del caffè nelle nostre esportazioni totali, la produzione di caffè continua a svolgere un ruolo cruciale nell'economia brasiliana, in cui una forza lavoro di 3 milioni di persone dipende direttamente da questa commodity. Pertanto, il settore del caffè ha una dimensione sociale che trascende la sua attuale performance di esportazione in Brasile.

Signore e signori,

L'importanza di questo settore ha portato il Brasile ad aderire a tutte le iniziative volte a migliorare la promozione del caffè nel mercato internazionale. Nei primi anni Sessanta, il Brasile è stato un fattore chiave all'avvio dell'Organizzazione Internazionale del Caffè. Abbiamo anche partecipato attivamente ai negoziati che hanno portato all'adozione del programma integrato di merce di Unctad (Conferenza delle Nazioni Unite sul commercio e dello sviluppo UNCTD (**UNCTD's United Nations Conference on Trade and Development**), nonché nella negoziazione dell'accordo sull'agricoltura all'Uruguay. Il Brasile è stato anche un elemento chiave nella riformulazione dell'accordo internazionale sul caffè e nella creazione dell'Associazione dei paesi produttori di caffè. In tutti questi sforzi, il nostro obiettivo comune è stato quello di esplorare, alla luce delle circostanze politiche ed economiche prevalenti, tutte le opportunità per aumentare le esportazioni e promuovere prodotti di alta qualità.

Abbiamo anche affrontato la questione dello sviluppo di politiche settoriali volte a promuovere il consumo interno. Il consumo interno del caffè in Brasile è aumentato sensibilmente negli ultimi anni e lasciatemi sottolineare che ciò è stato raggiunto senza alcun tipo di sovvenzione o sussidi ai produttori. Ora abbiamo raggiunto il livello di 13 milioni di sacchi effettivamente consumati nel paese, che ci dà un certo comfort nei tempi difficili che stiamo attraversando nel mercato del caffè esterno.

Cari

amici,

Lo scenario attuale nel mercato del caffè è una fonte di grande preoccupazione per tutti noi. Non solo ci troviamo di fronte a un forte squilibrio tra un'offerta internazionale più estesa del prodotto e una crescita molto insoddisfacente in termini di domanda, ma ci troviamo anche di fronte alla prospettiva che questa drammatica situazione possa indugiare più a lungo di quello che le nostre economie possono sopportare, con il risultato di un enorme costo sociale per tutti i produttori. Le analisi del mercato del caffè prevedono una tendenza al mantenimento di una crescita più elevata dell'offerta che dalla domanda. Oltre a questo, gli alti stock nei paesi consumatori importatori tendono a drammatizzare lo scenario triste di indefiniti bassi redditi all'esportazione per i produttori.

Il Brasile è fermamente determinato a impedire che tale scenario avvenga. Il nostro impegno per il sistema di ritenzione del caffè, adottato dall'associazione dei paesi produttori di caffè, è una solida risposta al continuo deterioramento dei prezzi. Ci aspettiamo un impegno altrettanto fermo da tutti gli altri produttori di caffè, al fine di evitare l'effetto negativo a lungo termine dell'espansione incontrollata dell'offerta di caffè.

In una prospettiva a lungo termine, dobbiamo prevedere modi e mezzi per sviluppare una strategia coerente volta a garantire, sia ai produttori che agli esportatori, il beneficio di prezzi equi. Sappiamo tutti che i bassi livelli di prezzi del caffè all'esportazione non hanno portato a una riduzione dei prezzi, in un supermercato o in un negozio di caffè, al consumatore medio. Pertanto, l'unico presupposto possibile è che, se i produttori non vengono premiati con un prezzo equo, gli intermediari o gli operatori all'ingrosso stanno aumentando i loro profitti.

I paesi produttori devono affrontare la sfida di esplorare tutte le possibilità offerte dal mercato per risolvere la crisi attuale. Dobbiamo impegnarci non solo a promuovere un aumento del nostro consumo interno, ma anche a sviluppare campagne di marketing volte ad aumentare il consumo da parte dei mercati tradizionali e ad esercitare la creatività al fine di promuovere il consumo di caffè nei mercati non tradizionali.

Signore e signori,

Speriamo che questa conferenza internazionale del caffè porti discussioni aperte e franche su nuove idee e proposte per affrontare la crisi attuale.

Speriamo anche che i governi e i settori privati dei paesi importatori capiranno il nostro impegno per ottenere prezzi gratificanti ai produttori in un contesto in cui i prezzi all'esportazione internazionali hanno raggiunto un basso livello insopportabile.

Ci aspettiamo che la percezione dei costi sociali di una tale situazione per i paesi produttori condurrà gli importatori ad unirsi ai produttori negli sforzi comuni per espandere il consumo interno e per aprire mercati non tradizionali per il caffè.

Cari amici,

All'inizio ho citato l'importanza della produzione di caffè nel promuovere il primo ciclo di industrializzazione e modernizzazione del mio paese. Sono sicuro che l'esperienza del Brasile in questo contesto non sia unica. Per molti altri produttori il caffè è ancora un'importante fonte di reddito e di posti di lavoro per milioni di persone. Pertanto, abbiamo tutti la responsabilità comune di trovare soluzioni alla attuale crisi per evitare l'aumentare delle tensioni economiche e degli sconvolgimenti sociali nei paesi produttori di caffè.

In qualità di ministro dell'agricoltura e dell'alimentazione alimentare del più grande produttore di caffè, desidero sottolineare stasera che il Brasile non rinuncerà ai suoi obblighi nei confronti dei suoi produttori. Siamo pronti a partecipare a tutti gli sforzi congiunti volti a promuovere prezzi gratificanti per questa merce e a promuovere gli aumenti del consumo su base mondiale.

Signore e signori,

Ancora una volta, vorrei ringraziare il mio buon amico Jorge Cardenas e gli organizzatori di questa conferenza per l'invito gentile di essere qui stasera. Nel futuro lavoro davanti a noi, siamo tutti ispirati alla dedizione e alla perseveranza con cui Jorge Cardenas ha sempre affrontato le questioni del caffè.

Permettetemi di sollevare il mio bicchiere in un brindisi al nostro caro amico Cardenas e di esprimere la ferma convinzione che supereremo questi tempi duri per il mercato internazionale del caffè.

Grazie

F. SEDUTA IV

F.01

Discorso per la Conferenza Mondiale sul Caffè

Robert H. Bates, Università di Harvard

Il commercio di caffè favorisce le economie di aziende agricole e fabbriche, trasformatori e distributori, impiegati in ufficio e rivenditori al dettaglio in tutto il mondo. Non c'è niente di insolito o inaspettato; lo stesso vale per molte industrie, o almeno quelle costruite intorno alla produzione primaria. Come è vero anche per altre industrie, il commercio di caffè è intensamente politico, se solo perché i suoi ricavi forniscono redditi per il governo. Meno evidente del significato economico e politico dell'industria è il suo impatto sull'istruzione. Le tradizioni intellettuali sono nate dallo studio del caffè; alcune sono stati rovesciati dallo stesso. L'industria ha formato dei campi di apprendimento.

In questo discorso, esaminerò l'influenza del mondo del caffè nell'istruzione all'interno delle scienze sociali. L'argomento è ampio e degno di un pensiero e di un'indagine più profonda di quanto sia stato in grado di dare. Mi auguro che queste osservazioni spingeranno ad un ulteriore lavoro, forse anche dai membri di questo pubblico. In quanto una delle cose che ho trovato deliziose, sconcertanti e impressionanti di questa industria è il grado in cui ha attirato l'input di studiosi che applicano le loro capacità non solo al suo studio, ma anche alla sua gestione.

Storie locali

Una delle principali "scuole" di istruzione che circonda l'industria del caffè è anche una delle più difficili da sintetizzare. Mi riferisco al ricco compendio delle storie locali che sono state compilate sul settore. Alcuni esplorano l'ascesa delle nazioni, che sono entrate nell'economia mondiale esportando il caffè (ad esempio Paige 1997). Altri festeggiano la crescita delle regioni; i numerosi studi su São Paulo (es. Taunay 1943) o della Colombia centrale (ad esempio Safford 1976) forniscono esempi. Altri ancora documentano la storia di una particolare piantagione, villaggio o società cooperativa; gli esempi potrebbero includere il lavoro di Jimenez sulla Colombia orientale (Jimenez 1989); vedi anche (Deas 1977); Lo studio di Bunker di Bugisu dell'Uganda orientale (Bunker 1987); o la ricerca di Hyden nelle società cooperative della Tanzania (come riassunto in (Hyden 1980)). Molti chi che contribuiscono a tali storie locali sono dilettanti; Un numero sorprendente di questi contributi tuttavia raggiungono una profonda comprensione del mondo del caffè che ispira la gratitudine e il rispetto.

Tali storie locali sono spesso personali, intime e celebrative, sia di una famiglia, di un personaggio, o di una società. Nella loro innocenza, spesso rimangono impreparati, e quindi danno molto al lettore discernente che desidera imparare. Documentano l'adozione e la diffusione delle varietà di caffè; la creazione di aziende agricole e strutture di trasformazione; E la forgiatura delle catene di commercio che portano il caffè dall'interno e forniscono ai produttori prodotti e beni di consumo. Esse registrano la crescita dei mercati dei capitali: il credito stagionale, per sostenere l'agricoltore attraverso il ciclo di produzione annuale; credito a lungo termine con il quale l'agricoltore stabilisce, estende o migliora la propria azienda; e, in alcuni casi, la

creazione di mercati di capitali sostenuti dalle risorse del settore - mercati in grado di alimentare il movimento da un'economia agricola a uno basato sulla produzione e sull'industria. Con ritratti di famiglie decorati nella loro domenica migliore; immagini di gentiluomini disposti intorno ad un tavolo da ufficio; o fotografie di un nuovo edificio - un bodega, una società cooperativa o una banca - in una città provinciale, queste storie ci informano profondamente sulla natura della trasformazione prodotta dalla diffusione del commercio del caffè.

Nell'economia politica

Da queste storie locali sono cresciute altre forme di insegnamento. Uno è teoria di base, conosciuta nella sua attuale presentazione come lo studio della catena dei prodotti (Gerreffi e Korzeniewicz 1994)). Come il lavoro di pioniere di Innis (Innis 1930), questa letteratura traccia l'impatto delle "funzioni produttive" sulla strutturazione dei rapporti economici e sociali in campagna. Alcune materie prime, sottolinea, sono prodotte con più profitto dalle grandi unità; che richiedono grandi investimenti iniziali, la loro produzione è più frequentemente avviata da coloro che hanno accesso al capitale. Altri possono essere prodotti su aziende di famiglie: nella produzione di queste merci non esistono economie di scala e poche barriere all'entrata. La produzione dello zucchero o l'estrazione e la raffinazione di metalli forniscono esempi del primo; La produzione di caffè illustra quest'ultimo

Il primo tipo di industria, sostengono gli studiosi, genera una distribuzione fortemente asimmetrica del reddito; Porta ad una forte divisione tra coloro che forniscono capitale e lavoro; e provoca conflitti di classe. Il secondo tipo di industria porta alla creazione di una società contadina; al silenziamento di conflitti di classe (anche se non settoriali); e alla politica del populismo piuttosto che dell'azione di classe. Data la strutturazione iniziale creata dalla produzione di merci per il mercato mondiale, si sostiene che le successive storie di tali società differiscono. emergono diverse strutture industriali che rispondono ai diversi modelli di domanda: in primo luogo, uno dominato dalle preferenze dei pochi ricchi e nel secondo, dominato dalle esigenze dei consumatori delle famiglie contadine (Baldwin 1956). Esse si differenziano anche nelle loro traiettorie politiche, in quanto le forze democratiche si prevalgono nella società egualitaria dei piccoli agricoltori, mentre il conflitto tra capitale e lavoro porta al trionfo delle forze reazionarie nelle società dominate dallo zucchero o dall'estrazione mineraria (Becker 1983 , Shafer 1994). Lo studio dell'impatto della produzione di materie prime diventa quindi una forma di economia politica che cerca di tenere conto delle differenze nella struttura di classe, nell'organizzazione economica e nelle tendenze politiche nel mondo in via di sviluppo.

Pur ricca di implicazioni per temi sociali più ampi, questa letteratura tende ad essere intensamente microforme; Si concentra sulla natura delle funzioni di produzione a livello aziendale. Un'alternativa importante è emersa anche da queste storie locali, ed è stata molto meno micro nel suo orientamento. Mi riferisco alla teoria della dipendenza.

La letteratura della dipendenza costituisce una delle forme più importanti dell'economia politica emersa dallo studio dello sviluppo. Fondata sulla moltitudine di storie locali nelle aree in via di sviluppo, ha sostenuto che mentre i profitti sono stati generati dalla produzione di materie prime, le società stesse non sono in grado di svilupparsi. Cercando di tenere conto del risultato della disuguaglianza globale, gli studenti della dipendenza hanno tentato di isolare i fattori fondamentali che rappresentano il fallimento dei paesi in via di sviluppo per raggiungere coloro nel mondo sviluppato.

Ai fini attuali, è significativo che i teorici della dipendenza si concentrarono in particolare dell'economia politica delle regioni produttrici di caffè. Mentre una a scuola della dipendenza delle radici approfondite e piene di saggezza avrebbe tracciato le sue origini agli scritti di Lenin e Hobson (1), si dovrà anche concentrarsi sulle controversie scatenate dal grande aumento dei prezzi post bellici e dagli sforzi delle nazioni latinoamericane per gestire il boom di caffè a fronte di reazioni da parte dei consumatori negli Stati Uniti.(2) In particolare, i teorici della dipendenza si sono concentrati sul Brasile, il più grande produttore di caffè e quello che ha più sfidato gli Stati Uniti (vedi (Furtado 1963; Cardoso e Falleto 1979)). Mentre si concentrano sui conflitti internazionali che circondano la produzione di prodotti primari, hanno anche prestato molta attenzione alla lotta politica interna tra quello che hanno caratterizzato come "l'élite feudale" del settore agricolo e il nascente impulso capitalistico depositato nell'industria locale.

(1) A task already ably performed by Palma Palma, G. (1978). "Dependency: A Formal Theory of Underdevelopment or a Methodology for the Analysis of Concrete Situations of Underdevelopment." World Development 6: 886-924.

(2) I deal briefly with this conflict in Chapter 4 of *Open Economy Politics*.

L'opera dei teorici della dipendenza ha profondamente modellato i modelli di intervento politico divenuti caratteristici non solo del Brasile, ma anche di altre nazioni in via di sviluppo. In linea con l'analisi simile a Prebisch della struttura del commercio tra il mondo in via di sviluppo e quello sviluppato, hanno sostenuto forme d'intervento che spostano i termini commerciali tra i prodotti industriali e quelli primari, compreso il caffè. In linea con le teorie dello sviluppo capitalista, hanno anche sostenuto l'estrazione politica dei profitti del settore del caffè e il loro investimento nel settore urbano e industriale. Mentre si identificava profondamente con le fortune delle regioni produttrici di caffè, i teorici della dipendenza non si identificarono con le fortune dell'industria del caffè. Lo scopo della loro conoscenza potrebbe essere stato la regione, ma l'obiettivo della loro scuola era quello di promuovere lo sviluppo industriale.

Dal punto di vista dell'industria internazionale del caffè, l'importanza dei teorici della dipendenza è stata quella di fornire una giustificazione per la gestione politica dell'industria, a livello nazionale e globale. Le dottrine legittimano l'ascendenza di tali unità come *l'Instituto do Café* in Brasile e i suoi sforzi per la gestione del commercio internazionale.

Nella scienza politica

Gli eventi nel settore del caffè non solo hanno portato alla creazione di nuovi modi di pensare. Hanno anche contribuito a rovesciare le teorie esistenti. Forse più notevole, è stato l'impatto della ricerca sui mercati del caffè sullo studio delle relazioni internazionali, uno dei campi fondamentali che compongono la scienza politica moderna (3). Per la maggior parte degli studiosi, lo studio delle relazioni internazionali si basa su due premesse. Una è che a livello globale non esiste un governo internazionale; a differenza della politica nazionale, la politica internazionale è quindi considerata anarchica e mancante di una struttura istituzionale. La seconda è che le unità che operano a livello internazionale sono stati nazionali; questi sono considerati come attori unitari, ognuno scegliendo in modi che migliorino i propri interessi nazionali. Ciò che è intrigante per l'industria del caffè è che dimostra che entrambi le premesse sono difettosi e che questo campo di studi si basa quindi su basi deboli.

(3) The others being comparative politics, political theory, and the study of politics in the United States.

Come ben noto, dagli inizi degli anni 1960 fino alla fine degli anni 1980, l'Organizzazione internazionale del caffè (OIC), con la sua legislatura bicamerale, impose "clausole economiche" che limitarono la quantità e così stabilizzarono i prezzi nel mercato del caffè globale. Per molti dei suoi membri, le esportazioni di caffè rappresentavano una delle principali fonti di guadagni all'esportazione; e il potere dell'OIC di governare il mercato del caffè ha profondamente influenzato il loro benessere economico. Gli studi condotti da specialisti di merci (ad esempio Akiyama e Varangis 1988) e gli studiosi (ad esempio, Jaramillo 1989) hanno dimostrato l'impatto economico dell'OIC. Pur differenziandosi profondamente nella loro valutazione del suo impatto sul benessere, essi concordano sul fatto che l'ICO abbia limitato le forniture in mercati di moneta dura e quindi stabilizzato il prezzo del caffè all'interno di tale zona. Data la sua capacità di influenzare i prezzi, l'OIC si rivelò capace di regolare i mercati internazionali. Data la sua capacità di limitare le esportazioni, l'OIC si dimostrò in grado di alterare il comportamento degli stati. L'OIC può dunque essere considerato come una istituzione politica che governò i mercati a livello globale. E dunque costituisce una evidenza che sfida una delle premesse fondamentali nel campo delle relazioni internazionali.

Ho studiato la struttura e le operazioni di questo governo internazionale (Bates 1997, Bates 1999) ho esplorato l'assegnazione del potere all'interno dell'OIC; le regole che hanno disciplinato il processo decisionale; e l'impatto della sua struttura e delle sue norme sull'assegnazione dei diritti all'esportazione. Nel trattare questi temi, ho anche esplorato le origini dell'organizzazione e il suo impatto sugli Stati membri. Facendo così, ho scoperto motivi per sfidare la seconda premessa importante della teoria dei rapporti internazionali: che nell'arena globale gli stati sono attori unitari.

Le origini del mio scetticismo sono nel comportamento delle nazioni consumatrici e soprattutto degli Stati Uniti. Nella misura in cui gli obiettivi dell'OIC erano economici, l'organizzazione ha certamente violato gli interessi nazionali delle nazioni consumatrici; ha spesso agito per stabilizzare - cioè per evitare di cadere - il prezzo internazionale del caffè. Eppure gli Stati Uniti hanno impiegato la loro burocrazia per azioni di polizia e limitato le importazioni di caffè, contribuendo così a far rispettare le quote fissate dall'OIC e per aumentare il prezzo del caffè.

Nel cercare di spiegare questo comportamento, si è tentato a continuare ad aderire alla premessa dell'"attore unitario" e a sostenere che gli Stati posseggano interessi complessi, composti non solo di preoccupazioni economiche ma anche di sicurezza. Ma uno studio approfondito del record rivela come le preoccupazioni della sicurezza sono state prese con leggerezza in particolare da parte dei membri del Congresso degli Stati Uniti, i cui voti erano necessari per ratificare l'adesione all'ICO e l'applicazione delle sue disposizioni. Una seconda e in definitiva più convincente risposta è quella di abbandonare la premessa originale. Piuttosto che vedere gli Stati come attori unitari che perseguono "interessi nazionali" collettivi, risulta meglio invece di rappresentare la politica estera degli Stati Uniti in termini di preferenze di elite subnazionali che hanno mobilitato il potere della burocrazia statale in modo da assicurare i loro obiettivi nell'arena globale. Nel caso dell'OIC, queste elite includevano, da un lato, i burocrati, in particolare quelli del Dipartimento di Stato, e le élite economiche dall'altra - e soprattutto le grandi aziende di torrefazione di caffè. I due hanno forgiato un'alleanza e hanno mobilitato la potenza degli Stati Uniti in modi che hanno permesso loro di migliorare i loro interessi, anche a spese del consumatore americano. La lezione appresa dallo studio del caffè è che le relazioni internazionali non assumono la forma di Stati che agiscono in modi che massimizzano gli interessi nazionali; Prende la forma dell'uso del potere nazionale da parte di elite subnazionali, che cercano di raggiungere obiettivi all'estero.

Gli studi sull'industria del caffè internazionale hanno portato quindi a un cambiamento nel modo in cui gli studiosi concepiscono lo studio della politica internazionale. L'importanza di analizzare la politica internazionale a livello subnazionale diventa ancora più chiara quando ci rivolgiamo la nostra attenzione alle nazioni produttrici.

Molti vedono l'OIC come risultato dei tentativi del Brasile e di altri grandi produttori di spostare le condizioni di scambio a favore dei prodotti primari; l'interesse nazionale per lo sviluppo, si afferma, rappresenta questa scelta di politica. Eppure, quando viene studiata la politica brasiliana, troviamo numerosi casi in cui il Brasile, il più grande esportatore di caffè, non ha implementato una politica che avrebbe limitato le esportazioni e aumentato i prezzi nei mercati internazionali. Inoltre, quando il Brasile riuscì a promuovere una tale politica, troviamo altre nazioni, in particolare in Africa e in America Centrale, che sembrano non essere in grado di farlo. Pur accettando i limiti delle esportazioni, mancavano le finanze, i magazzini e le strutture amministrative necessarie per governare le loro industrie del caffè e limitare le esportazioni sui mercati globali. Un grosso ostacolo nella creazione dell'ICO è quindi l'apparente incapacità delle nazioni produttrici di agire a sostegno dei propri interessi nei mercati globali.

Una delle principali cause della debolezza delle nazioni produttrici era che i conflitti a livello nazionale dovevano essere risolti prima che le azioni potessero essere intraprese a livello internazionale. C'erano

numerosi modi per assicurare le limitazioni delle esportazioni. Ma ciascuno implicava una diversa ripartizione dei costi e dei benefici, e le lotte su chi avrebbe dovuto ricavare i premi e chi dovesse sopportare i costi, ritardò l'adozione di politiche per esportare. Un modo per raggiungere l'obiettivo dell'ICO era quello di tassare le esportazioni, come spesso è avvenuto in Africa; Questa misura trasferiva risorse dai produttori allo Stato. Una seconda misura era quella di acquistare e immagazzinare il caffè, come avviene durante la prima repubblica in Brasile; questo modo di limitare le esportazioni trasferiva risorse dallo Stato agli agricoltori. In alternativa, come è stato provato in Kenia, lo Stato potrebbe emettere licenze che autorizzavano la produzione; questa politica pure limitava l'esportazione, ma a costo di conflitto all'interno delle aree rurali, in quanto gli esportatori stabiliti hanno limitato l'ingresso da parte di nuovi produttori. Il risultato "rivalità verde" si trovava in contrasto con quello generato dalla sovravalutazione della valuta locale. Tale politica ha indebolito gli incentivi all'esportazione e ha quindi indotto l'adesione ai limiti delle esportazioni. Mentre i produttori rurali di caffè potrebbero subire il minor valore dei loro guadagni in dollari, i consumatori delle importazioni - molti concentrati nel settore urbano - stavano a trarre beneficio. Nel cercare modi per attuare politiche internazionali che avrebbero portato avanti "gli interessi dei produttori", allora le nazioni produttrici dovevano prima risolvere i conflitti interni. Prima di ricavare i vantaggi delle loro politiche estere, dovevano determinare quali gruppi nazionali sopporterebbero i costi. La risoluzione di importanti conflitti distributivi era un preludio necessario per l'azione internazionale.

Lo studio delle nazioni dei consumatori ha suggerito la necessità di riformulare l'approccio dominante alle relazioni internazionali. Ha suggerito che, piuttosto che derivanti dalla massimizzazione degli interessi collettivi, gli accordi a livello internazionale sono meglio considerati come derivanti dagli sforzi delle élite nazionali per usare il potere degli stati per promuovere i loro interessi a livello globale. L'esperienza delle nazioni produttrici impone un impulso a questa riformulazione. La riduzione delle esportazioni di caffè, e quindi la garanzia di maggiori profitti nei mercati mondiali, potrebbe essere raggiunta in diversi modi, con profonde implicazioni distributive. L'analisi della lotta tra gli interessi subnazionali è quindi una componente essenziale della spiegazione del comportamento internazionale degli Stati.

Economia moderna

In conclusione, voglio sottolineare l'impatto dello studio dell'industria del caffè su un ultimo ramo della conoscenza: quello dell'economia moderna, e in particolare del *nuovo istituzionalismo all'interno di essa*.

Dal tempo di Adam Smith, l'economia si è concentrata sullo studio dei mercati. Da una parte, ha esaminato le determinanti della domanda; dall'altra, ha esplorato il comportamento dei fornitori. E ha poi esplorato la formazione dei prezzi e la condotta dei mercati, in quanto riconciliarono le preferenze dei consumatori con le prestazioni di coloro che producono beni e servizi.

Alla metà degli anni '80, le proprietà fondamentali del modello di mercato erano state stabilite. Gli economisti hanno poi rivolto la loro attenzione a fonti di fallimento del mercato. Mentre studiarono l'impatto dei costi di informazione, dei diritti di proprietà definiti male e di altre fonti di fallimento del mercato, gli economisti si concentrarono sempre più sulle istituzioni. Lo studio dei costi di informazione ha portato allo studio dei contratti, ad esempio, mentre lo studio delle esternalità ha portato allo studio dei sistemi giuridici. Le istituzioni occuparono quindi una posizione già occupata dai mercati al centro delle preoccupazioni della professione economica.

Lo studio del caffè ha svolto un ruolo significativo nello sviluppo di questo nuovo movimento intellettuale. Tradizionalmente, le agenzie governative che intervenivano nei mercati agricoli sono state trattate duramente dagli economisti. Per Ricardo, erano le leggi del maiz che hanno guadagnato il suo profondo disprezzo; Per Smith, è stato lo sfruttamento del paese da parte della città, poiché le corporazioni urbane hanno cercato di spostare le condizioni commerciali, usando il loro controllo sui mercati urbani per estrarre grani a basso costo dal paese e imporre limiti alla concorrenza e quindi elevati prezzi per beni di consumo fabbricati in città. Nel periodo contemporaneo, gli economisti che studiano il mondo in via di sviluppo hanno concentrato le proprie critiche su i consigli di marketing.⁽⁴⁾ Separando il mercato nazionale dal prezzo internazionale, queste agenzie, sostengono gli economisti, alterano il modello dei prezzi nei mercati in modo da indebolire gli incentivi tra gli agricoltori e distorcere l'assegnazione di risorse nell'economia domestica.

(4) See for example the famous "Berg Report," Bank, W. (1981). Accelerated Development for Africa: An Agenda for Action. Washington DC, The World Bank.

Eppure, all'atto dell'ispezione, è diventato chiaro che le agenzie, come i consigli di marketing, possono infatti migliorare il benessere. Lavorando con un occhio sulla letteratura sul nuovo istituzionalismo e un altro sui fatti forniti dalle operazioni di agenzie di esportazione di caffè, gli studiosi hanno trovato ragione di togliere voce alle critiche montate dai loro colleghi orientati al mercato.

A seguito di una stretta ispezione del commercio di caffè, risulta chiaro che vi è un ampio motivo per introdurre le istituzioni nella vita economica. La produzione di caffè produce esternalità prive di prezzo, la cui correzione può richiedere l'applicazione dei diritti di proprietà. Degli esempi comprenderebbero la produzione di effluenti e l'inquinamento dei corsi d'acqua da parte di fabbriche a monte. Il marketing del caffè è caratterizzato da asimmetrie di informazione, in quanto gli attributi di consumo del caffè sono costosi da discernere prima dell'elaborazione. Per evitare una conseguente perdita di valore, i produttori possono quindi chiedere l'uso di potere statale per difendere l'integrità dei marchi, affinché sia razionale per loro di spendere sforzi costosi nello sviluppo di alta qualità. La produzione di caffè richiede la prestazione di beni pubblici. Il progresso tecnico può essere appropriato a costi quasi zero, e quindi le spese per la ricerca sulla protezione delle colture e sulle nuove varietà sono spesso finanziate al meglio dalle imposte. Poiché il potere fiscale appartiene allo Stato, queste considerazioni forniscono anche un rationale per la regolamentazione dell'industria.

Questi e altri fatti della vita sono chiari a molti che lavorano nel settore. E quando li assimilano, gli economisti hanno dovuto moderare la loro valutazione critica del ruolo dei comitati di marketing e di vederli come innovazioni istituzionali che hanno permesso all'industria di migliorare la propria performance nei settori della vita economica in cui i mercati sono inclini a fallire. Lo studio delle commissioni di marketing nell'industria del caffè si è quindi unito allo studio di altre istituzioni agricole in uno slancio prestatato allo sviluppo del nuovo istituzionalismo (Stiglitz 1986, Bardhan 1989, Harriss, Hunter et al 1995), vedi anche North (North 1981).

Mentre contribuisce a promuovere lo sviluppo di questo nuovo approccio, va notato, lo studio dell'industria del caffè ha anche contribuito a modificare la sua traiettoria. Un modo di vedere il nuovo istituzionalismo è costatare come affrontare le circostanze in cui la coercizione può essere introdotta con profitto nella vita economica. Un altro è considerarlo come una seconda generazione di economia del benessere, che si concentra sulle condizioni in cui gli stati possono sostituire i mercati. Visti in questo modo, un problema importante diventa chiaro. Infatti, come affermato da Barry Weingast (Weingast 1995), un'agenzia che è abbastanza potente per creare diritti di proprietà possiede anche il potere di distruggerli. Per completare l'ordine del giorno, quindi, il nuovo istituzionalismo ha bisogno di una teoria dello Stato. Deve essere in grado di spiegare perché chi possiede il potere lo impiega in modi che salvaguardino la redditività dell'industria, anziché appropriarsene.

Ricordiamo la discussione sulla varietà dei modi in cui gli Stati produttori si adeguano alle limitazioni imposte dall'OIC. Alcuni hanno beneficiato gli agricoltori; Altri, lo Stato o l'industria urbana. Ricordiamo anche le critiche delle commissioni di marketing da parte degli economisti orientati al mercato. Naturalmente, tutte queste critiche non sono state sbagliate e ogni studente dell'industria del caffè può puntare il dito a tavole che servivano più come strumenti di predazione rispetto a quello che hanno fatto per migliorare le prestazioni dell'industria del caffè.

La lezione per i nuovi istituzionalisti, quindi, è che devono estendere la propria visione. Indicare i vantaggi dell'uso del potere nella vita economica non è quello di spiegare perché le istituzioni migliorino la performance dei mercati e aumentano il benessere economico delle industrie. Per tenere conto dell'impatto favorevole delle istituzioni sul benessere dell'industria, l'analista deve spiegare anche perché il potere sia stato dispiegato in considerazione per gli interessi dell'industria, piuttosto che per gli interessi di altri che potrebbero desiderare i propri beni.

Quindi, per i nuovi istituzionalisti, l'esperienza del settore del caffè ha fornito l'ispirazione di andare oltre le prescrizioni di libero mercato di una generazione di economisti precedenti ((Bauer 1945; Lal 1984)) e di cogliere la razionalità economica per l'uso del potere nella vita economica. Inoltre annuncia l'importanza di intraprendere il passo successivo: di unirsi ad altri economisti nel passare allo studio dell'economia politica.

Conclusione

Questo articolo ha esplorato l'impatto scientifico della ricerca sul caffè. Facendo questo sono consapevole che ha solo graffiato la superficie. La vita intellettuale di molti paesi in via di sviluppo è stata formata da studenti del settore - persone che hanno svolto un ruolo importante nella scrittura della storia economica dei loro paesi, nell'analisi del loro sviluppo economico e nell'influenzare le politiche governative. Come affermato in questo saggio, l'industria del caffè ha alimentato non solo consumatori, produttori e capitani dell'industria, ma anche studiosi e la conoscenza..

Referenze

- Akiyama, T. and P. Varangis (1988). *The Impact of the International Coffee Agreement's Export Quota System on the World Coffee Market. Paper Presented at the Twenty-fifth International Conference of the Applied Econometric's Association in International Commodity Market Markets.* Washington D.C.
- Baldwin, R. E. (1956). "Patterns of Development in Newly Settled Regions." *Manchester School of Economics and Social Studies* 24(May): 161-79.
- Bank, W. (1981). *Accelerated Development for Africa: An Agenda for Action.* Washington DC, The World Bank.
- Bardhan, P., Ed. (1989). *The Economic Theory of Agrarian Institutions.* Oxford, Clarendon.
- Bates, R. (1997). *Open Economy Politics.* Princeton, Princeton University Press.
- Bates, R. (1999). *Politica Internacional y Economia Abierta.* Bogota, Tercer Mundo Editores & FEDESARROLLO.
- Bauer, P. T. (1945). *West African Trade.* Cambridge, Cambridge University Press.
- Becker, D. (1983). *The New Bourgeoisie and the Limits of Dependency.* Princeton, Princeton University Press.
- Bunker, S. (1987). *Peasants Against the State.* Urbana IL, University of Illinois Press.
- Cardoso, F. H. and E. Falleto (1979). *Dependency and Development in Latin America.* Berkeley and Los Angeles, University of California Press.
- Deas, M. (1977). *A Colombian Coffee Estate: Santa Barbara, Cundinamarca, 1870-1912.*
- K. Duncan and I. Rutledge. Cambridge, Cambridge University Press.
- Furtado, C. (1963). *The Economic Growth of Brazil.* Berkeley and Los Angeles, University of California Press.
- Gerrefi, G. and M. Korzeniewicz (1994). *Commodity Chains and Global Capitalism.* Westport Conn., Greenwood Press.
- Harriss, J., J. Hunter, et al., Eds. (1995). *The New Institutional Economics and Third World Development.* London and New York, Routledge.
- Hyden, G. (1980). *Beyon Ujamaa: Underdevelopment and an Uncaptured Peasantry.* Berkeley and Los Angeles, University of California Press.
- Innis, H. (1930). *The Fur Trade in Canada.* Toronto, University of Toronto Press.

- Jaramillo, F. (1989). *Supply Response and Optimal Pricing for a Perennial Crop: The Case of Colombia's Coffee*. Food Research Institute, Stanford CA, Stanford University.
- Jimenez, M. F. (1989). "Travelling Far in Grandfather's Car: The Life Cycle of the Central Colombian Coffee Estates." *Hispanic American Historical Review* 69(2): 185- 219.
- Lal, D. (1984). *The Poverty of Development Economics*. London, The Institute of Economic Affairs.
- North, D. (1981). *Structure and Change in Economic History*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Paige, J. (1997). *Coffee and Power*. Cambridge MA, Harvard University Press.
- Palma, G. (1978). "Dependency: A Formal Theory of Underdevelopment or a Methodology for the Analysis of Concrete Situations of Underdevelopment." *World Development* 6: 886-924.
- Safford, F. (1976). *The Idea of the Practical*. Austin, University of Texas Press.
- Shafer, D. M. (1994). *Winners and Losers: How Sectors Shape the Developmental Prospects of States*. Ithaca and London, Cornell University Press.
- Stiglitz, J. E. (1986). "The New Development Economics." *World Development* 14(2): 257-65.
- Taunay, A. d. E. (1943). *Historia do Cafe No Bazil*. Rio de Janeiro, Departamento Nacional do Cafe.
- Weingast, B. (1995). "The Economic Role of Political Institutions." *The Journal of Law, Economics, and Organization* 7(1): 1-31.

F. SEDUTA IV

F.02

Azione collettiva e il mercato nello sviluppo colombiano

Rosmarino Thorp (1)

Compendio

Questo documento considera il ruolo e il *modus operandi* della Federazione Nazionale del Caffè di Colombia (National Coffee Federation of Colombia). Molto rispettato e molto criticato nel tempo, oggi il suo ruolo viene contestato come inadatto al nuovo impegno per un'economia di mercato libera. Il documento valuta il ruolo storico della Federazione e trova la sua razionalità nei problemi d'azione collettiva con un ruolo importante per la continuità storica e per una cultura in evoluzione. Il ruolo attuale della Federazione è anche discusso, nel nuovo paradigma del mercato, e si conclude che sarebbe stato difficile ignorare il valore aggiunto dalle particolari caratteristiche storiche accumulate nel tempo. Il valore aggiunto si applica sia all'efficienza che ai risultati di equità.

Introduzione

Questo documento considera il ruolo e il *modus operandi* di un gruppo notevole e controverso: la Federazione Nazionale del Caffè di Colombia (National Coffee Federation of Colombia). Nel tempo, la Federazione è stata rispettata e criticata, spesso di maniera feroce. Oggi il suo ruolo viene contestato come inadatto al nuovo impegno, in America Latina, e in particolare in Colombia, ad un'economia di mercato libera e come ostacolo a condizioni di parità. Per valutare la sfida sia del passato che quella contemporanea, dobbiamo esplorare le origini e il ruolo storico della Federazione, nel corso dei suoi settant'anni di esistenza, che forniscono una base per un tentativo di immaginare la Colombia senza la sua Federazione e tramite questo valutare cosa rappresenta il suo vero ruolo oggi.

Il documento considera in primo luogo il rebus della nascita della Federazione e la sua sopravvivenza continua. Come ha osservato Mancur Olson in una conferenza a Bogotá, basata sulla propria teoria dell'azione collettiva, la Federazione del Caffè della Colombia non dovrebbe esistere. (2) I problemi dei corridori liberi costantemente portano alla dissoluzione delle associazioni di produttori rurali con un gran numero di piccoli produttori.

Eppure la Federazione è nell'ottavo decennio di esistenza. Olson ritiene che la risposta si trova nella tassa obbligatoria imposta sul settore del caffè; Robert Bates, che condivide la sorpresa di Olson e la sua visione sull'importanza della tassa, sottolinea inoltre che erano politici, e non produttori che hanno preso la decisione di creare e proseguire la Federación. (3)

Mentre condividiamo la convinzione dell'importanza dell'imposta obbligatoria, riteniamo che sia ancora da spiegare come ciò possa essere stato sostenuto nel tempo. Non siamo soddisfatti del punto di vista che attribuisce un'importante eccessiva al ruolo dei politici. Questo articolo cerca di colmare una storia più completa delle complessità istituzionali, politiche ed economiche dietro la Federazione. Speriamo che questo porterà ad una più chiara valutazione del suo ruolo nello sviluppo e nella stabilità macro della economia colombiana, quest'ultimo aspetto è quello che ha spesso incuriosito gli osservatori.

Lo sfondo necessario alla discussione è la natura particolare dell'economia del caffè colombiana e della sua economia politica. Queste sono descritte nella prima sezione. La seconda sezione analizza l'economia

politica della formazione e dei primi anni della Federazione. Il terzo considera le conseguenze istituzionali della rottura rappresentata dalla seconda guerra mondiale e la conseguente evoluzione del ruolo della Federazione nel dopoguerra. Il quarto considera la Federazione mentre il caffè declina in importanza nell'economia colombiana e come la Federazione è sempre più vista come un'anomalia istituzionale in un mondo neoliberale.

I.- Il settore del caffè colombiano

I fatti più noti e fondamentali sul caffè colombiano sono innanzitutto la sua qualità potenzialmente molto alta e, in secondo luogo, che non esistono economie di scala nella piantagione e nella raccolta. Il miglior caffè viene coltivato ad un'altitudine dove prevalgono solo pendii ripidi.

La macchina è inutilizzabile a causa del terreno e perché la qualità risponde alla raccolta individuale delle bacche maturando in modo non uniforme. La necessità di disciplinare la raccolta e la pulizia del terreno produce un problema di agente principale, più importante con recenti problemi di malattia, (4) alla quale la soluzione tradizionale ed efficace è stata la manodopera familiare. Con una disciplina adeguata, un'alta produttività e qualità possono essere ottenute su appezzamenti di dimensioni inferiori a un ettaro.(5) Anche il primo stadio di trasformazione, il beneficio, che elimina la polpa, può essere economicamente eseguito su piccola scala, dal momento che il caffè può essere essiccato al sole, che con limitata energia elettrica è spesso economica. Il collo di bottiglia è la grande quantità di acqua necessaria (anche se i recenti miglioramenti tecnologici hanno drasticamente ridotto questo (6). La possibilità di produrre alimenti interposti con caffè, utile come ombra per il caffè, fornisce una base di sussistenza per la famiglia che lo rende resiliente ai tempi difettosi. In tutti questi numerosi modi, la piccola fattoria familiare è apparsa come qualcosa da conservare nel caffè. Le grandi aziende hanno giocato la loro parte, soprattutto in Cundinamarca e Tolima, ma il loro ruolo è diminuito con il tempo.(7)

Il problema è che le economie di scala ovviamente esistono, in trebbiatura, nel magazzinaggio, nella torrefazione e nel successivo trasporto e nella commercializzazione di caffè di alta qualità, con le necessità di marchi, il controllo di qualità, le garanzie e la pubblicità. Qui si trovano i problemi di azione collettiva, resi più significativi dal fatto che la qualità del caffè è molto sensibile sia alla zona esatta in cui viene coltivata, sia al suo trattamento in tutte le fasi. Entrambi i fattori implicano una necessità di controllo e monitoraggio. La produttività risponde anche alla fornitura di una serie di beni pubblici - strade, salute e istruzione che sono tra i principali.

Occorre notare altre due caratteristiche del settore del caffè colombiano che hanno conseguenze per l'azione collettiva. La prima è la concentrazione regionale della produzione su piccola scala, che ha facilitato l'organizzazione. (8) Il secondo riguarda l'economia politica del settore del caffè colombiano: esistono ricchi produttori di caffè e ricche famiglie di caffè, ma spesso (anche se non sempre) possiedono solo una modesta finca o una fattoria. La maggior parte delle loro ricchezze è tipicamente proveniente dal commercio di caffè, dalle attività finanziarie, dal commercio in generale e dalle attività immobiliari spesso attive dal caffè, ma non dalla produzione su larga scala di caffè. Negli ultimi anni, naturalmente, la ricchezza è venuta anche dall'industria. Inoltre, la natura intensiva del lavoro di produzione del caffè ha limitato il potenziale di reinvestimento dell'ecedenza nel caffè. Quindi, nei decenni che dobbiamo prima considerare, negli anni '20 e '30, quando la Federazione è nata, molti politici ben noti sono venuti da famiglie di caffè e avrebbero potuto avere un interesse diretto per un'azienda di caffè - anche se difficilmente potevano essere descritti innanzitutto come produttori di caffè. In genere cercavano altrove le opportunità redditizie per investire il denaro fatto direttamente o indirettamente dal caffè. Questa caratteristica straordinaria ha avuto nel tempo tre importanti conseguenze. In primo luogo, coloro che hanno capacità organizzativa e risorse hanno formato un'élite all'interno del settore, anche se potrebbero essere stati piccoli produttori di caffè. In secondo luogo, i vari politici che hanno combattuto la Federazione nel corso dei decenni hanno spesso condiviso un *interesse comune* sottostante con il settore del caffè (9). In terzo luogo, l'élite del caffè è stata interessata alle opportunità di investimento altrove nell'economia. Questi fatti modificano qualsiasi interpretazione settoriale degli scontri di interesse (10). Si possono combattere le battaglie sul modo di organizzazione del settore, o esattamente come promuovere il caffè all'estero, ma non oltre il ruolo fondamentale del caffè e della Federazione come suo agente internazionale.

II.- I primi anni

Per i primi trenta anni del secolo la Colombia si conformava alla tendenza generale: gli sforzi per formare un'associazione di produttori fallirono.(11) Nel 1920, sotto pressione del crollo del mercato, gli sforzi si alzarono fino a raggiungere il primo Congresso del Caffè e costituivano una *Junta Delegataria* per difendere il caffè colombiano sul mercato internazionale, un'organizzazione che successivamente è scomparsa senza lasciare traccia. (12) Il crollo dell'espansione che portò rovina negli anni '20 ha lasciato il settore vulnerabile, in quanto grandi commercianti crollarono e / o abbandonarono la Colombia. Nel 1927 il prezzo era indebolito. La crisi economica imprevista ha nuovamente forzato l'azione: questa volta i commercianti e produttori persuasero il governo di Antioquia a convocare un altro Congresso a Medellin nel mese di giugno. Qui nasce la Federazione del Caffè. Le sue funzioni sono state assegnate ad essere: (13)

- adottare e adottare da parte di organismi ufficiali misure efficaci per assicurare lo sviluppo e la difesa del settore;
- vigilare sull'effettiva applicazione delle disposizioni giuridiche in materia di caffè;
- adottare misure di riduzione dei costi;
- ottenere le migliori condizioni di trasporto per il caffè;
- dirigere gli sforzi di pubblicità all'interno della Colombia e all'estero.

Una proposta di tassa sul caffè è stata proposta in questo primo congresso, respinta dopo molto dibattito. Sembra che questa sia venuta dai rappresentanti del governo - in particolare il Ministero dell'Industria.(14) Il governo presumibilmente ha visto un'apertura per raggiungere ciò che finora era impensabile - un'imposta sulle vendite di caffè - se i proventi erano consegnati quasi totalmente e sotto Contratto con il settore del

caffè - cioè alla Federazione. Il Congresso, tuttavia, ha concluso con una solida raccomandazione che, a parte la già esistente imposta sui trasporti fluviali, il settore non dovrà sostenere alcuna tassazione a nessun livello. (15) Il prossimo anno, il Comitato Nazionale, costituito dal Congresso come corpo permanente della Federazione, con piena autorità quando il Congresso non era in sessione, ritornò all'argomento e accettò l'idea, nonostante il prezzo internazionale depresso. I ricavi dovevano venire alla Federazione con un contratto che disciplinava l'utilizzo delle risorse, per un periodo iniziale di dieci anni.

Questa è stata una svolta storica, senza la quale l'iniziativa della Federazione sarebbe probabilmente andata avanti come altri precedenti sforzi. La svolta è stata un prodotto di crisi ed è stata consolidata dalla crisi che ora è peggiorata. Mentre il prezzo del caffè è diminuito, i produttori di caffè e gli operatori sono sempre più in debito. La necessità di concordare l'azione con e attraverso lo Stato è diventata sempre più evidente. Le modalità di taglio dei costi sono diventate di importanza suprema. Il Congresso del 1929 ha adottato la versione definitiva dello statuto della nuova Federazione, che doveva essere finanziata con un'imposta sull'esportazione di caffè e nel 1934 il Congresso ha proposto al governo un aumento della tassa per fornire risorse aggiuntive al settore del caffè. Il passo in avanti è stato istituzionalizzato, aiutato, senza dubbio, da una crisi politica ed economica che "... ha permesso alla borghesia del caffè di saldare i suoi interessi di classe nello Stato in una forma indissolubile come un matrimonio cattolico tradizionale ..." (16) Non c'era niente nella prevalente ortodossia del tempo per stare in mezzo a tale sviluppo. L'intervento nei mercati è stato l'ortodossia. L'organizzazione della società civile potrebbe facilitare il ruolo dello Stato, rendendo più facile l'imposizione, assumendo alcune funzioni che altrimenti sarebbero state condotte dallo Stato quali il monitoraggio e il controllo della qualità e il marketing. Fu solo molto più tardi che la Federazione sarebbe stata percepita come un ostacolo a un livello equo di condizioni, in quanto stabiliva entrambe le regole del gioco pure agendo da giocatore..

Nei suoi primi giorni, la Federazione era piccola ed elitaria in natura, il suo potere proveniente dall'enorme peso del caffè nell'economia, la gravità della crisi economica, il profilo pubblico e le connessioni politiche dei principali personaggi del caffè e dell'urgenza, come percepito dal governo e dal settore del caffè, di risolvere alcuni problemi d'azione collettiva per migliorare il potere di commercializzazione e di contrattazione del caffè a livello internazionale. La sua influenza è stata rafforzata dalla percezione perspicaci dei suoi membri fondatori che doveva essere mantenuta al di sopra e al di là del conflitto dei partiti politici che perseguitava la politica colombiana e che da decenni era la fonte di un alto livello di violenza.(17) La rete dei servizi che a tempo debito - principalmente negli anni '50 e '60 - creerebbe una base di massa, ma che aveva bisogno di tempo per la sua costruzione. Inizialmente, il caffè che si muoveva nei magazzini della Federazione nei primi anni del 1930 era solo il 10% del raccolto. Nel 1938-39 la Federazione acquistava solo il 6% del raccolto. Il suo ruolo nelle esportazioni era ancora minore, al 3%. (18) Ma fin dall'inizio la Federazione stava perseguendo gli interessi dei piccoli produttori. Uno dei suoi primi interventi è stato l'acquisto di caffè nelle regioni dei piccoli produttori, dove il prezzo della produzione era una percentuale minore del prezzo esterno rispetto alle regioni delle grandi aziende e, in tal modo, aumentava il prezzo (19).

La Federazione stava cominciando a lavorare ampiamente per la difesa del settore del caffè nel suo complesso: nel 1931 è stata autorizzata un'emissione di azioni per creare la Caja Agraria, che ha cominciato a fornire qualche sollievo dal debito, e nel 1932 un premio sul tasso di scambio è stato assicurato per compensare in parte il debole mercato esterno (20). Altre attività comprendevano l'istituzione di magazzini nel 1929. Ma l'attività concentrazione dell'attività era internazionale. Il caffè colombiano aveva bisogno di rappresentanza all'estero e un'immagine internazionale. Gli uffici sono stati aperti a New York nel 1930. Il problema chiave d'azione collettiva che era necessario risolvere per migliorare la qualità del marketing internazionale era quello del marchio. Nel 1932, gli ufficiali della Federazione, che già costruivano il controllo centrale che doveva segnare la sua storia, assicurarono l'inserimento di una clausola nel suo contratto con il governo, creando un registro di marchi d'origine. Essi hanno inoltre assicurato un decreto presidenziale "che rende illegale la spedizione di un caffè da una regione sotto il marchio stabilito per un'altra e autorizzando la creazione di una rete di ispettori per far rispettare il decreto". Come osserva Bates, "i membri del comitato nazionale agivano come un tribunale virtuale" (21). Questo era sicuramente importante quanto l'accesso all'accredito fiscale.

La direzione centrale stava già dimostrando la sua capacità di percepire l'interesse a lungo termine del settore, di consegnare e di eseguire ciò che il governo considerava indispensabile e di mantenere la fiducia dei membri, anche se individualmente combattevano per massimizzare i propri interessi a breve termine. Da una data precoce, i membri della Federazione sembrano aver percepito il valore di stabilire fiducia e credibilità, sia a livello macro del processo decisionale del governo, sia a livello micro dei singoli produttori. Così hanno lavorato per stabilire con i governi successivi la loro autorità tecnica e la loro integrità, in un modo che li ha richiamati passo dopo passo nel cuore della politica decisionale a livello nazionale. La politica ha riguardato il caffè, ma è andato anche più in largo, poiché l'élite della Federazione comprendeva quanto vincolate erano le proprie fortune sia nel ampio sostegno di successo del caffè e nella diversificazione dal caffè. Così dagli anni 1930, i leader successivi cercavano di rafforzare un ethos (*ethos lo spirito caratteristico di una cultura, dell'era o della comunità, come si manifesta nelle sue credenze e nelle sue aspirazioni, una sfida all'etos degli anni Sessanta; sinonimi: spirito, carattere, atmosfera, clima, L'umore, il sentimento, il tenore, l'essenza, la disposizione, la logica*) che aveva istituito la Federazione come un'organizzazione altamente professionale, con standard di austerità e disciplina che dovevano diventare un detto. Molti intervistati hanno confermato il ruolo del Direttore Generale dal 1937 al 1958 Manuel Mejía Jaramillo, nello sviluppo di una cultura di austerità e prudenza. Questo ha continuato con i manager successivi.(22) I membri chiave dell'élite persistevano nella loro politica di mantenere la Federazione "sopra" la politica del partito. Questa strategia è percepita da molti osservatori oggi come la chiave per preservare l'etica" del gruppo relativamente libera dalla corruzione.(23) L'elemento della competenza professionale è riassunto da Palacios: "Nel 1935 era chiaro che il gruppo di caffè del FNCC (Federación Nacional de Café de Colombia) era meglio capace di comprendere e agire sul mercato internazionale, che i mutevoli Ministri della Scacchiera."(24)

Questa cultura colora la nostra interpretazione delle lotte politiche tra Federazione e Governo. Queste battaglie erano reali. Il Governo ora ha cominciato a lavorare verso un patto con il Brasile, assegnando quote di esportazione; tuttavia i produttori regionali che componevano il Comitato Nazionale non lo hanno favorito, preferendo la corsa libera. Il governo ha raggiunto il suo scopo solo per avere il patto rotto dai produttori nel 1937.(25)

Contemporaneamente, la rinegoziazione del contratto della Federazione con il governo nel 1935 ha aumentato la rappresentanza del governo nel Comitato Nazionale da uno a sei, un evento trattato da alcuni commentatori come una significativa oscillazione verso il controllo del governo. La misura in cui tale misura era una riduzione del potere della Federazione è tuttavia discutibile. La direzione centrale potrebbe vedere che i rappresentanti del governo presenti nella camera di discussione chiave hanno aumentato il valore di quella camera come strumento per concertare la politica del caffè nel cuore della creazione di politiche.⁽²⁶⁾ Inoltre, ha aumentato l'autorità e la capacità di negoziare le soluzioni nell'interesse a lungo termine del settore, contro l'istintivo breve termine dei singoli produttori. Le battaglie con il governo erano la linfa necessaria per la politica: gli aumenti fiscali del settore che seguivano in un flusso costante attraverso gli anni '40 e '50 finivano nelle casse del fondo caffè controllato dalla Federazione, come vedremo, ma era importante per il governo nazionale poter presentare il risultato, in altri settori dell'economia, come risultato di una battaglia. I politici e la direzione centrale non hanno esattamente orchestrato questa battaglia, ma c'è stata una percezione di fondo della sua inevitabile natura e della fiducia nel risultato.

III.- Il Fondo del Caffè e la Federazione del dopoguerra

Con la seconda guerra mondiale, arriviamo al secondo punto di rottura. Con la brusca perdita di importanti mercati europei, le nazioni produttrici dell'America Latina hanno considerato essenziali condividere in modo ordinato il mercato statunitense e per affrontare le conseguenze interne delle quote risultanti. L'accordo internazionale del caffè (ICA) è stato firmato a Washington nel novembre del 1940. Il governo della Colombia ha deciso di creare un fondo, il Fondo Nacional del Café, per acquistare e vendere i titoli di caffè. Questo fondo è stato costituito come un conto della Banca Nazionale, ma la sua gestione è stata assegnata per contratto alla Federazione. ⁽²⁷⁾ Il Direttore Generale della Federazione è stato accreditato dal Governo con i poteri di rappresentare la Colombia all'estero e di approvare accordi a nome della Colombia. L'innovazione ha rappresentato un passo decisivo nell'accettazione di una cultura di quote, in contrapposizione alla precedente pratica di libera guida sul Brasile - un passo da cui ora non si tornerebbe indietro.

L'enormità di questa pausa è stata resa pubblica solo dopo la fine della guerra e la decisione è stata presa per mantenere il Fondo in esistenza e per consentirle di investire in "attività del caffè". ⁽²⁸⁾ Il vero sviluppo istituzionale si è verificato gradualmente. Il concetto del Fondo è stato ampliato per includere attività che hanno permesso alle opportunità del settore del caffè di diversificare, che potrebbe includere qualsiasi attività generatrice di reddito. Gli strumenti chiave qui furono, a tempo debito, le varie Corporazioni delle Finanze Regionali, create dal Fondo come imprese del Fondo negli anni '60 e '70. In questo modo, il fatto che il caffè richiedesse pochi reinvestimenti diretti potrebbe tornare a vantaggio, e accomodare la necessità di altri canali di investimento, in quanto l'eccedenza del caffè è stato riassegnato altrove, sia dagli investimenti diretti di quei coltivatori con abbastanza produzione da avere un surplus o attraverso gli investimenti del Fondo Coffee.

L'espansione delle funzioni, per includere attività in settori diversi dal caffè, è stata resa possibile dall'aumento dei suoi redditi. Nel 1948, 1951, 1958 e 1959 sono state dichiarate nuove o aumentate tasse o imposte implicitamente tramite tassi di cambio differenziali. In genere, dopo un dibattito, i proventi della tassa sarebbero assegnati in gran parte al Fondo. Le funzioni del Fondo sono state ampliate per includere le operazioni di credito destinate ad ampliare le opportunità del mercato del caffè (1959) e negli anni '60 il suo ruolo nell'impostazione e nella stabilizzazione dei prezzi è stato notevolmente esteso. È stato assegnato l'obbligo di agire come acquirente residuo ad un prezzo minimo per l'intero raccolto di caffè. Il Fondo ha sviluppato la commercializzazione di produzione per il settore e l'aumento dei servizi tecnici. A poco a poco, è diventato il corpo regolatore dell'intero settore del caffè, attuando le decisioni del Comitato Nazionale ⁽²⁹⁾

Con questi mezzi il graduale declino dell'importanza del caffè nell'economia, mostrato nella tabella 1, potrebbe essere stato accomodato senza che i suoi produttori più ricchi sperimentassero svantaggi e senza perdere proporzionalmente l'influenza economica. Successivamente le squadre economiche del governo hanno trovato eccezionalmente utile che la ristrutturazione potesse succedere in modo armonioso.

Tabella 1

Quota del caffè nel PIL e nella produzione agricola, 1950-94 (a)

Valori promedio in percentuale in cinque anni.

	% PIL	%Valore Agricola Aggiunto
1950-54	10.1	25.9 (b)
1955-59	10.0	25.6
1960-64	8.2	25.9
1965-69	6.4	22.4
1970-74	2.8	12.1
1975-79	3.5	15.7
1980-84	2.6	15.1
1985-89	2.4	14.4
1990-94		

a)Esclude prodotti basati sul caffè

b) 1950, 1953 e 1954 solo

Fonte: Junguito e Pizano 1991 pp43-44

Naturalmente, questa diversificazione è avvenuta all'interno della strategia di sviluppo intuitivo corrente in quel momento. Una valutazione completa del significato dello sviluppo del ruolo del Fondo per il Caffè richiederebbe una valutazione dei suoi diversi investimenti. Dal punto di vista degli anni '90, alcuni non erano chiaramente praticabili nel lungo periodo, ma quanto ciò fosse un prodotto di imposizione troppo veloce di un modello di economia aperta è una questione da ricercare. (Certamente la Federazione si opponeva *all'apertura* negli anni '90.) Per la nostra argomentazione qui, desideriamo semplicemente descrivere. Il suo ampio ruolo nell'economia ha reso la Federazione preziosa e ha dato elementi di potere e autorità, anche se il caffè come tale sembrava perdere il suo ruolo centrale.

Infatti, la Federazione ha esteso la sua influenza, contribuendo a partecipare a *nuovi organi* di governo, in particolare il *Consejo de Política Económica e Social* (CONPES), creato nel 1967. È notevole che di tutta la società civile, solo la La Federazione partecipa a questo importante Consiglio dei Ministri. La sua altra presenza particolarmente importante è nella *Junta del Banco de la Republica*; È stata presente fin dalla creazione della banca. Sono presenti anche altri enti del settore privato, ma la voce della Federazione è in genere considerata cruciale.

Così, attraverso i decenni del dopoguerra, la voce del caffè continua ad essere significativa negli organi cruciali del governo. Di conseguenza, la Federazione è stata in grado di garantire che il tasso di cambio sia stato gestito nei propri interessi. Quando i prezzi del caffè hanno oscillato, invece dei tipici problemi della malattia olandese conosciuti da altri produttori di prodotti primari, la Colombia ha raggiunto una relativa stabilità e una gestione costante attraverso l'espansione e il fallimento, che a sua volta ha contribuito alla stabilità relativa della Colombia in termini macroeconomici. (30)

Dutch Disease

https://en.wikipedia.org/wiki/Dutch_disease

In economics, the Dutch disease is the apparent causal relationship between the increase in the economic development of a specific sector (for example natural resources) and a decline in other sectors (like themanufacturing sector or agriculture. The putative mechanism is that as revenues increase in the growing sector (or inflows of foreign aid), the given nation's currency becomes stronger (appreciates) compared to currencies of other nations (manifest in anexchange rate). This results in the nation's other exports becoming more expensive for other countries to buy, and imports becoming cheaper, making those sectors less competitive.

While it most often refers to natural resource discovery, it can also refer to "any development that results in a large inflow of foreign currency, including a sharp surge in natural resource prices,foreign assistance, and foreign direct investment. ".¹

The term was coined in 1977 by The Economist to describe the decline of the manufacturing sector in the Netherlands after the discovery of the large Groningen natural gas field in 1959.

Perché la Federazione abbia questo tipo di peso a livello di politica macroeconomica, lo sviluppo continuo del ruolo della Federazione a livello micro è stato cruciale. Soprattutto, la Federazione doveva essere un grande ed efficace protagonista sulla scena del caffè nazionale ed internazionale. Doveva quindi avere produttori fedeli impegnati a venderli e vendere una parte sostanziale del loro raccolto di caffè. Un modo evidente per creare fedeltà sarebbe stato un considerevole margine nel prezzo pagato ai membri. Ma la Federazione sapeva che lo stimolo indebito risultante per la produzione avrebbe minato il funzionamento del sistema delle quote internazionali. Quindi una soluzione alternativa doveva essere trovata. Ciò ha assunto la forma di investimenti nello sviluppo di una struttura di sostegno e di una cultura di fedeltà. La stessa strategia a livello di micro-livello ha anche servito a sostenere politicamente, a sostenere e rafforzare il quadro del contratto della Federazione per l'amministrazione delle tasse di caffè.

Il ruolo micro-livello della Federazione si è sviluppato lentamente, anche se è stato incipiente anche negli anni '30. È stato considerato importante anche dai primi leader che per raggiungere il proprio ruolo macro, l'organizzazione doveva essere un'organizzazione di massa credibile, e che anche l'incorporazione di più produttori faciliterebbe gradualmente la soluzione di problemi di monitoraggio e controllo dell'azione collettiva. Per l'adesione di massa da sviluppare, i singoli produttori, piccoli e grandi, dovevano imparare a fidarsi della Federazione e considerarla come la "loro" organizzazione. Dovevano essere offerti servizi in modo da poter costruire la buona volontà e la lealtà. I Comitati Dipartimentali e Comunali erano stati creati nel disegno originale in modo che i produttori potessero sviluppare un senso di proprietà. Negli anni '60 la proprietà fu resa esplicita nell'acquisizione di una *Cedula Cafetera* o una tessera di appartenenza, e alcuni servizi furono resi disponibili solo a coloro che avevano cedole. Questo comprendeva servizi tecnici e qualche credito. Arturo Gómez, Direttore Generale della Federazione dal 1957, ha esteso la pratica di elezione dei membri del Comitato e ha conferito ai comitati locali la responsabilità di gestire le opere pubbliche svolte dalla Federazione, che egli ritiene abbia notevolmente migliorato la qualità e l'adeguatezza delle opere svolte. (31) Non sono disponibili dati precoci, ma negli anni '80 i comitati dipartimentali spensero il 55% dei fondi su opere e servizi pubblici alla comunità (gran parte dei quali attraverso i comitati comunali) e circa la metà delle risorse della Federazione attraverso questi comitati. (32) Un evento iniziale era una campagna di salute contro la malaria. Questo era un potente bene pubblico nella percezione delle persone. (33) Era importante in questo che nelle aree di caffè il destino di tutta la comunità era così strettamente legato al caffè e il caffè era così dominante nell'attività economica, che le spese locali sulle opere pubbliche da un comitato di caffè era stato visto come spese per il caffè.

La cultura in via di sviluppo era fortemente gerarchica, in una modalità P / C. Questo si applicava alla posizione del Direttore Generale, fin dal 1930 sempre una persona di notevole influenza e potenza sia all'interno che (in crescita) senza la Federazione. Esso si applicava al Comitato Nazionale del Caffè, che comprendeva le più importanti figure del caffè a livello regionale - abilmente gestite dal Direttore Generale, ma con l'innegabile potere delle loro regioni. Si applicava alle relazioni lungo la linea tra Comitati Nazionali,

regionali e locali, nonché alle relazioni dei piccoli produttori con i loro comitati locali. A livello locale le cooperative sono state gradualmente formate. (34) È comunque evidente che questi non includevano mai molti elementi di COOP "ideali" come definiti in questo progetto: i piccoli produttori potevano partecipare a riunioni e proporre membri del comitato, ma i processi decisionali non sono mai stati notevoli per il loro grado di consultazione.

Come mostra la tabella 2, agli inizi degli anni '60 gli acquisti della Federazione rappresentavano oltre il 40% della produzione. La quota delle esportazioni era di circa il 25%. Con la creazione di un impianto di magazzinaggio centrale, Almacafe, nel 1965, gli acquisti e le esportazioni delle esportazioni sono aumentate, a una media di oltre il 60% della produzione acquistata e oltre il 40% delle esportazioni entro la fine del decennio.(35) Le cifre oscillano notevolmente con le variazioni del prezzo e il crescente ruolo degli esportatori privati, che potevano offrire un prezzo migliore in anni buoni, ma che rimanevano nella media circa allo stesso livello come una quota del raccolto e aumentavano come parte delle esportazioni negli anni '80.

Con tutti questi mezzi, e poco a poco, è stata costruita una cultura, cementando da parte di importanti sezioni della popolazione il senso che la Federazione era la loro "creatura". Quello che ora sappiamo - cioè che la spesa pubblica per l'istruzione e la salute è stata ridotta nei settori del caffè rispetto al resto - non è stata percepita. (36) La cultura non è mai stata praticamente partecipativa, come si capisce oggi, ma la Federazione ha effettivamente sviluppato una presenza locale come la 'Nostra' organizzazione, spendendo 'i nostri' soldi per 'il nostro' bene. Il senso della proprietà ha portato ad un efficace monitoraggio delle commissioni locali da parte dei cittadini. (37)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Grassroots_\(politica\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Grassroots_(politica))

Un movimento grassroots o movimento di base è un movimento politico creatosi in modo autonomo e spontaneo all'interno di una comunità.

Il termine inglese, traducibile letteralmente come "radici dell'erba" rimanda al concetto di spontaneità del movimento che viene alimentato dal basso, a differenza dei movimenti politici o culturali creati e sostenuti da strutture di potere tradizionali. Movimenti di base sono spesso organizzazioni locali, sostenute dall'attività di volontariato dei suoi simpatizzanti.

Un movimento di base può al contrario alimentare e aiutare lo sviluppo dei movimenti politici tradizionali aggregando consensi e voti utili per gli obiettivi di questi ultimi.

I produttori così legati alla Federazione in una serie di modi, che possiamo riassumere come M modificato e sostenuto da COOP e P / C. La relazione principale era la vendita di caffè, una transazione monetaria in cui un mercato sotto-libero

il prezzo viene accettato in buoni periodi a causa dei vantaggi percepiti derivanti dalla vasta gamma di altri rapporti con la Federazione, vale a dire il sostegno dei prezzi nei momenti negativi, l'accesso all'aiuto tecnico e al credito e il valore percepito dai membri più consapevoli delle funzioni dei reclami della Federazione, sia a livello nazionale che internazionale). Questi elementi di reciprocità sostennero l'accettabilità del modo di base P / C (i contadini erano più soddisfatti del loro lotto impoverito, c'erano minori livelli di violenza e meno penetrazione di guerriglieri).

Tabella 2

La quota di acquisti e di esportazioni di caffè della Federazione (a)

	% acquisiti dalla Federazione	Federazione come % del caffè totale esportato
1930-34 (b)	6.0	1.1 (b)
1935-39	10.6	2.4
1940-44	21.0	5.1
1945-49	19.5	3.7
1950-54	12.8	6.7 (c)
1955-59	11.5 (d)	14.0
1960-64 ...		28.2
-----creato da Almacafe -----		
1965-69	58.8	35.5
1970-74	48.7	40.4
1975-79	40.0	49.9
1980-84	57.6	65.6
1985-89	48.0	56.2
1990-94	46.6	44.5
1995-99		

a) 1932-57: data per gli anni di caffè. 1940 è il raccolto del 1939-40.

b) Solo data 1933-34.

c) Senza data per il 1951

d) Data soltanto per 1955-57

Fonte: Junguito e Pizano 1997 pp 328-331.

La recente ricerca sulla scoperta della misura in cui la Federazione stava sostituendo lo Stato nella spesa sociale ci dà un'impressione importante al valore della Federazione al governo: se la Federazione avesse effettivamente utilizzato fondi fiscali a fini pubblici, nelle scuole, nelle strade, nella salute e così via, allora questa è stata una utile delegazione. Poiché la Federazione ha costruito le sue competenze professionali e l'ethos, ha svolto molti ruoli utili allo Stato, data la partecipazione della Colombia nel caffè - non da ultimo il posizionamento positivo della Colombia sul mercato internazionale e nei negoziati internazionali.(38)

La più grave minaccia per tutto il sistema durante il dopoguerra era la capacità degli esportatori privati di acquistare a un prezzo migliore in tempi buoni e effettivamente in corsa libera sulla fornitura della Federazione per la commercializzazione, lo sviluppo del marchio e la pubblicità. Le finanze della Federazione dipendevano in modo cruciale dalla gestione del prezzo interno in modo tale che non solo si stabilizzava, ma a un livello che permetteva un margine che rappresentava un reddito utile per il Fondo per il Caffè, oltre alla tassa sul caffè. Negli anni '80 l'importo aumentato da questo mezzo era ugualmente equivalente al valore dei servizi per i membri del produttore.(39) Se gli esportatori privati prendevano troppo del mercato durante i buoni periodi, allora l'equilibrio del sistema potrebbe essere stato compromesso. Che questo non è accaduto, si deve molto al fatto che negli anni '60 la cultura della Federazione era ben sviluppata, anche se l'appartenenza alla Federazione non ha mai superato il 70% dei produttori. La fedeltà alla Federazione e la fiducia della gestione della cooperativa locale e la struttura sopra di essa rappresentavano un elemento importante per la Federazione e una principale caratteristica istituzionale. La fiducia e la lealtà sono stati sviluppati lentamente, ma sono state evidenti nel quarto decennio dell'esistenza della Federazione. Una cattiva esperienza di essere truffata da un acquirente non federale era solitamente sufficiente a confermare i produttori di una cultura che «potevano fidarsi della loro Federazione» (40)

L'appartenenza non era la fonte originale del potere del caffè, né del peso politico della Federazione. È diventato importante nel tempo, perché forniva una difesa contro la corsa libera. Tale importanza era sempre in senso indiretto, come componente della legittimità e dell'autorità della Federazione a livello nazionale, piuttosto che la consegna diretta di voti o di dominanza tra i produttori di caffè. Ma parzialmente spiega perché molti osservatori concordano sul fatto che l'influenza della Federazione non sia stata contratta come la tabella 1 suggerisce che avrebbe dovuto fare, poiché il peso del settore sia nel PIL sia nelle esportazioni era diminuito. (41) Poiché la preoccupazione per la violenza rurale e le droghe è cresciuta, così la base di massa della Federazione e la relativa area di pace delle aree di caffè sono diventati più valorizzati da governi successivi. Così anche la capacità e la volontà del Fondo di Caffè di collaborare alla diversificazione - sebbene dell'utilizzo dell'eccedenza del caffè, per investimenti altrove, piuttosto che stimolo diretto ai produttori a collaborare alla diversificazione distante dalla produzione di caffè, dove i risultati finora non erano stati buoni. (42)

IV.- Il ruolo che cambia la Federazione: gli anni '80 e '90

Dalla metà degli anni '80 e dalla conclusione del periodo più recente di bonanza di caffè, il ruolo della Federazione è cambiato. Con i bassi prezzi del caffè e il crollo dell'accordo internazionale del caffè nel 1988, la Federazione ha continuato a svolgere il suo ruolo a livello macro e micro solo a scapito dei beni del Fondo.(43) Al tempo stesso, il potenziale di influenza il livello di base è cresciuto, a seguito dell'elezione diretta dei sindaci a partire dal 1988 e dell'aumento dei trasferimenti di fondi statali a livello comunale. La mancanza di istituzioni adeguate per contribuire alla canalizzazione di maggiori fondi comporta che i comitati di caffè siano in grado di svolgere un ruolo crescente, ove esistano. Il modo in cui questa influenza è esercitata in pratica varia, poiché i comitati comunali del caffè della Federazione del caffè si riferiscono in modo diverso al comune, dato che i comitati dipartimentali hanno autonomia per stabilire quali regole piacciono. A Caldas, ad esempio, il Comitato Dipartimentale della Federazione richiede finanziamenti 50-50 per opere pubbliche e richiede alla commissione comunale del caffè di uscire e cercare questo. Questo dà loro influenza con il comune. Se il sindaco locale non vuole collaborare, i produttori locali sono incoraggiati a fare lobbying con il sindaco. La Federazione impone controlli rigorosi in materia di contrattazione e spesa in tali progetti congiunti e il monitoraggio viene eseguito, in gran parte spontaneo, da gruppi locali come i Gruppi di Amistad e gli Clubes de Madres. (44) Anche i più severi critici della Federazione (vedi sotto) ritengono che a questo livello ha migliorato l'efficacia dell'utilizzo delle risorse. (45)

Questi ruoli collettivi, di lobbying e di monitoraggio, dipendono da un'intera cultura, sviluppata da decenni, che dà alla Federazione la legittimità, l'efficacia e il potere convocatorio a livello locale. La stessa legittimità consente di lavorare accanto ai produttori contadini per controllare la broca e introdurre «café tecnificado» e la nuova cultura della produzione associata. (46)

Allo stesso tempo, a livello macro, la Federazione è diventata sempre più sotto il fuoco, come irrilevanza e ostacolo, in un mondo neoliberale. Il fuoco è stato intensificato col crollo della ICA, che ha privato la Federazione di un ruolo internazionale importante e prestigioso. Molti avrebbero abolito il Fondo e la Federazione si ridusse ad una "mera" associazione professionale. Internamente, la Banca Mondiale è stata una potente forza di lobby per un tale risultato. A livello nazionale, l'obiettivo dell'opposizione è venuto dagli esportatori privati, che vedono la Federazione ingiusta concorrenza. Nel nuovo contesto del pensiero neoliberale, la Federazione è considerata come un ostacolo all'operato della parità di condizioni, in quanto definisce entrambe le regole e entra nel mercato come giocatore. Ciò che è stato visto come funzioni importanti nella fase precedente - gli aspetti collettivi di azione che abbiamo sottolineato - sono ora considerati come scontati. I produttori continueranno a cooperare perché è nel loro interesse farlo. I ruoli macro che abbiamo descritto sono ignorati, disapprovati o non completamente compresi, mentre gli interessi della Federazione non relazionati con il caffè sono considerati come parte di un modello di ISI (Import substitution Industrialization) ora screditato. (47)

Per riflettere su questa sfida e per valutare il ruolo al giorno d'oggi del bene (o male) pubblico della Federazione, richiede che cerchiamo un esercizio difficile dell'analisi controfattuale, con tutta l'arbitrarietà

inerente a questo. (48) Dobbiamo immaginare la Colombia oggi senza la Federazione nella forma in cui attualmente esiste, come prodotto della sua storia specifica. (49)

Il primo punto da fare è che l'Accordo Internazionale del Caffè non sarebbe mai sopravvissuto come un accordo di merce insolito di successo, senza il ruolo principale della Colombia in tutta la sua storia, e la Colombia non avrebbe mai sviluppato la rete degli uffici internazionali di marketing del caffè e l'enorme organizzazione del monitoraggio e controllo della qualità. Il caffè colombiano oggi non avrebbe il suo marchio e il seguito dei suoi consumatori. Nessuno di questi si svilupperebbe spontaneamente oggi, data la debolezza del mercato del caffè e la propensione alla corsa libera ancora inerente al caffè della piccola scala.

Il contraddittorio deve pertanto essere quello in cui il reddito da caffè è cresciuto più lentamente nel corso degli anni e la ricchezza complessiva del settore del caffè è molto meno, cumulativamente nel tempo. In termini di distribuzione, la Colombia avrebbe perso nei confronti del mondo. Potrebbe essere sostenuto che sarebbe avvenuta una maggiore diversificazione e che con il segno del poi, ciò sarebbe stato positivo. Ciò è dubbio, tuttavia, poiché abbiamo sostenuto che l'élite del settore del caffè ha sempre avuto interesse a diversificare. Si potrebbe addirittura sostenere che la Colombia ha effettivamente gestito un po' meglio del promedio delle economie medie o grandi latino-americane per affinare la relazione tra il principale coltivo per l'esportazione e il resto dell'economia, e che questo ha almeno qualcosa a che fare con l'abilità e l'interesse dell'élite del caffè nel collaborare in questa diversificazione. (50) Nel settore, i salari di caffè e i redditi dei piccoli produttori erano sempre il risultato del mercato. Nel corso del tempo il prezzo del produttore non è stato sostenuto artificialmente internamente, ma il caffè ha beneficiato di un Accordo Internazionale del Caffè ICA (International Coffee Agreement) di eccezionale successo per molti anni e in quanto la Federazione ha svolto un ruolo enorme. I redditi da caffè in generale nel lungo periodo avrebbero sofferto in questo senso dall'assenza della Federazione - e soprattutto, avrebbe fluttuato di più. Se la stabilità è buona - e noi ipotizziamo che sia, per i poveri - allora questo è un guadagno genuino. La realtà dei redditi molto bassi e la grande povertà in fondo alla pila nel settore del caffè è comunque un fatto, anche se sarebbe stato peggio senza quanto ottenuto con il caffè. È stato ora chiarito, come si è dettosopra, che la povertà non era in realtà molto ridotta da spese medie superiori alla spesa sociale nelle regioni del caffè, in quanto le spese pubbliche erano effettivamente stateridotte rispetto ad altre regioni, in compenso parziale delle spese della Federazione.

Il contraddittorio potrebbe contenere una modesta associazione di produttori, senza risorse, nessun strumento per P / C, più basata su COOP. Tale organizzazione non potrebbe fare ovviamente nessuno dei ruoli macro che abbiamo identificato - e probabilmente pochissimi dei ruoli micro. La fedeltà attuale data alla Federazione da piccoli produttori, l'accesso ai suoi lavoratori di estensione hanno, la fiducia che ispirano, tutti mancherebbero. L'immagine sarebbe una dei caffè 'regolari' prodotti e gestiti male da un gran numero di produttori contadini molto poveri. Anche se abbiamo sostenuto che storicamente la Federazione non ha mai risolto il problema dei redditi bassi nel settore del caffè, ha aumentato la produttività da piccole terreni. Ciò sarebbe molto ridotto come un effetto nei nostri contraddittori e gli strumenti sarebbero assenti per il futuro. Questa analisi provoca una riflessione più ampia: la violenza e la penetrazione della guerriglia sono meno nei settori del caffè rispetto ad altri dipartimenti della Colombia. (51) Nella nostra riflessione di contraddittorio dobbiamo considerare la possibilità che l'anarchia e la violenza che caratterizzano molti dipartimenti colombiani oggi siano ancora peggiori - Un pensiero sobrio. Inoltre, oggi i comitati locali di caffè e le loro reti costituiscono strumenti di accesso ai produttori poveri; anche se non sono stati usati in passato per attaccare i redditi bassi, rappresentano un'istituzione disponibile per il futuro.

Un ulteriore livello alla riflessione è il ruolo dei comitati locali del caffè rispetto al governo locale. I comitati del caffè svolgono efficacemente le pressioni per rendere più efficace la spesa del governo locale e per dirigerla verso i lavori pubblici che la popolazione considera importanti. (52) Il governo locale rurale non è in nessun modo molto efficace in Colombia - ma sarebbe quasi certamente peggio nei dipartimenti di caffè nel nostro contraddittorio.

Tutto questo significa che vi sono beni pubblici da attribuire all'esistenza della Federazione nella sua attuale forma oggi. Alcuni di questi beni dipendono fortemente da un lungo processo lento di costruzione istituzionale (in particolare di autorità, credibilità, fiducia ecc.). Si potrebbe argomentare che questi elementi non scompaiono durante la notte se la Federazione venisse spogliata dei suoi ruoli più ampi e ridotta ad una "mera" associazione di produttori. Ma deve seriamente chiedersi quanto tempo l'istituzione sopravviverà la conseguenza della perdita di risorse, prestigio e autorità. Il ruolo che abbiamo descritto dipende certamente dalla cultura della legittimità, della professionalità e dell'autorità costruita nel corso degli anni. (53) Questa è una questione di peso politico e di ethos. I giovani professionisti oggi scelgono di lavorare nella gestione fondamentale della Federazione proprio perché capiscono che svolge un ruolo sociale significativo a molti livelli, equivalente ad un posto di servizio pubblico ma senza complicazioni di una carriera nel settore pubblico, dove l'ethos, la continuità e gli standard elevati preoccupano. (54)

In Colombia come altrove in America Latina, ma aggravata da decenni di violenze rurali, vi è una notevole mancanza di efficaci istituti di sviluppo rurale. E da valutare una cultura che controlla e richiede risposte dallo Stato. Così è un'organizzazione come la Federazione che è ben disposta a fornire la partecipazione della comunità in, ad esempio, istruzione u opere pubbliche, e quindi migliorare la qualità degli investimenti statali. Ciò che la Federazione non può fornire è un'alternativa adeguata al caffè, perché non gestisce il suo marketing e il tipo di investimento nell'istruzione che può eliminare la povertà tra i piccoli produttori di caffè. (55) Ecco l'influenza a livello macro della Federazione che è cruciale, Per promuovere e facilitare le azioni statali per fornire infrastrutture di marketing e spese adeguate per l'istruzione.

V.- Conclusione

Abbiamo sostenuto che, in termini di importanza dei gruppi, è impossibile capire la storia o il funzionamento attuale dell'economia colombiana senza tenere conto dell'esistenza e del modus operandi del grande e

complesso gruppo - e dei gruppi all'interno del gruppo - cioè la Federazione. Abbiamo anche sostenuto che la Federazione ha svolto nel tempo funzioni di efficienza e crediti estremamente importanti e che entrambe le funzioni hanno avuto risultati che hanno migliorato la crescita. Le funzioni di efficienza riguardano innanzitutto il monitoraggio e il controllo e la costruzione di una reputazione internazionale su questa base. Esse riguardano anche provvedere dei servizi ai piccoli produttori. Più intangibile, la funzione di efficienza a livello macro e meso ha coinvolto un sottile finissaggio delle relazioni intersettoriali e l'adattamento di un'economia monoexport a un diverso clima internazionale. La funzione dei reclami è chiara in relazione alla posizione internazionale della Colombia. Per quanto riguarda altri settori, è fortemente qualificato dalla nostra analisi degli interessi intersettoriali degli attori principali. La funzione di reclami in relazione alla massa dei produttori è complessa: le funzioni di reclami internazionali e nazionali hanno dato ai piccoli produttori un reddito sempre più stabile di quanto non avrebbe ricevuto sotto il contraddittorio di nessuna Federazione - ma non è la funzione che molti avrebbero desiderato, pressante per la redistribuzione sia nel settore che nei confronti di altri settori. (Tuttavia, la redistribuzione non sarebbe stata più grande in nessun altro scenario probabile.) Per quanto riguarda i modi di funzionamento, abbiamo sostenuto che i P / C funzionano in tutta l'organizzazione, mentre M modificato da COOP negli interessi economici di lungo termine dei membri costituisce la base delle relazioni quotidiane. Il documento del progetto più ampio suggerisce un'ipotesi "romantica" - una relazione tra COOP e equità. Questo non è evidente in questo caso. Gli elementi di COOP che esistono, lo fanno nonostante e sono incorporati in un contesto di P / C e disuguaglianza estrema. (56)

Referenze

- R. Bates, (1997) *Open Economy Politics*, Princeton University Press Princeton New Jersey, 1997.
- Coffee Federation, *Informes del Gerente*, annual reports to the Coffee Congress
- CRECE, (1997) *Programa de reestructuración y desarrollo de las regiones cafeteras*, Manizales 1997.
- R. Junguito and D. Pizano, (1991) *Producción de Café en Colombia*, Fondo Cultural Cafetero y Fedesarrollo, Bogota 1991.
- (1997) *Instituciones e Instrumentos de la Política Cafetera en Colombia*, Fondo Cultural Cafetero y Fedesarrollo. Bogota, 1997
- S. Montenegro, (1996), "El papel de las regiones para la estabilidad macroeconómica de Colombia," in *Desarrollo y Sociedad* No.38, CEDE, Facultad de Economía, Universidad de los Andes, September 1996.
- (1999), "Estabilidad macroeconómica y el sistema político en Colombia,"
- in M. Cardenas and S. Montenegro, *Economía Política de las Finanzas Públicas en América Latina*, Tercer Mundo-Fedesarrollo: Bogota, 1999.
- Ocampo, J.A. 'La consolidación de la industria cafetera, 1930-1958' in Tirado
- Mejia, A., ed. *Nueva Historia de Colombia*, Vol 5.
- M. Olson (1997), "La explotación de la agricultura", Lecture

- (1) I thank Judith Heyer, Frances Stewart and Pam Lowden for their helpful comments on an earlier draft. I also thank the Coffee Federation of Colombia for their collaboration and assistance with this study. Financial support was provided by WIDER.
- (2) Olson, 1997, paper presented in Bogota on the occasion of the 70th anniversary of the Federation.
- (4) The broca, an insect imported from Africa and very damaging to productivity, so far can best be controlled by removing every last ripe berry from the tree, so depriving the insects of food, and by assiduous removal of infested fruit from the ground, though insecticides and the use of parasites which eat the grub are being worked on at CENICAFE (interview, Director of Cenicafe, Manizales 1998).
- (5) To secure an *income* above the poverty line, however, more than one hectare is typically required.
- (6) By a factor of 40! And with a simple and easily accessible technology and beneficial recovery of byproducts.
- (7) The structure of property changed greatly between the 1920s and the 1960s, both with estates being divided and with expansion occurring in the areas typified by small farms.
- (8) Montenegro 1996 and 1999 elaborate the significance of this point.
- (9) A classic and extreme example might be President Alfonso Lopez Pumarejo himself, who in his first government (1936-40) fought various battles with the Federation (eg over whether it should be taken more fully into the public sector, and over output restrictions) while himself belonging to one of the biggest coffee families of Colombia.
- (10) For a brilliant and subtle description of the politics of coffee, see Palacios, especially chapter 10.
- (11) The early efforts are described with full documentation in Junguito and Pizano (1997), the definitive history of coffee institutions, and above all the Federation, and a key source for all that follows.
- (12) Junguito and Pizano 1997 p2.
- (13) Quoted in Junguito and Pizano, 1997, p7. They discuss the various versions and texts.
- (14) Junguito and Pizano, 1997 (p6 fn 26).
- (15) Acuerdo II, cited in Junguito and Pizano 1997, p6.
- (16) Palacios 1980 p211. Palacios documents how in the crucial years between 1929 and 1934 the selfconcept and internal organisation of the new-born Federation *evolved* towards a strongly centrally controlled group with a key political role.
- (17) This was emphasized in interviews with Jorge Cardenas, General Manager of the Federation today, Gilberto Arango Londoño and Diego Pizano, September 1999, Bogota.

- (18) Junguito and Pizano 1997 Tables VII-1 to VII-4.
- (19) Ocampo p249. The number of members was 4000 in 1930, and already 50,000 in 1934 (p248).
- (20) Junguito and Pizano 1997, p16.
- (21) Bates 1997, p63.
- (22) For example, Mejía was renowned for refusing to use official cars of the Federation. Arturo Gomez, who succeeded Mejía, confirmed this and that he himself continued such practices. (Interview, Buenos Aires, August 1999.)
- (23) Interviews cited in footnote 17 above.
- (24) Palacios 1980, Endnote 79, p309
- (25) Ocampo (1989), Bates (1997).
- (26) *Informes del Gerente*, annual reports to the annual Coffee Congress.
- (27) Junguito and Pizano 1997, p77. See also Ocampo 1989 for an authoritative account of this period.
- (28) Decision of the fifteenth Congress in 1945. See Junguito and Pizano, 1997, p16. The investments of the Fund are described pp172ff.
- (29) The detail is given in Junguito and Pizano 1997 chapter 2 and in Palacios, 1980 pp248ff.
- (30) Montenegro, 1996, 1999, Thorp 1991.
- (31) Arturo Gomez, interview, Buenos Aires August 1999. He sees the resulting confidence in central management as a great strength in the international negotiations they were extending in the 1960s.
- (32) Data from pp41,47 of Junguito and Pizano 1997.
- (33) Interview, German Uribe, deputy manager of the Federation, Bogota March 1999.
- (34) Junguito and Pizano, 1997 pp58-59. By the 1990s 59 cooperatives existed, with 120,850 members managing 609 purchasing sites.
- (35) Almacafe developed also into the branding and grading service of the Federation.
- (36) Crece 1998. The fact seems to have come as a surprise to many at all levels of the Federation and the general public. The reduction in state spending did not fully compensate for the extra spending by the Federation, but was quite significant.
- (37) This was emphasized in interview with Gilberto Arango Londono, Bogota September 1999. He could not recall a committee member being taken to court: the monitoring was effective at an earlier stage.
- (40) Based on interviews with peasant producers in Caldas. The trust expressed by some had its counterweight in vociferous criticisms on other sides. Groups such as the Unidad Cafetera have been fierce critics, and with cause on their side.
- (41) The other reason being the continued wider role the Federation has played.
- (42) A classic failure has been citrus fruits. The problem is that the Federation is not well placed to develop markets for non-coffee products.
- (43) This is the conclusion of a document prepared for the government representatives in the Comité Nacional de Cafeteros by their assessors, Bogota June 3rd 1993.
- (44) Based on interviews with members of the departmental Committee and a Municipal Committee in Caldas and on field visits, Caldas March 1999.
- (45) Interview, Oscar Marulanda, Bogota March 1999.
- (46) Trees are cut right back to a stump after four years and left to re-grow, with inter-planting of other crops meanwhile, rather than being left untouched for their natural life of 15-20 years.
- (47) Oscar Marulanda, interview, Bogota March 1999.
- (48) A subsequent research effort which could make the counterfactual more solid would be a detailed historical comparison with Costa Rica, where coffee is also produced by small farmers and no entity with the authority of the Federation has developed with the years.
- (49) To highlight what Colombia might lose today, by radically reducing the role of the Federation, it does not seem relevant to consider options which are based in a *stronger* interventionist mode, since the pressures for abolishing the Federation come from the opposite quarter. Thus we do not discuss the possibilities opened by for example the rather successful Kenyan Coffee Marketing Board.
- (50) See Thorp 1998 chapter 3.
- (51) Interview, Emilio Echeverri, Coffee Federation, Bogota September 1999.
- (52) Based on interviews in Manizales and in the Department of Caldas, but needing much more work.
- (53) This requires research on the reasons why the Federation has influence with small producers. No such study has yet been done.
- (54) This is the analysis of Diego Pizano, advisor to the Federation; the idea encountered much resonance in other interviews.
- (55) The recent study by CRECE shows how productivity correlates with education, but not (generally) with size.
- (56) Colombia has one of the above-average degrees of income inequality in Latin America. See Thorp 1991.

F. SEDUTA IV

F.03

Amaral

Ambasciatore del Brasile in UK e president Association of Coffee Producing Countries

Grazie signor Presidente.

Vorrei innanzitutto congratularmi con gli organizzatori di questo importante evento, gli sponsor e tutti coloro che hanno lavorato per rendere questa conferenza un grande successo. Il caffè fa parte della nostra storia, fa parte della storia di molti paesi che sono presenti oggi. È un'occasione tempestiva per celebrare il suo passato e rendere omaggio ai dirigenti dell'industria del caffè, ai leader del caffè nei nostri paesi e Jorge Cárdenas è sicuramente uno dei loro più illustri, ci ha mostrato la strada e lo ringraziamo. Ma è anche il momento di prepararsi al futuro, di prepararsi alle nuove realtà del ventunesimo secolo e certamente è il momento di farlo adesso in un momento critico per i produttori di caffè, ma la crisi potrebbe forse essere il momento giusto per introdurre cambiamenti e per l'innovazione e spero che questa conferenza possa essere un punto di svolta nei nostri sforzi di cambiamento.

Nel 1892, in una comunicazione al ministro dell'Agricoltura brasiliana, José Maria da Silva Paranhos, poi Console a Liverpool, e successivamente Barone di Rio Branco e padrone della diplomazia brasiliana ha presentato al suo governo le sue raccomandazioni su come promuovere le esportazioni brasiliane di caffè. Quello che è importante, ha detto, non è solo la quantità, ma la qualità. Quello che è importante non esportare di più, ma di ottenere prezzi più alti. È essenziale, ha proseguito, organizzare fiere e mostre per pubblicizzare il caffè e per assicurare, e cito, che il caffè brasiliano si trovi in vendita nei grandi centri di consumo e in noti rivenditori sotto il suo vero nome "il buon Caffè del Brasile".

Cento nove anni dopo, continuo a dire più o meno le stesse cose nelle mie comunicazioni al mio governo, ma forse con un po' più di successo e quando vedo il logo dei Cafés do Brasil in questa sede penso di avere un po' più di successo che il padrone della mia diplomazia.

Non parlo oggi per il Brasile, parlo per conto dell'Associazione dei Paesi Produttori di caffè che ho l'onore di presiedere. Penso che il parere del Barone di Rio Branco sia forse applicabile a tutti i paesi produttori anche in questo momento. Dobbiamo migliorare la qualità, dobbiamo promuovere il caffè e dobbiamo aggiungere valore. Tutti questi consigli sono forse più tempestivi che mai.

Dopo tanti distinti relatori penso di avere poco da aggiungere alla diagnosi della situazione attuale. Infatti, devo dirvi che sono un po' confuso, che mi rendo conto che tutti sono d'accordo su cose che non stanno accadendo e che la gente non vuole fare. Tutti sono d'accordo sul fatto che il mercato attuale è un grosso problema, che parte di esso deriva dagli squilibri del mercato, che il protezionismo ha un ruolo da svolgere in questa situazione attuale. La Banca Mondiale fa un mea culpa avendo condotto, indotto, talvolta costretto lo smantellamento dei consigli di caffè senza aver posto nulla in sostituzione; ma, dall'altro lato, non vedo molti vigorosi cambiamenti o movimenti per correggere questi problemi.

Non sto per parlare della diagnosi ma mi piace fare un solo punto, che credo sia importante; La crisi attuale sembra essere diversa da quella precedente. Non solo perché i prezzi in calo sembrano più profondi, ora abbiamo prezzi più bassi forse che mai, in termini reali, ma perché la natura del problema sembra essere diversa. Questo non sembra essere una crisi ciclica come in passato per due motivi, innanzitutto perché alla fine del ventesimo secolo entriamo in una nuova economia. I vantaggi comparativi non derivano più solo dalla dimensione del terreno o dal prezzo del lavoro, sempre più dipendono dal contenuto della conoscenza del prodotto, dall'istruzione, dalle capacità del lavoro, dipendono dalla tecnologia, dalle informazioni, dalla trasformazione, branding e distribuzione. La seconda differenza deriva dalla liberalizzazione dei mercati, che credo che tutti noi sosteniamo, non forse per il modo in cui è avvenuto. La cessazione del sistema delle quote dell'ICO, lo smantellamento dei consigli di caffè, la concentrazione del commercio e dell'industria nelle mani di alcune società, l'adesione di nuovi attori al mercato, l'adesione di nuovi attori nel commercio come fondi pensione ha completamente cambiato lo scenario. Di conseguenza, le forme di gestione precedenti non sono più possibili. Se combiniamo entrambi gli sviluppi, la liberalizzazione nel contesto della scarsa domanda, i guadagni della produttività, i guadagni derivanti dalla svalutazione monetaria vengono trasferiti ai consumatori, ma a causa della concentrazione del commercio e dell'industria in mano di alcuni gruppi, i guadagni non sono trasferiti ai consumatori finali nei supermercati ma vengono catturati dal commercio e dall'industria. Questo punto è illustrato da alcune cifre, i produttori possono catturare il 20% del prezzo finale del caffè, ma in alcuni casi la percentuale della loro partecipazione è inferiore al 6 o al 7% del prezzo finale e all'industria, arriva in media 30 per cento. I produttori perdono ma i consumatori non guadagnano.

I prezzi potrebbero aumentare, forse non tanto come in passato, perché abbiamo anche una struttura diversa da parte dei produttori, ma la quota dei prezzi nella catena produttiva limita i guadagni che coloro che soltanto coltivano possono aspettarsi di realizzare. Il caffè non è un problema isolato; questo problema appare in altre merci, direi per la maggior parte dei prodotti alimentari che i prezzi sono inferiori agli anni settanta. Se si confrontano i prezzi attuali con i prezzi previsti negli anni settanta i prezzi del caffè sono inferiori del 46 per cento, per il cacao 55 per cento, per il tè 45 per cento, per lo zucchero 54 per cento, per le banane 66 per cento. Poiché in alcuni paesi produttori principalmente in Africa l'80 per cento delle loro esportazioni sono materie prime e il 50 per cento in America Latina, questa è una chiara indicazione e forse una spiegazione per cui il divario tra alcuni paesi in via di sviluppo e i paesi industriali sta allargandosi anziché ridursi. Ma veniamo al caffè. Tradizionalmente, a fronte di una riduzione dei prezzi, sono disponibili due

soluzioni e si applicano due soluzioni. In primo luogo, alcune forme di gestione dell'offerta. Il Brasile, per esempio, bruciava caffè negli anni trenta. L'ICO ha stabilito un sistema di quote, ma certamente queste soluzioni non esistono più e non siamo noi a chiedere di farli ritornare. Quello che i produttori possono fare ora è quello che hanno fatto di recente, cioè una sorta di riserva volontaria da parte dei produttori al fine di ridurre le scorte, perché come sapete, esiste una correlazione tra la quantità di scorte nelle mani dei paesi consumatori e i prezzi. Nel dicembre 1999 le scorte erano circa 10 milioni di sacchi, i prezzi toccavano i 95 centesimi per libbra. Nell'ottobre 2000 le scorte sono aumentate a 18 milioni di sacchi e i prezzi arrivarono a 56 centesimi per libbra.

La ritenzione è stata in grado di togliere dal mercato fino a 7 milioni di sacchi. Se è vero che non tutti i paesi hanno partecipato, è anche vero che alcuni paesi hanno partecipato più del previsto e abbiamo potuto togliere dal mercato 7 milioni di sacchi. Se consideriamo un'ulteriore ritenzione da parte di alcuni paesi sotto forma di finanziamenti di commercializzazione, questa ritenzione fatta da alcuni paesi produttori può arrivare a 10-12 milioni di sacchi. Quindi, se questo è accaduto perché i prezzi non sono saliti? Era perché abbiamo affrontato una situazione di sovraccapacità. Vi è un sostanziale eccesso di offerta rispetto alla domanda e, se consideriamo i tre ultimi anni, questo eccesso ammonta a 22 milioni di sacchi. Quindi, quello che è accaduto è che se ritiravamo dal mercato qualcosa come 10 milioni di sacchi, dall'altra parte, le scorte crescevano perché la quantità di eccesso di offerta compensava largamente quello che si riteneva. La prospettiva potrebbe essere che questo eccesso di offerta rispetto alla domanda potrebbe aumentare perché c'è un aumento della produzione in alcuni paesi, il Vietnam produce ora da 13 a 14 milioni di sacchi, in due o tre anni potrebbe raggiungere 15-16 milioni di sacchi. Se forse la ritenzione aiuta ad evitare un'ulteriore calo dei prezzi, bisogna fare molto di più se vogliamo assicurare l'aumento dei prezzi e tutti sanno che la ritenzione non è costituita come soluzione ma come dispositivo temporaneo d'emergenza perché i paesi che lo fanno non possono permettersi finanziamenti a tempo indeterminato.

Il secondo ricorso tradizionale all'eccesso di offerta o alla diminuzione dei prezzi, e questa è la legge dell'economia, è l'adeguamento del mercato. È inevitabile, c'è la necessità di cercare di ridurre l'offerta in modo ordinato o lo faranno i mercati. Tuttavia, l'ACPC (Associazione dei paesi produttori di caffè) ritiene che solo lasciare che le cose accadano e lasciare che i mercati adeguino i prezzi è qualcosa che dobbiamo cercare di evitare, se dobbiamo ridurre l'offerta, penso che dobbiamo cercare di ridurlo in un modo ordinato e cooperativo e non attraverso un'azione senza ostacoli dei mercati e per alcuni motivi, in quanto ciò può determinare un deterioramento della qualità. Con meno denaro i produttori non avranno le risorse per pagare i fertilizzanti e per curare i loro raccolti. Non esiste una soluzione per il medio termine, in quanto ciò ridurrà improvvisamente la capacità di produrre ma questo non aiuta gli agricoltori a prepararsi alle nuove realtà del futuro, e dopo un po' ritorneremo nella stessa situazione in cui ci troviamo di fronte ora e soprattutto questo non è una via d'uscita consigliata, perché ha un impatto sociale molto grave sui paesi già impoveriti. Ci sono paesi che hanno il 70 per cento dei loro ricavi di esportazione derivanti dal caffè. Un gran numero di circa 50 paesi meno sviluppati, appena riunitisi a Bruxelles, e che sono una preoccupazione seria della comunità internazionale, una parte sostanziale di essi trae i loro ricavi di esportazione dal caffè. Così, ciò aumenterà i problemi nel loro bilancio dei pagamenti sul piano fiscale, sulla crescita, e ciò porterà ad una povertà totale. Il perdono del debito da parte dei paesi industriali è certamente un passo molto positivo e uno sforzo lodevole, ma non ha senso affatto dare con una mano e ritirare con l'altra. Ma quali sono le risposte se le iniziative che abbiamo avuto in passato non sembrano essere la strada giusta oggi? Vorrei citare alcune opzioni: la promozione è certamente importante, e questo potrebbe essere un settore di cooperazione tra i paesi produttori e l'industria. Abbiamo molto da guadagnare lavorando insieme, sia per promuovere il caffè dove non è ancora bevuto o per aumentare il consumo nei paesi consumatori adesso. Penso che l'esempio dei produttori di olio d'oliva è sicuramente un esempio che dobbiamo tener presente. Il miglioramento della qualità è un altro importante sviluppo. Ora abbiamo la proposta di un gruppo di paesi dell'America Centrale che è stato approvato dall'ACPC (Association of Coffee Producing Countries) per lavorare insieme per ridurre l'offerta eliminando una parte di caffè di cattiva qualità. Penso che, oltre ad essere un'area in cui vi sia spazio per la cooperazione con l'industria, la Banca mondiale, certamente potrebbe anche sostenere questo sforzo.

Una terza area di azione è la diversificazione, alcuni paesi potrebbero ridurre il caffè e ricorrere ad altre merci, ma in alcuni casi la sostituzione è possibile, in altri casi è più difficile, perché non ci sono molte opzioni. Molte di queste opzioni possono e dovranno affrontare i protezionisti nei paesi industriali come nel caso del succo d'arancia, dell'olio vegetale, dello zucchero e della carne, per citarne alcuni. Come sapete, l'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) spende un miliardo di dollari al giorno per sovvenzionare l'agricoltura, ed è molto difficile trovare alternative quando ci troviamo ad affrontare una tale barriera. L'aggiunta di valore è forse uno dei percorsi più importanti per il futuro, caffè specialità, come molti paesi stanno già facendo, per esportare caffè tostati, caffè solubili.

Ma in questo settore sono in atto alcuni curiosi sviluppi. Negli ultimi anni i paesi consumatori senza aver piantato un solo albero di caffè, sono diventati esportatori di caffè. L'anno scorso gli Stati Uniti hanno importato 24 milioni di sacchi di caffè e hanno riesportato il 10 per cento, metà di questi caffè torrefatti e solubili. L'Unione europea ha importato 46 milioni di sacchi e ha riesportato 13 milioni di sacchi, quasi il 30%. È vero che ci possono trovare alcune cifre statistiche ingannevoli in questo, ma una parte sostanziale di questo è il caffè torrefatto e solubile. Negli anni settanta, gli USA hanno imposto ostacoli non tariffari all'importazione di caffè solubile e gli europei hanno aumentato la tariffa del 9% per l'importazione di caffè solubili. Ciò significa che i paesi industriali non sempre praticano ciò che predicano e stanno facendo sostituzioni all'importazione. Essi hanno creato barriere per proteggere la loro industria che ora fornisce non solo il mercato interno ma inoltre esporta.

La Banca Mondiale e il FMI negli anni Settanta, durante gli anni Ottanta, ci hanno dato il consiglio che la sostituzione dell'importazione non è una buona cosa e la maggior parte dei nostri paesi tendono ad essere d'accordo, perché sai che i paesi potrebbero essere arrivati al loro limite. Ma ciò che è difficile di capire è il motivo per cui questo buon consiglio non viene seguito ovunque. La Banca Mondiale ha anche un ruolo buono e importante da svolgere. Ha ricevuto un compito cruciale dalla comunità internazionale che è quello di ridurre la povertà, ma devo dire che i risultati finora sono deludenti. Certamente si trovano nell'ambito delle materie prime una delle principali fonti importanti per le entrate dei paesi poveri. Come ho accennato, hanno indotto lo smantellamento dei consigli di caffè,

che in una certa misura abbiamo accettato, ma senza aver posto nulla al loro posto e in alcuni paesi la situazione attuale è peggiore di quanto prima fosse. Loro non sono stati capaci fino oggi di progettare strumenti possibili per i paesi più piccoli per affrontare i mercati dei futures. La BM e il IFM hanno certamente un ruolo nella diversificazione del mercato e nell'aggregazione di valore che sarebbe forse un contributo più prezioso che promuovere l'espansione del caffè in un momento in cui abbiamo già una sovracapacità.

Anche i consumatori hanno un ruolo importante da svolgere. Se dovessero pagare un prezzo che potrebbe essere superiore a un valore ragionevole, è certamente incoraggiante sapere che il prezzo che i consumatori paga potrebbe contribuire al miglioramento delle condizioni ambientali e sociali di produzione nei paesi poveri. Il commercio equo e solidale merita di essere ampliato. Ma ovviamente, le responsabilità di trovare le soluzioni al problema attuale sono e dovrebbero essere nelle mani dei paesi produttori stessi. Ma quello che sottolineo è che in alcuni casi le loro possibilità sono limitate. La persistenza o addirittura il deterioramento della situazione attuale non dovrebbe essere nell'interesse di nessuno e la cooperazione è l'unica via d'uscita. Non stiamo parlando a favore o contro il mercato, ma l'unico punto è che vorremmo avere pari opportunità in questo mercato per il finanziamento e l'accesso ai nostri prodotti. L'ACPC ha già invitato l'industria commerciale e ribadisco ora questo invito a lavorare insieme in settori di interesse comune come la qualità e la promozione. Sarò molto felice di avere una risposta positiva al nostro invito. Ci rivolgeremo ai governi e parleremo ancora e ancora sul commercio. Discuteremo con la Banca mondiale il loro ruolo, non ci sarà alcuna politica che possa essere efficace nella riduzione della povertà senza affrontare in modo serio il problema dei prezzi delle materie prime.

Spero che questa conferenza, la prima Conferenza Mondiale del Caffè, con un pubblico così impressionante potrebbe essere un punto di svolta e l'inizio di un nuovo momento di stretta collaborazione nei mercati del caffè. Il tempo in cui guarderemo non nel passato ma alle nuove realtà e opportunità del futuro con quali affronteremo in modo realistico i problemi reali piuttosto che i rimedi superficiali e temporanei.

Come coloro che hanno avuto l'opportunità di dire in un recente articolo sul caffè che uno dei modi migliori per combattere la povertà è quello di fornire ai lavoratori e agli agricoltori nei paesi in via di sviluppo l'opportunità di vendere i propri prodotti nei mercati dei consumatori a beneficio sia dei produttori che dei consumatori. La risposta migliore ai critici della globalizzazione è dimostrare che uno sforzo cooperativo può portare a opportunità più equilibrate per i produttori nei paesi poveri e per una maggiore solidarietà in un mondo globale. Se non possiamo almeno dimostrare questo, allora chi protesta contro la globalizzazione potrebbe avere ragione dopo tutto.

Grazie mille.

G PANNEL DISCUSSIONS

G.01 Gilbert

1.-



World Coffee Conference, London 17-19 May 2001

Coffee: Institutions and Development

*Why has Coffee Control Succeeded in the Past?
Can it Succeed in the Future?*

Christopher L. Gilbert
Economic and Social Institute, Vrije Universiteit, Amsterdam

1.- Conferenza Mondiale del Caffè,
Londra 17-19 maggio 2001

Caffè: Istituzioni e Sviluppo

Perché il Controllo del Caffè ha avuto Successo nel Passato?
Potrebbe avere Successo nel Futuro?

Christopher L. Gilbert
Economic and Social Institute, Vrije Universiteit, Amsterdam

2.-



Coffee Market Institutions

- National (marketing boards, producers' &/or exporters' associations) or international (ICO, ACPC)
- National organizations can either transmit government policy *down* to producers (marketing boards) or producer interests *up* to government (producer associations)
- Rosemary Thorp has rightly emphasized the importance of the Colombian Federación Nacional de Cafeteros. One of the strengths of the Federación is that it combined both these functions.
- This is difficult to replicate in other countries.


2. **Istituzioni del Mercato del Caffè**

- Nazionali (Consigli di marketing, produttori &/o associazioni di esportatori) o internazionali (ICO, ACPC).
- Le organizzazioni nazionali possono trasmettere le politiche del governo verso i produttori (consigli di marketing) o gli interessi dei produttori verso il governo (associazioni di produttori).
- Rosemary Thorp ha giustamente acceso i riflettori sull'importanza della Federación Nacional de Cafeteros. Uno dei punti di forza della Federación è che ha combinato tutte le funzioni.
- Questo schema è difficilmente ripetuto in altri Paesi.

3.-

Comments on Bates & Thorp

- If I have a criticism of Bates and Thorp, it is that they look backwards, not forwards.
- The Federación was able to look after Colombian coffee farmers because coffee was a rich crop.
- The Federación deal was that government would tax coffee but the Federación spend part of the tax revenue.
- Coffee is now a poor crop, with little revenue.
- Does the Federación still have a role? Might Colombia now be better served by the private sector?



3.- Commenti su Bates & Thorpe

- Se ho una critica da fare su Bates and Thorp, è che mirano indietro e non davanti.
- La Federación è stata capace di prendere cura dei produttori di caffè colombiani perché il caffè era un raccolto ricco.
- L'affare della Federación era che il governo tassava il caffè ma la Federazione spendeva parte dell'introito fiscale.
- Oggi il caffè è un raccolto povero con poco introito.
- C'è ancora spazio per la Federación? No sarebbe oggi la Colombia servita meglio dal settore privato?

4.-

The International Coffee Agreement

- I agree with Bates (*Open Economy Politics*, 1997) that the coffee agreement raised the coffee price.
- I believe that if coffee control had remained effective, prices would have been higher in the early '90s (and now) than was (is) the case.
- I suggest that the Federación will only have a useful future if coffee control can be restored.



4.- L'Accordo Internazionale del Caffè

- Sono d'accordo con Bates (*Open Economy Politics*, 1997) che l'accordo del caffè aumentò il prezzo del caffè.
- E' mio parere che se il controllo del caffè fosse continuato, i prezzi sarebbero stati ancora più alti all'inizio degli anni '90 (oggi) di quello che era (è) il caso.
- Suggestisco che la Federación tendrá solamente un futuro utile se si riesce a restaurare il controllo del caffè.

5.-

Commodity Agreements as Cartels

- I see International Commodity Agreements as *internationally-sanctioned cartels*.
- This characterization applied to the coffee, sugar and tin agreements, but not to cocoa or rubber.
- In an internationally-sanctioned cartel, producer governments act to restrict supplies (ie as a cartel) but under international law and subject to the consent of consumer country governments.




5.- Accordi della Materia Prima come Cartelli Autorizzati

- Considero gli Accordi Internazionali sulle Materie Prime come *Cartelli internazionalmente autorizzati*.
- Questa caratterizzazione si applicava al caffè, lo zucchero e lo stagno ma non al cacao o la gomma.
- In un cartel autorizzato internazionalmente, i governi dei produttori attuano per ridurre l'offerta (come in un cartello) ma sotto la legge internazionale e soggetto al consenso dei governi dei paesi consumatori.

6.-

Benefits to Producers

- Restriction of supplies will raise prices.
- Producers clearly benefit from a cartel in periods of excess capacity ...
- ... but, over time, the benefits tend to be eroded by efficiency losses and through rent-seeking.
- Producers can form a cartel by themselves (OPEC), but this is not always effective (CIPEC) ...
- ... delegates to this conference will make their own judgments on the effectiveness of the ACPC.



6.- Vantaggi per i Produttori

- Le restrizioni all'offerta aumenteranno i prezzi.
- I produttori chiaramente beneficiano di un cartello nei periodi di eccedenza di capacità...
- ...ma con il tempo i vantaggi si erodono con la perdita dell'efficienza e tramite la ricerca di una renta.
- I produttori possono fare un cartello da soli (OPEC) ma questo non sempre porta risultati (CIPEC)...
- ...delegati a questa conferenza faranno i propri giudizi sulla efficienza del ACPC (Association of Coffee Producing Countries).

7.-

Free Riding

- Free riding is the major cartel enforcement problem.
- Producers who are small &/or high cost &/or rapidly expanding have an incentive to stay out.
- Free riders enjoy the benefits of the high cartel prices without paying the cost of a reduced level of exports.
- In a free market, producers cannot control free riding
- ... but consumers can, by agreeing only to import from cartel members.



7.-


Corsa libera

- Correre liberamente è il maggiore problema di supporto a un cartello.
- Produttori che sono piccoli &/o costi alti &/o in rapida espansione hanno un incentivo per restare fuori.
- Liberi corridori godono dei benefici dei alti prezzi del cartello senza pagare il costo e una riduzione del livello di esportazione.
- In un mercato libero, i produttori non possono controllare i corridori liberi.
- ...invece i consumatori riescono a controllarli, accettando di importare soltanto ai membri del cartello.

8.-

Bates's View

- If producers cannot unilaterally enforce an effective cartel, are not consumers (in particular, the USA) better off with a low price free-for-all?
- Bates argued US membership reflected perceived political benefits: "In response to the question, Why should consumer nations join an agreement that, like the , would raise producer prices? we can thus answer: for security reasons. The United States was willing to trade economic costs for political benefits." (Bates, 1997, p. 125)



8.-

Il punto divista di Bate

- Se i produttori non riescono a rinforzare un cartello effettivo, non si trovano i consumatori (particolarmente negli USA) meglio con prezzi bassi liberi a tutti?
- Bates discuteva che la qualifica di membro rifletteva benefici politici percepiti: "in risposta alla domanda, Perché dovrebbero i paesi consumatori aderire a un accordo che al si aumenteranno i prezzi ai produttori? Possiamo dunque rispondere: per questioni di sicurezza. Gli USA erano disposti a scambiare costi economici per benefici politici"

(Bates, 1997, p. 125)

9.-

What's in it for Consumers?

- This assumes that consumers are offered the choice between a cartel and the free market.
- The effective choice may be between a partially effective unilateral cartel and a fully effective cartel supported by consumers.
- By supporting the cartel, consumers can prevent free riding, but can impose a lower price. *Pace Bates*, they can benefit directly.
- The core producers also gain because they have a higher share of exports. The free riders lose.



9.-

Cosa guadagnano i consumatori


- Questo assume che i consumatori hanno la scelta tra un cartello e il mercato libero.
- La scelta effettiva dovrebbe essere tra un cartello unilaterale effettivo parzialmente e un cartello totalmente effettivo sostenuto dai consumatori.
- Dando supporto al cartello i consumatori evitano i corridori liberi ma possono imporre un prezzo più basso. *Pace Bates*, possono beneficiare direttamente.
- I produttori di base possono anche guadagnare perché hanno un maggiore quota d'esportazione. I corridori liberi perdono.

10.-

Numerical Example

Two low cost producers and one high cost, free riding producer.
Numbers are computed as the Nash solution to a cooperative cartel game.

	Price	Low Cost Producers (2)		High Cost Producer (1)		Consumer Value
		Out-put	Profit	Out-put	Profit	
Fully effective cartel	56	17	778	10	366	958
Partially effective cartel	46	18	630	19	485	1485
Commodity agreement	40	23	692	14	276	1803



10.-

Esempi numerici

Due produttori a basso prezzo e un produttore corridore libero con prezzo alto.
I numeri sono computati come una soluzione in un gioco di cartello di cooperativa

	Price	Low Cost Producers (2)		High Cost Producer (1)		Consumer Value
		Out-put	Profit	Out-put	Profit	
Fully effective cartel	56	17	778	10	366	958
Partially effective cartel	46	18	630	19	485	1485
Commodity agreement	40	23	692	14	276	1803

11.-

International Coffee Control 1962-89

- I claim that coffee control conforms to this model ...
- There are two components to this claim -
- 1 Consumer governments enforced export quotas by requiring official ICO certificates of origin for all coffee imports.
- 2 Producer governments (led by Brazil and Colombia) threatened unilateral cartel action if no agreement could be reached with consumers.
- Coffee control required both these elements.



11.- Controllo Internazionale del Caffè 1962-89

- Dichiaro che il controllo del caffè si conforma a questo modello...
- Ci sono due componenti a questa richiesta.
- 1. Governi consumatori rinforzano le quote di esportazione richiedendo certificati ufficiali dell'OIC per tutte l'importazioni di caffè.
- 2. Governi produttori (capeggiati dal Brasile e dalla Colombia) hanno minacciato una azione unilaterale di cartello se non si raggiungeva un accordo con i consumatori.
- Il controllo del caffè richiedeva ambi questi elementi.

12.-

The Threat of Unilateral Action

- Brazil and Colombia coordinated Latin American retention in the 1950s, resulting in the 1st Agreement.
- After the 1972 lapse of controls, Brazil coordinated moves towards a unilateral producer cartel, starting from a 1974 meeting in Caracas.
- When no agreement was reached with consumers on price triggers, the Bogota Group (led by Brazil and Colombia) set up a fund to support the coffee price. This eventually led to the 3rd Agreement.



12.- La Minaccia di Azione Unilaterale

- Il Brasile e la Colombia coordinarono la ritenzione Latino americana di caffè nel 1950, che risultò nel 1° Accordo.
- Dopo il lapsus di controlli del 1972, il Brasile coordinò movimenti verso un cartello di produttori unilaterale, a partire da un incontro nel 1974 in Caracas.
- Quando non si raggiunse un accordo con i consumatori su triggers di prezzo, il Gruppo di Bogota (capeggiato da Brasile e Colombia) creò un fondo per dare supporto al prezzi del caffè. Questo eventualmente portò al 3° Accordo.

13.-

Why Did Coffee Control Break Down?

- In my view, because the producer threat of unilateral cartel action became less credible.
 - ▶ Rent-seeking - farmers were no longer always the major beneficiaries of high prices.
 - ▶ Tension between arabica and robusta producers.
 - ▶ Expansion of production in new producing countries.
 - ▶ Brazilian ambivalence towards control (Brazil is now the second largest coffee consuming country).



13.- Perché il Controllo del Caffè fu Sospeso?

- Per me, in quanto la minaccia dei produttori di un'azione di cartello unilaterale divenne meno credibile.
- Agricoltori in cerca di renta non erano più sempre i maggiori beneficiari dei prezzi alti.
- Tensioni tra produttori di Arabica e Robusta.
- Espansione di produzione in nuovi paesi produttori.
- L'ambivalenza di Brasile verso il controllo (Brasile oggi è la nazione con il secondo più largo consumo di caffè domestico).

14.-

The Current Market Situation

- The coffee price is currently very low.
- This is due to four factors
 - a excess of production over consumption
 - b accumulation of stocks in consuming countries
 - c exchange rate depreciation in many producing countries (Brazil, Indonesia, Uganda, Vietnam ...)
 - d steady productivity advance in coffee production and marketing.
- A control scheme could address a and b, not c or d.

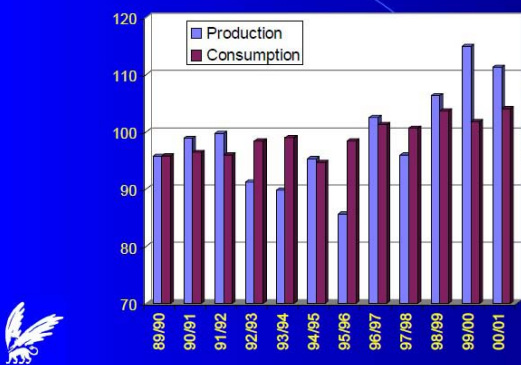


14.- La Situazione Attuale del Mercato

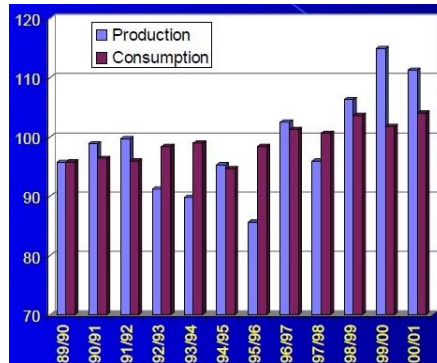
- Il prezzo del caffè oggi è molto basso
- Questo dovuto a quattro fattori
 - a) Eccesso di produzione contro consumo.
 - b) Accumulo di riserve nei paesi consumatori.
 - c) Tassa di cambio depresta in molti paesi produttori (Brasile, Indonesia, Uganda, Vietnam...).
 - d) Continuo avanzo produttivo nella produzione di caffè e marketing.
- Un schema di controllo potrebbe dirigersi verso a e b, ma non verso c e d

15.-

Production & Consumption 1989 - 2000

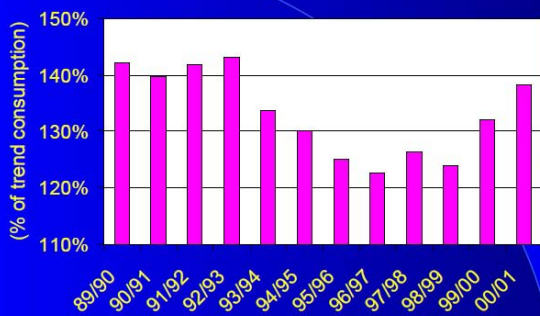


15.- Produzione e Consumo 1989 – 2000



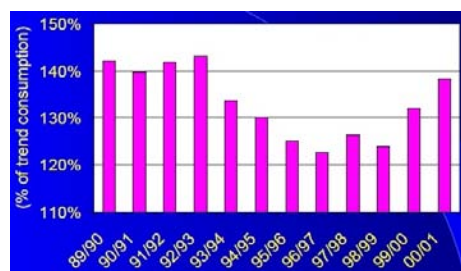
16.-

Coffee Availability - 1989-90 to 2000-01



Availability = $(Q_{t-1} + Q_t + E_t Q_{t+1}) / 3 + SC_{t-1} + SQ_{t-1} / 2$ where Q is production and SC and SQ are end crop year producer and consumer stocks.

16.- Disponibilità di Caffè 1989-90 a 2000-01



Disponibilità = $(Q_{t-1} + Q_t + E_t Q_{t+1}) / 3 + SC_{t-1} + SQ_{t-1} / 2$
dove Q è produzione e SC e SQ sono ultimo raccolto annuale produttore e riserve consumatore

17.-

Coffee Retention

- In my opinion, retention is unlikely to be effective ...
- Export quotas are not enforced by importing countries; no agreement to enforce quotas is likely.
- The fundamental imbalance is between production and consumption. If this imbalance is not addressed, retention will require producing countries to carry very high levels of stock.
- Retained stocks will still be available to the market if the price rises sufficiently. Knowledge of this will tend to keep prices down.



17.- Retenzione di Caffè

- Nella mia opinione, la ritenzione non sarà effettiva.
- Le quote di esportazione non sono supportate dai Paesi Importatori, non c'è un accordo per rinforzare le quote.
- Lo squilibrio fondamentale è tra la produzione e il consumo. Se questo squilibrio non viene affrontato la ritenzione chiederà che i paesi produttori abbiano alti livelli di riserve.
- Riserve ritenute saranno sempre disponibili nel mercato se i prezzi si alzano sufficientemente. Saperlo farà scendere i prezzi.

18.-

Coffee Diversion

- Diversion of coffee to alternative uses has the potential to be more effective.
- By diverting low quality coffee, quality may be raised.
- Diversion is more likely to obtain consumer support, and also consumer cooperation in implementation.
- Diverted stock is no longer available for normal consumption - so the price impact will be greater.
- But if production continues to exceed consumption, a continuing diversion policy will be required.
- Diversion would have been more effective in the early '90s when the problem was one of excess stocks.



18.- Diversione del caffè

- La deviazione del caffè a usi alternativi ha il potenziale per essere più efficace.
- Spostando il caffè di bassa qualità, la qualità può essere sollevata.
- La deviazione può probabilmente ottenere il sostegno dei consumatori, e anche la cooperazione dei consumatori nell'implementazione.
- Lo stock deviato non è più disponibile per un consumo normale, quindi l'impatto sui prezzi sarà maggiore.
- Ma se la produzione continua a superare il consumo, sarà necessaria una politica di deviazione continua.
- La deviazione sarebbe stata più efficace nei primi anni '90 quando il problema era eccesso di riserve.

19.-

Other Solutions

- The current problem is one of excess productive capacity - too large an area under cultivation.
- ▶ Farmers might be encouraged to grub up coffee trees and produce alternative crops.
- ▶ Alternatively, farmers might be encouraged to replant early. This would take land out of production for 3-4 years, and may also raise quality.
- Both policies require an incentive scheme.
- These policies should be seen as complementing, not substituting, a diversion scheme.



19.- Altre soluzioni

- Il problema attuale è un eccesso di capacità produttiva - un'area di coltivazione troppo grande.
 - Gli agricoltori potrebbero essere incoraggiati a estirpare gli alberi di caffè e produrre colture alternative.
 - In alternativa, gli agricoltori potrebbero essere incoraggiati a reimpianti anticipati. Ciò avrebbe portato terreno fuori produzione per 3-4 anni, e aumentare la qualità.
- Entrambe le politiche richiedono uno schema di incentivazione.
- Queste politiche dovrebbero essere considerate complementari, non sostitutive di uno schema di deviazione.

20.-

Conclusions

- Coffee control worked through cooperation between producers and consumers - this was in the direct economic interests of both parties.
- The threat of unilateral action was important in generating cooperation; control broke down when this threat ceased to be credible.
- An effective control scheme to deal with the current market imbalance will also benefit from cooperation.
- Coffee diversion has the potential to be more effective than retention; but neither policy addresses the fundamental production-consumption imbalance. This requires incentives to reduce the area under cultivation - at least temporarily.



20.- Conclusioni

- Il controllo del caffè ha funzionato attraverso la cooperazione tra produttori e consumatori - questo era negli interessi economici diretti di entrambe le parti.
- La minaccia di un'azione unilaterale era importante per la generazione della cooperazione; il controllo si è rotto quando questa minaccia cessò di essere credibile.
- Un efficace sistema di controllo per affrontare lo squilibrio del mercato attuale beneficerà anche della cooperazione.
- La deviazione del caffè ha il potenziale di essere più efficace della ritenzione; ma nessuna di queste politiche affronta lo squilibrio fondamentale tra la produzione e il consumo. Ciò richiede incentivi per ridurre l'area colturale - almeno temporaneamente.

G PANNEL DISCUSSIONS

G.02 Pizano

Le istituzioni del caffè e lo sviluppo economico nei paesi produttori

Diego Pizano ** Consulente Internazionale e Economico,
Federazione Nazionale dei Coltivatori di Caffè (FEDERACAFE).

Carta presentata alla Conferenza Mondiale del Caffè

Londra, 19 maggio 2001.

I pareri espressi sono la sola responsabilità dell'autore.

Desidero ringraziare il Ministro dell'Agricoltura del Brasile, che sta guidando questa sessione, per le sue parole. Uno degli accademici più creativi del XX secolo, il matematico ungherese Paul Erdős (1), diceva che la mente umana era una macchina per trasformare il caffè in teoremi matematici. Vorrei aggiungere che il caffè stimola la mente in tutti i campi della conoscenza, che vanno dalla musica all'arte alla filosofia e all'economia. Dobbiamo solo ricordare la famosa Cantata deli caffè di Bach e notare il modo lucido in cui gli oratori di questa Conferenza hanno presentato i loro argomenti. Sono sicuro che nel preparare i loro documenti hanno bevuto molte tazze di quella bevanda affascinante. Comincerò a commentare alcuni aspetti degli argomenti interessanti dei professori Bates e Thorp e dell'ambasciatore Sergio Amaral, seguendo alcuni commenti basati sul mio lavoro.

Non c'è dubbio che la riduzione della povertà è uno degli obiettivi più importanti dei paesi in crescita del caffè in Asia, Africa e America Latina. È evidente che per raggiungere questo obiettivo è necessario un

processo dinamico di crescita autosufficiente. C'è un corpo solido di prove empiriche che i paesi che hanno sostanzialmente accelerato la loro crescita economica sono anche riusciti a raggiungere una rapida riduzione della percentuale della popolazione che vive in povertà estrema. Un'economia dinamica è una condizione necessaria (ma non sufficiente) per affrontare efficacemente il problema della povertà e della emarginazione. Per questo motivo, la questione delle determinanti della crescita economica e del ruolo delle istituzioni in questo processo è estremamente importante. In questo breve documento, mi accosto alla questione con particolare riferimento al ruolo svolto dalle istituzioni del caffè nel processo di sviluppo nei paesi produttori.

A.- Istituzioni e sviluppo economico

Dalla pubblicazione della Ricchezza delle Nazioni di Adam Smith più di duecento anni fa, gli economisti hanno cercato di individuare i principali fattori che influenzano lo sviluppo economico in diversi paesi. Perché alcuni paesi riescono a raggiungere tassi di crescita annuali di oltre il 6 per cento in lunghi periodi, mentre altri registrano una crescita lenta o addirittura stagnazione?

Vi è una vasta letteratura sulle determinanti della crescita e dello sviluppo. Alcuni accademici e analisti hanno postulato fattori quali il progresso tecnico e la produttività totale dei fattori; disponibilità di manodopera, energia e risorse naturali; economie di scala; tassi di risparmio e di investimento; infrastrutture fisiche e sociali (sanità, istruzione); la solidità del settore finanziario; la stabilità macroeconomica e la formazione del capitale fisico e umano come elementi decisivi nella velocità e nella natura della crescita economica nei diversi paesi. Ma, come sostenuto costantemente dal professor Douglass North, vincitore del Premio Nobel per l'economia (2), queste variabili non possono rappresentare il processo economico nel suo complesso e in alcuni paesi non rappresentano neppure gran parte di ciò che è accaduto. Secondo lui, le istituzioni, intese come regole del gioco, insieme a politiche e regolamenti hanno svolto un ruolo fondamentale nel processo di allocazione delle risorse e dello sviluppo economico di tutti i paesi. Questo argomento è così importante che merita una spiegazione più dettagliata.

Per il prof. North, le istituzioni sono le regole del gioco e i codici di condotta (formale e informale) ideati per una particolare società; fissano norme di cooperazione e concorrenza e definiscono il sistema dei diritti di proprietà applicabili sia al mercato delle merci che al mercato dei fattori produttivi. Le istituzioni stabiliscono il quadro in cui gli esseri umani interagiscono tra loro. Questo quadro è costituito da norme, regolamenti e codici etici e giuridici che condizionano e limitano il comportamento dei vari agenti economici. Se le istituzioni forniscono le regole del gioco, le organizzazioni e i dirigenti sono gli attori o i giocatori. Secondo North, le organizzazioni sono costituite da gruppi di persone che si riuniscono per raggiungere obiettivi comuni. Ci sono Organizzazioni politiche (il Congresso, per esempio), economiche (sindacati, imprese e cooperative), istruzione (università, università) e sociali (chiese, club).

Nel discorso che lui ha tenuto a Stoccolma nel ricevere il Premio Nobel per l'Economia nel 1993 (3), North ha allargato questi concetti affermando che le istituzioni definiscono una struttura di incentivazione della società e, di conseguenza, le istituzioni politiche ed economiche sono determinanti essenziali della performance economica. Solo se i costi di transazione sono pari a zero, le istituzioni non hanno importanza, come dimostrato da Coase nel 1959 (4). I sistemi economici e politici che sono riusciti ad avere istituti flessibili e bassi costi di transazione e sono stati in grado di sopravvivere agli improvvisi cambiamenti che avvengono intorno a loro, hanno mostrato la più grande efficacia adattativa. Secondo North il crollo dell'Unione Sovietica può essere inteso applicando un modello di questo tipo. Il sistema economico di questa superpotenza non ha consentito l'allocazione efficiente delle risorse produttive. Vorrei aggiungere che il cambiamento istituzionale avviato dal signor Deng in Cina ha reso possibile a tale paese di accelerare sostanzialmente la sua crescita e milioni di persone sono state tolte dalla povertà durante l'ultimo decennio. Questi due esempi illustrano chiaramente la grande importanza delle istituzioni nel determinare le prestazioni economiche dei diversi paesi.

Durante la sua recente visita a Bogotá, il professor North ci ha detto che se una determinata società crea incentivi alla pirateria, ci saranno molti pirati e pochi marinai. Se crea incentivi per i burocrati, ci saranno molti dipendenti pubblici e se crea incentivi per le attività del settore privato, così come la Costituzione degli Stati Uniti, ci saranno molti uomini d'affari.

Come può essere applicato questo schema istituzionale all'economia internazionale del caffè? La risposta è chiara. A livello internazionale, le istituzioni più importanti sono state l'Accordo Internazionale del Caffè, i mercati dei futures, il sistema Stabex, l'Accordo di Ritenzione, l'Organizzazione Internazionale del Caffè, la borsa di New York e di Londra, la Commissione Europea e l'ACPC (Associazione Paesi Produttori di Caffè). A livello nazionale, il quadro istituzionale nei paesi produttori è fornito dalla politica del caffè nazionale e dal sistema sociale e giuridico applicabile in ciascun paese. Nei paesi consumatori ci sono naturalmente anche istituzioni e organizzazioni che hanno influenzato il comportamento del settore. Nuovi sistemi di commercializzazione per il specialty coffee sono chiaramente un'innovazione di natura istituzionale. Mi concentrerò nel mio documento sul caso dei paesi esportatori. In termini organizzativi, mi riferisco al tipo di istituto o consiglio di marketing responsabile dell'esecuzione delle politiche del paese. A questo punto della mia analisi nasce una domanda ovvia ma molto importante: quali tipi di istituzioni e organizzazioni si sono dimostrate più efficaci a livello internazionale e nazionale? Questo è il tema fondamentale della sezione successiva.

B.- Istituzioni del caffè

Prima di analizzare i vari modelli utilizzati dai paesi esportatori, vorrei fare brevi commenti sulle istituzioni internazionali. Innanzitutto, si può argomentare, come è stato fatto dal professor Robert Bates (5), che l'Organizzazione internazionale del caffè era un'istituzione efficace in termini di suoi effetti sulla stabilità dei prezzi e sui redditi migliori nei paesi produttori. Dove differisco da questo distinto professore è nella sua

valutazione dell'influenza relativa dei fattori politici ed economici. È chiaro che la minaccia del comunismo in America Latina è stata un fattore particolarmente importante nella volontà del presidente Kennedy di sostenere la negoziazione dell'accordo nel 1962. Il professor Bates ritiene che questo tipo di considerazione politica ha svolto un ruolo fondamentale per garantire il sostegno dei Paesi che consumano caffè. Senza voler ridurre l'importanza di questo fattore, ho sostenuto, qualche anno fa (6), che nel contesto di un oligopolio bilaterale, aveva un senso economico per i partecipanti concordare alla creazione di una fascia di prezzo accettabile per entrambe le parti. Partecipando attivamente alla formazione delle regole del gioco per l'Accordo, i paesi importatori potevano difendere gli interessi dei consumatori. Se l'accordo avesse funzionato come un cartello di produttori, questo non sarebbe ovviamente possibile. Il professor Gilbert è giunto alla stessa conclusione attraverso un percorso diverso (7). Senza le sue clausole economiche, quale ruolo può svolgere l'accordo? Possono essere menzionate varie funzioni (8): (a) generazione di dati affidabili per correggere i problemi di informazioni sbilanciate; b) fornire un forum per esaminare gli sviluppi e le prospettive dell'economia mondiale del caffè con la partecipazione attiva dei produttori e dei consumatori; (c) promuovere progetti nei paesi produttori con il sostegno della comunità internazionale. Qui vale la pena considerare la proposta avanzata dal professor Stiglitz questa mattina per la fissazione di una tariffa sulle importazioni di caffè nei paesi consumatori, il cui ricavo sarà restituito ai paesi produttori per stabilizzare i prezzi e sostenere progetti di sviluppo economico e sociale nelle aree di caffè; d) promuovere il consumo di caffè e il miglioramento della qualità. La ricerca sul caffè e sulla salute dovrebbe essere inclusa in questa rubrica; e) sostenere lo sviluppo sostenibile; e f) favorire la creazione di un centro internazionale per la ricerca scientifica sul caffè in linea con i centri esistenti per riso, granturco e altri prodotti. Tutte queste funzioni possono essere svolte con il sostegno del settore privato nei paesi esportatori e importatori.

Sulla ACPC, abbiamo avuto l'opportunità di ascoltare gli argomenti dell'ambasciatore Sergio Amaral. La cooperazione internazionale sul caffè è importante. La gestione ordinata della fornitura può portare a una maggiore stabilità dei prezzi e delle forniture e potrebbe anche sostenere il miglioramento della qualità, che beneficerebbe sia i produttori che i consumatori. Un programma di ritenzione può alleviare temporaneamente la situazione, ma non può risolvere i problemi associati alla sovrapproduzione strutturale. Si devono esaminare altre formule, come quelle proposte dai professori Bates e Gilbert. Un'organizzazione come l'ACPC può anche sostenere programmi di ricerca come quelli svolti dall'Istituto per il Caffè e la Salute all'università di Vanderbilt già in atto. È ovvio che questo tipo di istituzione per funzionare correttamente, deve avere la partecipazione di tutti i principali produttori e un elevato livello di disciplina e di conformità.

Per quanto riguarda il sistema Stabex, alcuni analisti hanno riconosciuto che i paesi della Convenzione di Lomé hanno beneficiato dei trasferimenti fatti ma accademici come il professor Roland Hermann dell'Università di Giessen in Germania sostengono che il suo impatto è stato molto più piccolo (9)

La questione dei mercati dei futures è complessa e non ho la possibilità di considerarla in profondità. Mi limiterò pertanto a notare che l'influenza di questi mercati nella determinazione dei prezzi aumenta quotidianamente e che i paesi in via di sviluppo devono migliorare i loro sistemi di gestione delle fluttuazioni dei prezzi. Per quanto riguarda l'impatto stabilizzante o destabilizzante dei fondi d'investimento, gli studi recenti non consentono di raggiungere alcuna conclusione definitiva su questo tema (10).

Mi rivolgo ora ai modelli di gestione nel settore del caffè. I paesi produttori di caffè hanno utilizzato vari regimi, tra cui gli organi statali, i centri di marketing, i fondi di stabilizzazione, le aste e gli organismi governati da accordi tra settore pubblico e privato. L'esperienza dimostra che nei casi in cui i produttori sono emarginati nel processo decisionale, la politica del caffè non è stata la migliore dal punto di vista dello sviluppo regolare del settore o della gestione macroeconomica del paese. Quando lo Stato è in pieno controllo di questo tipo di corpo, i livelli di tassazione tendono ad essere elevati e una parte significativa delle risorse spesso finisce in altri settori. Ci sono prove che indicano che durante i periodi di boom diversi governi non hanno agito in considerazione di interessi a lungo termine; non sono riusciti a risparmiare risorse sufficienti e hanno consentito l'esplosione della cosiddetta *malattia olandese* nelle loro economie (11).

Ora vorrei fare qualche breve commento sul modello di caffè colombiano, che è quello con cui sono più familiare. La Federación Nacional Productores de Café è stata creata nel 1927 come organizzazione senza fini di lucro. Il suo obiettivo principale era difendere i redditi dei produttori. Nel corso degli anni, la Colombia ha sviluppato un efficiente sistema di produzione, esportazione e commercializzazione che, allo stesso tempo, cerca sempre di conciliare le politiche del caffè e le considerazioni macroeconomiche. La Federazione ha promosso la ricerca scientifica, ha gestito un sistema di estensione, ha realizzato programmi di promozione e ha investito notevoli risorse nell'infrastruttura fisica e sociale delle aree di caffè. Come sono state finanziate tutte queste attività? Fin dall'inizio i produttori hanno deciso di contribuire con risorse per finanziare programmi di interesse comune. Nel 1940 è stato necessario accumulare titoli per rispettare gli impegni assunti nell'ambito dell'accordo interamericano sulle quote di esportazione. La Federazione e il Governo hanno deciso di creare il National Coffee Fund, un conto del tesoro pubblico gestito dalla Federazione e costruito dalle risorse fornite dal settore stesso.

Nel libro che ho scritto con Roberto Junguito (12) abbiamo fatto un'attenta valutazione del modello di caffè colombiano e abbiamo raggiunto la conclusione che questo ha rafforzato il vantaggio competitivo del settore, ha permesso di migliorare le condizioni di vita dei coltivatori di caffè, di assicurare la conformità agli impegni internazionali e ha contribuito in larga misura alla stabilità macroeconomica del paese. I professori Bates e Thorp hanno raggiunto conclusioni simili. Questo modello non è stato statico, ma si è adattato alle mutevoli circostanze dell'economia internazionale. Attualmente è in fase di reingegnerizzazione e di ristrutturazione per consentirgli di affrontare la difficile crisi mondiale del caffè menzionata dal Presidente della Conferenza.

Quali lezioni possono essere offerte ad altri paesi produttori di caffè? Ci sono molte. In primo luogo, occorre trovare una soluzione per il problema dell'azione collettiva. La maggior parte dei paesi in via di sviluppo ha un gran numero di agricoltori ed è molto difficile organizzarli. I contributi volontari non sono sostenibili e devono esserci contributi obbligatori per finanziare un'organizzazione forte. In secondo luogo, è indispensabile poter

contare su diritti di proprietà chiaramente stabiliti. Nei paesi in cui manca questa condizione, i piccoli produttori non hanno accesso al credito e questo complicano seriamente la lotta contro la povertà. In terzo luogo, l'interferenza politica dovrebbe essere mantenuta al minimo. Il team manageriale e professionale di queste organizzazioni deve essere stabile e ben addestrato. In quarto luogo, i traguardi e gli obiettivi devono essere chiari ed espliciti e devono esserci adeguati coordinamenti con le politiche statali. Come direbbe il veterano manager del caffè colombiano, don Arturo Gómez, per avere una solida politica del caffè, hai bisogno di un'organizzazione seria e flessibile con la capacità di formulare e realizzare progetti.

Riflessioni finali

Il professore Robert Bates ha indicato che lo studio delle questioni legate al caffè ha favorito l'economia istituzionale e ha promosso studi di notevole valore analitico. Il suo lavoro fornisce una prova sufficiente della validità della sua affermazione. Il documento preparato dal professor Rosemary Thorp è un altro esempio di un saggio ben strutturato che riunisce elementi di storia economica e la nuova economia istituzionale in modo particolarmente chiaro. Il lavoro del professor Gilbert è un prezioso esercizio che consente di sostenere la logica economica di un programma di distruzione di caffè. Concordo con gran parte di quanto detto da questi distinti accademici.

Per concludere desidero dire che se vogliamo incoraggiare la cooperazione internazionale sul caffè, se vogliamo incoraggiare la ricerca, lo sviluppo sostenibile, la promozione, il miglioramento della qualità e la gestione dei rischi con i mercati futures, dobbiamo avere solide istituzioni e organizzazioni efficienti nei paesi produttori. Non sto proponendo organizzazioni statali o forti interventi governativi nei settori del caffè. Suggesto, sulla base dell'esperienza colombiana, che occorre rafforzare le istituzioni flessibili in cui il settore privato svolge un ruolo di primo piano. Le politiche possono essere concordate con lo Stato in un'atmosfera di libertà economica, con costi di transazione ridotti e sostegno a attività come la ricerca e l'estensione che contribuiscono al bene comune.

L'esperienza internazionale ci insegna che senza un adeguato quadro istituzionale non è possibile accelerare il processo di sviluppo o ridurre significativamente i livelli di povertà. A livello internazionale, c'è anche bisogno di istituzioni solide che possano contribuire a prevenire crisi finanziarie sistematiche, migliorare l'accesso ai mercati mondiali per prodotti dei paesi in via di sviluppo e fornire risorse per la ricerca scientifica, lo sviluppo sostenibile e la soluzione di problemi globali. Come sottolineato dal professor Stiglitz in questa Conferenza e in altri scritti (13), i paesi devono gestire la loro entrata nell'economia internazionale in modo da minimizzare i rischi e gli effetti negativi e massimizzare i benefici.

Alcuni analisti ritengono che il processo di globalizzazione implica la demolizione dello Stato. Questo non è auspicabile. Ciò che deve essere eliminato è il tipo di investimento in cui lo Stato non ha alcun vantaggio comparativo. In America Latina abbiamo molti esempi di questo tipo; in vari paesi lo Stato ha investito notevoli risorse nelle linee aeree, nelle imprese industriali e nelle banche con risultati molto scarsi. Ma ci sono alcuni esempi strani. Alcuni anni fa, per esempio, l'ex ministro delle finanze del Messico, Jesús Silva Herzog, ha affermato che il governo del suo paese aveva anche gestito un night club o un cabaret e perdeva soldi nell'avventura. Secondo lui, è stata l'unica struttura del suo genere che ha mai fatto una perdita a livello mondiale! Nel caso dell'Argentina, un economista argentino mi ha detto una volta che la Banca centrale del suo paese stava gestendo una catena di saloni di bellezza; Questa è certamente un'attività molto strana per una Banca di questa natura. È chiaramente necessario ridisegnare il ruolo dello Stato e concentrare le attività del governo su settori di base come l'istruzione, la gestione della giustizia, la regolamentazione dei mercati e la stabilità macroeconomica. D'altra parte, è molto importante sfruttare bene la società civile in questi processi. Il settore privato e le organizzazioni non governative ben strutturate possono contribuire molto a tutti questi problemi di sviluppo.

- (1) On this academic see Bruce Schecter's book, *My mind is open: the mathematical journeys of Paul Erdős, Simon and Schuster, New York, 1998.*
- (2) North, Douglass, *Institutions, institutional change and economic performance, Cambridge University Press, 1990.*
- (3) North, Douglass, *Economic performance through time, in American Economic Review, June 1994.*
- (4) Coase, Ronald, *The problem of social cost, in Journal of Law and Economics, 3:1-44, 1960.*
- (5) Bates, Robert, *Open economy politics: the political economy of the world coffee trade, Princeton University Press, 1997.*
- (5) Junguito, Roberto and Pizano, Diego, *El Comercio exterior y la política internacional del café, Fondo Cultural Cafetero-Fedesarrollo, Bogotá, 1993.*
- (6) Gilbert, Christopher, *Working Paper, Amsterdam, 1998.*
- (7) Celsius Lodder, Executive Director of the ICO, has spoken on these issues on a number of occasions.
- (8) Hermann, R. *International commodity policy, London, Routledge, 1993.*
- (9) See *inter alia* Gilbert, Christopher and Brunetti, Celso, *Speculation, hedging and volatility in the coffee market, Occasional Paper, Queen Mary and Westfield College, London, 1997.*
- (10) See *inter alia* Varangis, Panos *et al*, *Managing commodity booms and busts, World Bank, Washington, 1995.*
- (11) Pizano, Diego, *Instituciones cafeteras y desarrollo economico de Colombia, Coffee Newsletter No. 10, London, Winter, 1998.* See also Junguito, Roberto and Pizano, Diego, *Instituciones y instrumentos de la política cafetera en Colombia, Fondo Cultural Cafetero-Fedesarrollo, Bogotá, 1997.*
- (12) Stiglitz, Joseph, *Globalization and growth in emerging countries, Working Paper, May 8, 2001.*

G PANNEL DISCUSSIONS

G.03 Smith

Alla Conferenza il sig. *Orin Smith*, Presidente e CEO di Starbucks Coffee, ha parlato di

"The Specialty Coffee Revolution"

Lunedì, 19 maggio 2001

This talk was presented with a series of slides. A bar chart showed the growth assessment just at the initial base of Washington State, from 61 company-operated stores in 1992 to 215 units in the year 2000. Internationally, from a start of 2 stores in 1996 (excluding 9 SCC locations in London acquired in 1998), there are 525 in 2000, with a projection of a few hundred more in 2001 (we ended 2001 with over 900 international locations). Some time in the future, the eventual aim is to run 10,000 stores, with half of them in North America (USA and Canada), and the rest in Asia Pacific, Europe, the Middle East and Africa.

Questo discorso è stato presentato con una serie di diapositive. Un grafico a barre ha mostrato la valutazione della crescita proprio nella base iniziale dello Stato di Washington, da 61 negozi aziendali nel 1992 a 215 unità nell'anno 2000. Internazionalmente, dall'inizio di 2 negozi nel 1996 (esclusi 9 punti SCC a Londra acquisiti Nel 1998), nel 2000 sono 525, con una proiezione di poche centinaia nel 2001 (abbiamo terminato 2001 con oltre 900 posizioni internazionali). Qualche volta in futuro, l'obiettivo finale è quello di gestire 10.000 negozi, con la metà in Nord America (USA e Canada) e il resto in Asia Pacifico, Europa, Medio Oriente e Africa.

The Experience + Image > Loyalty = Re-energised Consumption of Innovative Brands

L'esperienza + immagine > Fedeltà = Consumo riattivato di marchi innovativi

La presentazione ha poi avuto un paio di immagini esplicative di *nuovi vivaci negozi in Giappone*, con i giovani al "Terzo posto" dove Starbucks consegna *l'esperienza Starbucks*. Starbucks ha creato la 'specialità del caffè', un'industria che non esisteva e ha quindi riattivato il consumo di caffè. La rivoluzione ha educato milioni di consumatori ad apprezzare il caffè di qualità, per cui sono disposti a pagare un premio. Questo ha arricchito e migliorato la cultura del caffè in molti paesi.

È l'esperienza che conta. Ciò inizia con i chicchi dei paesi di origine del caffè all'impianto di tostatura di Kent, Washington, e ai consumatori, una tazza alla volta. Oltre a servire il caffè di alta qualità, Starbucks si impegna a fare la differenza nella vita delle comunità in cui opera. Il marchio ormai leggendario porta i suoi valori e le sue culture a Kuwait e Londra, Rockville nel Maryland fino Harlem a New York. Questo rispetto per i paesi di origine, i clienti e i partner (inclusi i dipendenti) crea fiducia e rispetto per il marchio.

La proprietà di negozi ha portato l'industria immobiliare nel portafoglio e l'innovazione ha portato nuove scoperte in 'Frappuccino', fresco pronto a bere caffè in bottiglia con latte aggiunto con gusto cioccolato o arancia moka. L'innovazione ha portato all'USA una nuova marca di gelato per caffè. All'estensione di tutti i partenariati, la responsabilità sociale è fondamentale.

H. SEDUTA V

H.01

Progetto Caffè e Salute

Darcy Roberto Andrade Lima, Medico (M.D.), Scuola di Medicina, Porto Alegre, RGS, Brasile – 1973

Ph.D. Su Medicina (Clinical Pharmacology), Ospedale Reale di S. Bartolomeo, Università di Londra, Regno Unito – 1982. Post - Doc. , Storia della medicina, Università di Londra, Regno Unito - 1982
Professore di Medicina e Storia della Medicina, Istituto di Neurologia, Università Federale di Rio de Janeiro, Rio, Brasile (INDC-UFRJ) - presente
Direttore Associato per gli studi di piante mediche, Istituto per gli studi sul caffè, ICS, Vanderbilt University Medical Center (Vumc), Nashville, TN, EUA

1.- Introduzione

- Le piante sono state addomesticate In tutti i tempi e luoghi, e lo sviluppo dell'agricoltura è stato un intensificarsi dell'uomo nel suo impegno di sicurezza alimentare. Senza i cereali, l'uomo sarebbe ridotto ad una vita nomade incerta e inattesa.

- L'uomo primitivo, vivendo in stretti rapporti simbiotici con il suo ambiente, era consapevole degli effetti di molti prodotti vegetali sulle sue attività mentali e fisiche.
- Contemporaneamente allo sviluppo agricolo, la selezione di piante psicotrope è sempre stata una delle attività più attrattive e determinate nella storia dell'umanità.
- Oggi le piante più utilizzate in tutto il mondo sono legali quali il caffè, l'alcool (da uva) e il tabacco e quelli illegali come la cocaina, l'oppio e la cannabis. Perché ?

2.- Perché raccolti illeciti (droga)?

- La piantagione, il commercio, il consumo e il traffico di piante che producono droghe come cocaina, eroina, marijuana è oggi uno dei più importanti e sicuramente più redditizi affari di tutto il mondo. E c'è anche la piantagione legale della droga tabacco.
- Il commercio illegale di droga gestisce risorse annuali di circa US \$ 500.000.000.000.00 (MILLE MILIARDI DI DOLLARI). Il mercato americano, il più grande del mondo per le droghe, ha creato un'impresa che produce interessi annui di circa 100.000.000.000 dollari USA (CENTO MILIARDI DI DOLLARI), doppio rispetto a quello che gli Stati Uniti spendono con petrolio.

3.- Circuiti di ricompensa del cervello

- La chimica cerebrale che porta alla depressione e all'uso compulsivo di farmaci con il perdere del controllo, creando la dipendenza, era iniziata a essere compreso solo di recente.
- Tutti i farmaci di abuso come quelli legali (nicotina, alcol) e quelli illegali (cocaina, anfetamine, oppiacei) vengono tipicamente prese in quanto producono sentimenti di euforia o alleviare sofferenza, depressione o ansia. Il modo in cui le droghe provocano piacere o ricompensa è che essi imitano le azioni dei neurotrasmettitori che attiveranno il circuito di ricompensa del cervello.
- Il sistema mesolimpico - VTA >> Nac.

4.- Problemi principali nel mondo

- La prevalenza della depressione è pari al 20% degli adulti negli Stati Uniti e questo è un problema crescente tra i giovani. Più del 15% suicida.
- Per i maschi bianchi tra i 15 ei 19 anni, il suicidio è il secondo tra tutte le cause di morte.
- Il 50% degli americani presenta temporanei problemi di salute fisica e mentale dall'assunzione di alcol, essendo il 15% della popolazione alcolica. Questo consumo sta crescendo tra i giovani in una base mondiale.
- DEPRESSIONE: perdita annuale di 43,7 miliardi di dollari, mancanza di lavoro contabile, riduzione produttiva, spese salariali, trattamento medico e spese con suicidi.
- ALCOOLISMO: basato su crimini, incidenti, cambiamenti di produttività e problemi sanitari, perdita annuale di circa 160 miliardi di dollari negli Stati Uniti.
- Gli studi epidemiologici suggeriscono una inversa relazione tra l'assunzione quotidiana di caffè e suicidio e cirrosi
- L'assunzione di caffè tra i giovani è una questione controversa e ancora in discussione.

5.- Perché caffè?

KING DAVID (dal 1000 al 962 aC) "Sapevano che David ei suoi uomini avrebbero fame, assetati e stanchi ... portarono grano, orzo, pasto, grano tostato, fagioli, piselli, miele, formaggio, crema e pecore ". (2 SAMUEL 17: 28-29) - Bevanda ebraica?

MUHAMMAD (570 - 632 A) - Profeta di Alah "quawa -kaweh - caffè" forza - bevanda islamica?

Papa CLEMENT VIII (1592-1605) - caffè X alcool: bevande cristiane?

6.- Caffè non solo caffeina

- Quasi tutti gli articoli scientifici pubblicati sulla caffè fino all'attenzione attuale riguardano il suo contenuto di caffeina e gli effetti cafffenici purificati sull'organismo umano o sugli studi sugli animali. La caffeina è considerata l'ingrediente psicoattivo principale del caffè, che può non essere vero.
- La caffeina è uno degli ingredienti più approfonditi dell'alimentazione umana e è ben accertato che non esiste una carenza di ricerca sugli effetti della caffeina sulla salute umana.
- Ci sono prove convincenti che dimostrano che la caffeina è sicura se consumata con moderazione, fino a 500 mg al giorno. Rischi significativi per la salute possono cominciare a emergere a 500-600 mg al giorno

7.- Il caffè è una pianta nutraceutica maggiore

Tabella 1. sostanze che si trovano in chicchi di caffè e caffè tostato *

Composto	Stabilità torrefazione	Caffè arabica	Caffè Robusta
CAFFEINA	termostabile	1-1,5%	2,0-3,5%
TRIGONELLINA	dipende torrefazione	1%	0,75%
NIACINA (VITAMINA PP)	dipende torrefazione	0,5%	0,5%
ACIDI CLOROGENICI	dipende torrefazione	5-7%	7-9%
AMINOACIDI	dipende torrefazione	2,0%	2,5%
SALI MINERALI	dipende torrefazione	3-4,0%	4-5%
ZUCCHERI	dipende torrefazione	50-55%	35-45%
LIPIDI	dipende torrefazione	10 - 20%	10-15%
ALTRI	dipende torrefazione	20-30%	25-45%

(Cafestol, oli, pigmenti, cenere, acqua, ecc ...)

* Caffè molto torrefatto (tostatura molto scura) può avere principalmente caffeina, ceneri e le tracce di molti altri composti

Ref. LIMA, D.R. et al. ACTA PHARMACOLOGICA SINICA, 21 (12), 1057 - 1216 , 2000

8.- Acidi clorogenici da caffè

..... circa il 99% delle persone che bevono il caffè pensano che il caffè sia solo caffeina le università statunitensi leader e centri di ricerca ben riconosciuti in tutto il mondo stanno scoprendo gli effetti sani di moderata assunzione di caffè quotidianamente (fino 4 tazze al giorno) esiste una relazione inversa tra l'assunzione di caffè e la depressione / suicidio.

La malattia depressiva raggiunge in qualsiasi periodo di 1 anno quasi 18 milioni di adulti statunitensi e un numero significativo di giovani. Quasi 11 milioni di statunitensi non riescono a riconoscere la loro malattia e ottenere il trattamento. Per i maschi bianchi tra i 15 ei 19 anni, il suicidio è il secondo tra tutte le cause di morte; Per i medici di meno di 40 anni, si classifica per primo.C'è un Rapporto inverso tra l'assunzione di caffè e l'alcolismo / cirrosi. Circa il 90 per cento delle persone adulte al mondo bevono regolarmente bevande alcoliche e 40-50 per cento di essi, in particolare gli uomini, hanno problemi provocati dall'alcol. Circa il 10 per cento degli uomini e il 5 per cento delle donne sviluppano l'alcolismo persistente. Negli Stati Uniti, due terzi di tutti gli adulti occasionalmente usano l'alcool e almeno il 15 per cento degli utenti può essere considerato bevitori "pesanti". La dipendenza dall'alcol è un problema che colpisce più di 18 milioni di statunitensi e rappresenta il più grande problema della salute pubblica negli Stati Uniti. ... la malattia cardiaca aterosclerotica coronaria (CAHD) è la causa più comune di disabilità cardiovascolare e la morte negli Stati Uniti. Gli studi epidemiologici hanno identificato una serie di importanti fattori di rischio per la malattia cardiaca prematura. Queste includono una storia familiare positiva, l'età, il sesso maschile, le anomalie lipidiche, ipertensione, inattività fisica, fumo di sigaretta, diabete mellito e ipostrogenemia nelle donne. Recenti studi di casi-controllati suggeriscono che la depressione può essere un fattore di rischio per la malattia cardiaca ischemica negli uomini ma non nelle donne e che è indipendente dallo stato di fumo, dal diabete o dall'ipertensione. Un recente Studio Scozzese sulla Salute del Cuore ha rilevato che l'aumento del consumo di caffè è stato associato con effetti benefici per la mortalità e la morbilità coronarica. LO STUDIO DEL CAFFÈ SUL CUORE sotto il coordinamento scientifico dell'autore e il dottor Mario Maranhão, presidente della FEDERAZIONE MONDIALE DEL CUORE, sarà istituito su base mondiale per testare i vantaggi del caffè sul cuore studi recenti hanno rilevato che il caffè ha diversi effetti metabolici che potrebbero ridurre il rischio di formazione di calcoli biliari negli uomini. La colelitiasi e la malattia del tratto biliare infiammatorio costituiscono un grave problema di salute negli Stati Uniti. Circa il 10% degli adulti di più di 40 anni hanno calcoli biliari e oltre il 10% degli uomini e il 20% delle donne hanno calcoli biliari all'età di 65 anni; Il totale supera i 20 milioni di persone. Anche se i calcoli biliari sono più comuni nelle donne che negli uomini, aumenta l'incidenza in entrambi i sessi e in tutte le razze con l'invecchiamento. L'obesità è un fattore di rischio per i calcoli biliari, soprattutto nelle donne, e la rapida perdita di peso, in particolare in obesi aumenta il rischio di formazione di calcoli biliari sintomatica. Negli Stati Uniti nel 1991, più di 5 miliardi di dollari sono stati spesi per il trattamento della malattia da calcoli biliari e sono state eseguite circa 600.000 colecistectomie.

... c'è una forte associazione tra l'assunzione di caffè e una minore incidenza del cancro del colon. Il cancro del colon-retto è la seconda causa principale di morte a causa della malignità negli Stati Uniti. Circa il 5% degli statunitensi svilupperà il cancro del colon-retto con circa 135.000 nuovi casi e 55.000 decessi che si verificano annualmente ...e il caffè non è solo la caffeina.

Il caffè ha più di 1.000 composti come vitamina PP (niacina), aminoacidi, zuccheri, lipidi, minerali, cafestolo, acidi clorogenici (CGA), tra molti altri ancora da studiare.

... gli antagonisti oppiacei (naltrexone) sono gli unici farmaci approvati dalla FDA per trattare l'alcolismo, un grave problema mondiale.

... l'umore depresso è associato alla dipendenza dalla nicotina. Poiché ci sono prove che la nicotina attiva il rilascio di oppioidi endogeni, il naloxone dell'oppio antagonista è stato valutato negli studi clinici a breve termine per il suo effetto sull'astinenza della nicotina e dati preliminari dimostrano che naloxone provoca una piccola ma significativa diminuzione della voglia e del fumo.

Recentemente la FDA ha approvato l'uso di antidepressivo na, bupropion, come un supplementare al trattamento della dipendenza della nicotina.

... il caffè ha molto più acidi clorogenici (CGA) con una potente azione antagonista dell'opioide (6-9%) rispetto alla caffeina (1 - 2,5%) e quando si beve il caffè, la CGA supera la caffeina nel sangue e nel cervello. In questo modo il buon umore, la mancanza di depressione e la voglia di alcol sembrano essere legati alla CGA dal caffè che agisce nel sistema limbico, mentre il miglioramento dell'attenzione e della memoria a causa del suo contenuto di caffeina (1-2%) che agisce nel cervello e nella corteccia cerebrale. Questo spiega perché il caffè non è solo sano ma la vera bevanda del pensiero. E perché milioni di persone godono nel bere caffè ogni giorno.

... degli studi in corso con i giovani nelle scuole in Brasile stanno dimostrando che un tasso più elevato di partecipazione a programmi di colazione scolastici con caffè e latte è associato in breve e lungo termine con un miglior funzionamento degli studenti su un'ampia gamma di misure psicosociali e accademiche.

... i danni causati da incidenti con veicoli a motore che sono la principale causa di morte da persone di età compresa tra i 1 e 24 anni negli Stati Uniti in quanto il 40% di questi incidenti fatali di traffico sono correlati all'alcol.... la possibilità che l'assunzione di caffè diminuisca o sostituisca quella di alcool da parte di tutti i conducenti deve almeno essere valutata scientificamente in quanto ciò può salvare non solo migliaia di vite ma milioni di dollari alle compagnie di assicurazione e i programmi sanitari ...

... i dati recenti della ricerca di metanalisi sugli effetti comportamentali e cognitivi di xantine quali la caffeina nei bambini hanno trovato "intrigante" che la caffeina abbia un piccolo effetto benefico sui comportamenti di un bambino, diminuendo il comportamento che è messo in evidenza o caratterizzato come attivo, aperto, problematico o aggressivo ...definitivamente i chicchi di caffè, la torrefazione del caffè e il bere al caffè hanno ancora molto da studiare in situazioni rigorosamente controllate sia nei laboratori che tra i normali consumatori, i giovani e gli adulti, così come depressi, alcolisti, fumatori e tossicodipendenti, Tra molti altri!

... il consumo di caffè e i suoi valori aumenta in tutto il mondo, tutti questi problemi sanitari possono avere una diminuzione importante a beneficio dell'umanità.

Riferimenti chiave del caffè e nuovi dati

1. IL CAFFÈ PREVIENE IL SUICIDIO:

KLATSKY, A.L. et al. Coffee, Tea and Mortality.

ANN. EPIDEMIOL., 1993 (3) : 375 - 381.

KAWACHI,I. et.al. A prospective study of coffee drinking and suicide in women. ARCH.

INTERN. MED., 1996 , 11 (156) : 521 - 525

2. LA CAFFEINA/ IL CAFFÈ E' BENEFICO PER BAMBINI PROBLEMATICI, AGGRESSIVI E SUPER ATTIVI

STEIN,M.A.,KRASOWSKI,M.,LEVENTHAL,B.,PHILLIPS,W.,BENDER,B.C. :

Behavioral and Cognitive effects of methylxanthines : A Meta-Analysis of theophylline and caffeine. ARCH. PEDIATR. ADOLESC. MED., 1996 : 150 : 284 - 288.

LIMA, D.R. I.Q., COFFEE SLEEP AND MEMORY . ECN - EDITORA CIENTÍFICA NACIONAL, RJ, 1995 . 120 p.

3. I PROGRAMMI SCOLASTICI DELLA PRIMA COLAZIONE AIUTANO IL FUNZIONAMENTO PSICOSOCIALE E ACCADEMICO

MURPHY, J.M., PAGANO,M.E., NACHMANT, J., SPERLING,P., KANE, S.,

KLEINMAN, R.E. The relationship of school breakfast to psychosocial and academic functioning. ARCH. PEDIATR. ADOLESC. MED., 1998 : 152 : 899-907.

LIMA, D.R. I.Q., COFFEE SLEEP AND MEMORY . ECN - EDITORA CIENTÍFICA NACIONAL, RJ, 1995 . 120 p.

4. ANTAGONISTI OPIOIDI SONO GLI UNICI FARMACI APPROVATI DALLA FDA PER IL TRATTAMENTO DELL'ALCOOLISMO

O'MALLEY, S.S. Opioid antagonists in the treatment of alcohol dependence : clinical efficacy and prevention of relapse. ALCOHOL & ALCOHOLISM , 1996 , 31 (1) : 77-81

O'BRIEN, C.P. (Chair) . Endogenous opioids in the treatment of alcohol dependence - Meeting report . ALCOHOL, 1996, 13 (1) : 1 - 39.

5. IL CAFFÈ HA POTENTI ANTAGONISTI OPIOIDI:

BOUBLIK,J.H.,QUINNN,M.J., CLEMENTS,J.A., HERINGTON,A.C., WYNNE,K.N. & FUNDER,J.W.: Coffee contains potent opiate receptor binding activity. NATURE, 1983 , 301 : 246-248

WYNNE, K.N., & FAMILARI, M., BOUBLIK, J.H., DRUMMENT, O.H., RAR, I.D. and FUNDER, J.W. Isolation of opiate receptor ligands in coffee. CLIN. EXPERIMENT. PHARMACOL. & PHYSIOL., 1987, 14: 785-790.

6. IL CAFFÈ AGISCE CONTRO LA DEPRESSIONE, L'ALCOOLISMO E LA DIPENDENZA DELLE DROGHE

SANTOS, R.M, VIEIRA, S., LIMA,D.R. Effects of coffee in alcoholics. ANN. INT. MED., 1991, 115 (6) : 499.

LIMA,D.R.,ANDRADE,G.N.,SANTOS,R.M.&DAVID,C.N. Cigarettes & Caffeine.

CHEST, 1989, 95(1): 255-256.

LIMA,D.R. et al. How to give up smoking by drinking coffee. CHEST, 1990,97(1): 254.

SANTOS, R.M. & LIMA,D.R. Coffee as a medicinal plant and vitamin source for smokers.

ITALIAN JOURNAL OF CHEST DISEASES, 1989,43(1) :56-58.

SANTOS, R.M., OLIVEIRA, D. & LIMA,D.R. . Smoking, Drug Addiction, Opioid Peptides & Coffee Intake. YONAGO ACTA MEDICA, 1990., JAPAN, 33(1): 79-82.

LIMA,D.R. Is coffee good for drug addiction ? May Be. AFRICAN COFFEE, JAN 1990, 46-48.

LIMA, D.R. – CAFFEINE AND HEALTH . RECORD PUB. , RIO, RJ, 130 P., 1989.

LIMA,D.R. - COFFEE, A MEDICINAL PLANT. VANTAGE PRESS, N.Y., 1990. 120 p.

LIMA, D.R. -I.Q., COFFEE SLEEP AND MEMORY . ECN - EDITORA CIENTÍFICA NACIONAL, RJ, 1995 . 120 p.

FLORES, G., ANDRADE,, F. & LIMA D.R. : Can coffee help fighting the drug problem: preliminary results of the Brazilian Youth Drug Study (BYDS). ACTA PHARMACOLOGICA SINICA, Shangai, 2000 , 21 (12) : 1059 - 1070.

7. GLI ANTAGONISTI OPIOIDI DEL CAFFE' SONO ACIDI CHLOROGENICI:

TRUGO, L. HIGH PERFORMANCE LIQUID CHROMATOGRAPHY IN COFFEE ANALYSIS. Ph.D. THESIS, 1984. UNIVERSITY OF READING , ENGLAND.

TRUGO, L., MACRAE, R. & Dick, J. Chlorogenic acid composition of instant coffee. ANALYST, March 1984, 109 : 263-266.

TRUGO, L.C., De MARIA C.A.B., MOREIRA, F.R.A. & PETRACCO, M. Simultaneous determination of total chlorogenic acid , trigonelline and caffeine in green coffee by highperformance gel filtration chromatography. FOOD CHEM, 1995, 52:447-49.

8. IL CAFFE' HA UN EFFETTO PROTETTIVO NEL RISCHIO DEL CANCRO DEL COLON.

TAVANI, A . , PREGNOLATO, A . , LA VECCHIA C. , NEGRI, E., TALAMINI, R

FRANCESCHI, S. Coffee and tea intake and risk of cancers of colon and rectum. A study of 3.530 cases and 7.057 controls. INTERNATIONAL JOURNAL OF CANCER, 1997, 73 , 193-196.

GIOVANUCCI, E. Meta-analysis of Coffee Consumption of Colorectal Cancer . AM. J. EPIDEMIOL., 1998 ; 147 : 1043-52.

9. LA DEPRESSIONE COME UN FATTORE DI RISCHIO PER LE MALATTIE CARDIOVASCOLARI

HIPPISLEY-COX, J., FIELDING, K., PRINGLE, M. Depression as a risk factor for ischaemic heart disease in men : population based-control study. BRITISH MEDICAL JOURNAL, 1998; 316 : 1714-1719

10. LA CAFFEINA E' SICURA IN DOSE NON OLTRE 500 MG GIORNALIERE

CURATOLO, P. & ROBERTSON, D. The health Consequences of caffeine. ANN. INTERN.MED, 1983 , 98 : 641-653.

GRIFFITHS, R. : Human Coffee drinking : manipulation of concentration and caffeine dosage. JOURN. EXP. ANAL. OF BEHAVIOUR, 1986 , 45 : 133-148,

AMERICAN ASSOCIATION OF FAMILY PHYSICIANS FOUNDATION , USA

(INTERNET : <http://www.vhs.com/caffeine.html>)

INTERNATIONAL FOOD INFORMATION COUNCIL , USA, em CAFFEINE AND HEALTH: clarifying controversies , 3/ 93 , Washington, DC, USA.

LIMA, D.R. CAFFEINE AND HEALTH , RECORD PUB., RIO, RJ , 1989.

JAMES, J.E. - CAFFEINE AND HEALTH, Academic Press, GB, 1991

DEBRY, G. - COFFEE AND HEALTH, JOHN LIBBEY EUROTTEXT, Paris, 1994

H. SEDUTA V

H.02

Il Caffè e la Salute

Peter M. Martin M.D.

Institute of Coffee Studies ICS

Vanderbilt University

1.-



World Coffee Conference
17-19 May 2001 (London)

Coffee and Health

1.-

Il Caffè e la Salute

2.-



INSTITUTE FOR COFFEE STUDIES

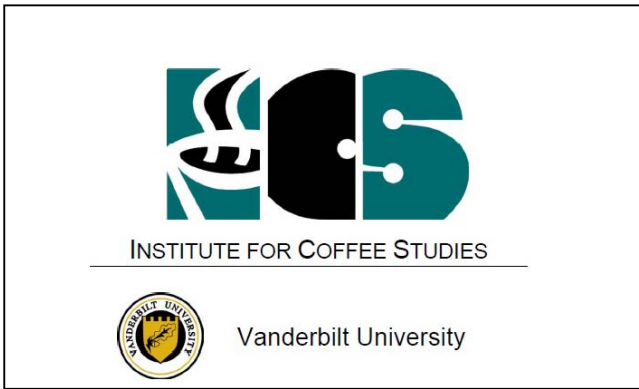
Peter R. Martin, M.D.
ICS Director

2.-

Istituto per gli Studi sul Caffè

Peter R. Martin, M.D.
ICS Director

3.-




3.-

Istituto per gli Studi sul Caffè

Università di Vanderbilt

4.-



Mission


- To systematically investigate the *pharmacological actions* of the various compounds found in coffee
- To identify potential *health benefits and/or therapeutic uses* of coffee based on a fundamental understanding of its constituents
- To *disseminate results* and promote *educational exchange* with partner nations

4.-

Mission

- Esaminare sistematicamente le **azioni farmacologiche** dei vari composti trovati in caffè.
- Individuare i potenziali **benefici per la salute e/o gli usi terapeutici** del caffè basati sulla comprensione fondamentale dei suoi costituenti.
- **Diffondere i risultati** e promuovere **scambio di istruzione** con le nazioni partner.

5.-



Rationale for establishment of ICS


- No compelling evidence that coffee consumption in moderation is detrimental to health
- Epidemiological evidence suggests potential health benefits of coffee (suicide, cirrhosis, cancer, heart disease, Parkinson's disease)
- *ICS investigations are intended to elucidate fundamental mechanisms of health benefits of coffee consumption rather than to disprove adverse health effects*

5.-

Motivazione per stabilire ICS

- Nessuna evidenza convincente che il consumo di caffè in moderazione è dannoso per la salute.
- Le evidenze epidemiologiche suggeriscono potenziali benefici per la salute del caffè (suicidi, cirrosi, cancro, malattie cardiache, malattia di Parkinson).
- **Le indagini ICS sono intese a chiarire i meccanismi fondamentali dei benefici per la salute dei consumi di caffè piuttosto che per eliminare gli effetti negativi per la salute.**

6.-




Academic independence

- ICS scientists are all faculty of Vanderbilt University or affiliated academic institutions
- All publications appear in peer-reviewed journals without censorship
- Unrestricted research grants
- Regular external review by leaders in relevant scientific disciplines

6.-

Indipendenza Accademica


- Gli scienziati dell'ICS sono tutti facoltà della Università Vanderbilt o affiliati a istituzioni accademiche.
- Tutte le pubblicazioni appaiono in riviste controllate senza censura.
- Sovvenzioni di ricerca senza restrizioni.
- Revisione periodica esterna da parte dei dirigenti in discipline scientifiche rilevanti.

7.-  ICS research is relevant to physician education

- Physicians are still taught in medical school that coffee is detrimental to health and advise their patients accordingly
- Fundamental mechanisms** underpinning health benefits of coffee consumption interest clinical scientists who determine medical curriculum content
- Implications for medical education, physician attitudes, and accepted health behaviors

7.- L'ICS è rilevante per l'istruzione medica

- I medici sono ancora insegnati in scuola medica che il caffè è dannoso per la salute e consigliare i loro pazienti di conseguenza .
- I meccanismi fondamentali che sostengono i benefici per la salute dei consumatori di caffè interessano i ricercatori clinici che determinano il contenuto medico curriculum.
- Implicazioni per l'educazione medica, atteggiamenti del medico e comportamenti sanitari accettati.

8.-  Chlorogenic acid and caffeine content of coffee*

Green coffee beans → Roasted coffee beans


CGA (8%)	2	CGA (4%)	1
quinides (0%)	0	quinides (4%)	1
caffeine (2%)	0.5	caffeine (2%)	0.5

*Percentage of total weight and grams in 3 cups of coffee

8.- **Contenuto di acido clorogenico e caffeina nel caffè**

Caffè verde	→	Caffè torrefatto
CGA (8%)	2	CGA (4%) 1
Quinides (0%)	0	quinides (4%) 1
Caffeine (2%)	0.5	caffeine (2%) 0.5


* **Percentuale del peso totale e grammi in 3 tazzine di caffè**

9.-  General research strategy at ICS

- Synthesize CGA quinides *de novo* and chemically modify to alter properties
- Screen these compounds for binding at many different neuroreceptors
- Determine detailed binding characteristics of compounds
- Coffee extracts **and** individual compounds studied in parallel

9.- **Strategia generale di ricerca presso l'ICS**

- Sintetizzare CGA quinides *de novo* e modificare chimicamente per alterare le proprietà.
- Vagliare questi composti per essere legati a molti neurorecettori diversi.
- Determinare dettagliate caratteristiche di legame dei composti.
- Estratti di caffè e composti singoli studiati in parallelo.

10.-  General research strategy at ICS

- Appropriate other *in vitro* measures of function implemented/developed
- Actions in animal models
- Actions in healthy humans, disease states
- Population studies

10.- **Strategia generale di ricerca presso l'ICS**

- Altre adeguate misure di funzione implementate / sviluppate in vitro.
- Azioni in modelli animali.
- Azioni in uomini sani, stati di malattia.
- Studi sulla popolazione.

11.-



Ongoing research studies of CGAs

- Effects on adenosine and opioid systems
- Antioxidant effects
- Behavioral interactions with caffeine
- Neuroprotective effects
- Endothelial protective effects

11.-

Ricerca di CGA in atto (Cancer Genome Analysis)

- Effetti su sistemi adenosina e oppioidi.
- Effetti antiossidanti.
- Interazioni comportamentali con la caffeina.
- Effetti neuro protettivi.
- Effetti protettivi endoteliali.

12.-



Adenosine

- Inhibits release of several neurotransmitters
- Increases regional blood perfusion
- Stabilizes membrane potentials and decreases heart and brain tissue excitability
- Prevents cellular damage during various tissue insults (e.g., oxidant stress, excitotoxicity)
- Caffeine is a recognized adenosine antagonist
- **Do CGAs contribute to coffee effects on**

12.-

Adenosina

- Inibisce il rilascio di diversi neurotrasmettitori.
- Aumenta la perfusione regionale del sangue.
- Stabilizza i potenziali delle membrane e diminuisce l'eccitabilità del cuore e del tessuto cerebrale.
- Previene danni cellulari durante vari insulti tissutali (ad esempio, stress ossidativo, eccitotossicità).
- La caffeina è un riconosciuto antagonista dell' adenosina .
- **Le CGA contribuiscono all'effetto del caffè?**

13.-



Opioids

- Endogenous opioids affect 'pleasure', pain, and 'drive' centers in the brain much as does morphine
- Opioid antagonist can prevent relapse in alcoholism
- CGA quinides inhibit mu-opioid receptors
- **Can quinides in coffee be used to treat alcoholism or other addictions?**

13.-

Oppioidi

- Gli oppioidi endogeni influenzano il "piacere", il dolore e il "drive" nel cervello tanto come la morfina.
- L'antagonista oppiaceo può prevenire la ricaduta nell'alcolismo.
- Le quine di CGA inibiscono i recettori del mu-opioide.
- Possono le quinidi nel caffè essere utilizzate per trattare l'alcolismo o altre dipendenze?

14.-



Antioxidants

- Highly reactive oxygen species formed in body can **damage DNA, lipids, proteins**, etc.
- ROS implicated in cancer, heart disease, degenerative brain disorders, and aging
- Natural ingredients in coffee can reduce adverse effects of ROS (roasted > green)
- **Do antioxidants present in coffee**

14.-

Antiossidanti

- Le specie altamente reattive all' ossigeno formate nel corpo possono **danneggiare il DNA, i lipidi, le proteine**, ecc.
- ROS (specie reattive all'ossigeno) implicata nel cancro, malattie cardiache, disturbi cerebrali degenerativi e invecchiamento.
- Gli ingredienti naturali nel caffè possono ridurre gli effetti negativi di ROS (torrefatto > verde).
- **Gli antiossidanti presenti nel caffè.**

15.-  Antioxidant effects of CGAs *in vitro*

- *Uptake* of CGAs by human erythrocytes
- Ferric reduction *antioxidant potential*
- Preserve *natural* antioxidants (Vitamin E)
- Protect *cell membranes & human plasma* against oxidant stress
- Decrease generation of *free radicals* (toxic)
- Ongoing studies to investigate beneficial effects *in vivo*

15.- Effetti degli antiossidanti nell'CGA (Cancer Genome Analysis) *in vitro*.

- *Assorbimento* di CGA da eritrociti umani.
- *Potenziale antiossidante* di riduzione ferrosi.
- Conservare gli antiossidanti *naturali* (vitamina E).
- Proteggere *le membrane cellulari e il plasma umano* contro lo stress ossidante.
- Diminuire la generazione di *radicali liberi* (tossici).
- Studi in corso per indagare gli effetti benefici *in vivo*.

16.-  Diseases with endothelial dysfunction

- Chronic and acute smoking
- Hypertension
- Hypercholesterolemia
- Diabetes
- Congestive heart failure
- Unstable angina
- Atherosclerotic coronary vascular disease

16.- Malattie con disfunzione endoteliali.

- Il fumo cronico e acuto.
- Ipertensione.
- Ipercolesterolemia.
- Diabete.
- Insufficienza cardiaca congestizia.
- Angina instabile.
- Malattia vascolare coronaria aterosclerotica.

17.-  Study of coffee constituents may help us better understand, prevent, and treat common diseases

- Depression/anxiety (suicide)
- Atherosclerosis (cardiovascular mortality)*
- Degenerative brain disorders (Parkinson's and Alzheimer's diseases)*
- Cancer*
- Alcohol/drug addiction (cirrhosis)*

* *Antioxidant mechanisms can be implicated*

17.- Lo studio dei costituenti del caffè ci può aiutare a capire, prevenire e trattare malattie comuni.

- Depressione / ansia (suicidio).
- Aterosclerosi (mortalità cardiovascolare) *
- Disturbi cerebrali degenerativi (malattie del Parkinson e Alzheimer) *
- Cancro*
- Alcool / tossicodipendenza (cirrosi) *

**Possono essere implicati meccanismi antiossidanti*

18.-  Future directions

- Pursue the latest biomedical research via Pilot and Feasibility Award Program
- Coffee Heart Study (ICS and WHF)
- Recruit trainees from partner nations
- Facilitate international scholarly activities at Vanderbilt through ICS
- Continue dissemination of ICS findings

18.- Indirizzi futuri

- Seguire le ultime ricerche biomediche via Programma Pilota e di Fattibilità.
- Studio del cuore relazionato al caffè (ICS e WHF).
- Ricercare i tirocinanti dalle nazioni partner.
- Facilitare le attività scientifiche internazionali alla Vanderbilt tramite ICS.
- Proseguire la diffusione dei risultati di ICS.

19.-



Implications of ICS research

- New horizons for traditional coffee industry research (agronomy, chemistry of 'quality')
- Other options than decaffeination
- Maximize coffee content of beneficial constituents through genetic engineering, roasting, blending, etc.

19.- Implicazione della ricerca del ICS

- Nuovi orizzonti per la ricerca dell'industria del caffè tradizionale (agronomia, chimica di 'qualità').
- Altre opzioni rispetto alla decaffeinizzazione.
- Massimizzare il contenuto di costituenti positivi del caffè attraverso l'ingegneria genetica, Tostatura, miscelazione, ecc.

20.-



Implications of ICS research

- Develop "different" medicinal coffees (mood, memory, antioxidant, etc.)
- Develop new medications from natural constituents of coffee ("nutriceutical")

20.- Implicazione della ricerca del ICS

- Sviluppare "diversi" caffè medicinali (umore, memoria, antiossidanti, ecc.).
- Sviluppare nuovi farmaci a partire dai costituenti naturali del caffè ("nutriceuticali").

21.-



Acknowledgments

- Association of Coffee Producing Countries (Brazil and Colombia)
- Coalition of Central American Coffee Producing Nations
- National Coffee Association (USA)
- All-Japan Coffee Association
- Kraft Foods (USA)

21.- Ringraziamenti

- Associazione dei Paesi Produttori di Caffè (Brasile e Colombia).
- Coalizione delle Nazioni Produttrici di Caffè dell'America Centrale.
- Associazione Nazionale del Caffè (USA).
- Associazione del Caffè All Japan.
- Kraft Foods (USA).

22.-



ICS Website

<http://mc.vanderbilt.edu/coffee/>

22.- Sito Internet della ICS (Institute for Coffee Studies)

<http://mc.vanderbilt.edu/coffee/>

H. SEDUTA V

H.03

Commento di discussione: promuovere le buone notizie circa il caffè

Daniel G. Steffen, Ph.D.

Relazioni scientifiche

Kraft Foods Nord America Glenview, IL USA

Introduzione

La storia del caffè è piena di dichiarazioni riguardanti i suoi effetti sugli esseri umani: ogni qualità quasi divina del caffè pazzesco esalta per alimentare la vita mondana ma può essere accompagnata da un decreto che vieta la perversa bevanda come il flagello della salute umana. A partire dalla fine degli anni '60, gli investigatori si sono rivolti a metodi scientifici moderni, in particolare tecniche epidemiologiche, per studiare il caffè e la caffeina. Da allora caffè, caffeina o entrambi sono stati implicati come un fattore di rischio per una ben nota litania di malattie o malattie sanitarie, tra cui malattie cardiovascolari, ipertensione, ictus, problemi riproduttivi, osteoporosi, fegato e malattie renali, vari tipi di cancro e persino disfunzione mentale.

Circa trent'anni dopo, a causa di metodologie migliorate e degli sforzi dell'industria, molti errori tecnici in questi primi studi sono stati corretti. La maggior parte delle autorità adesso concorda sul fatto che non esistono prove convincenti che collegano caffè o caffeina consumati in moderazione a uno di questi disturbi.

Scienza Nuova

Le presentazioni precedenti in questa Conferenza offrono aree di ricerca molto contrastanti. Il gruppo di Peter Martin all'Istituto per gli Studi sul Caffè esplora l'interazione dei singoli composti di caffè con vari recettori per comprendere il meccanismo di azione del caffè sui sistemi adenosina, glucocorticoidi e opiodici. Altri lavori dimostrano che i componenti del caffè presentano attività antiossidante in un saggio biologico classico. Tali studi possono aiutare i produttori di caffè a produrre prodotti con livelli elevati di componenti o famiglie di componenti che promuovono i cambiamenti fisiologici di base che portano benefici alla salute. Nell'estremo opposto, Darcy Lima descrive un esperimento sociale su vasta scala in Brasile per verificare l'ipotesi che il consumo di caffè possa ridurre l'uso dell'alcol tra i bambini e gli adolescenti del paese. Nonostante tutte le variabili inerenti a questo studio sul campo, i risultati di Lima forniscono un suggerimento che il caffè possa funzionare come ipotizzato. Inoltre, le sue osservazioni corroborano i dati di Martin sui recettori opiodici che mostrano un'attività anti-opiacei di composti di caffè specifici che potrebbero essere correlati a una riduzione del consumo di alcol.

Il lavoro di questi investigatori rappresenta solo una piccola parte della ricerca sui potenziali benefici per la salute del caffè. Il database di attributi del caffè positivi sta lentamente crescendo con queste associazioni da grandi studi epidemiologici:

- Gli adulti che bevevano due o tre tazze di caffè quotidianamente avevano un 25% di asma minore rispetto ai non bevitori.
- In uno studio di dieci anni della Harvard School of Public Health, le donne che consumavano due o più tazze di caffè al giorno avevano 65% meno probabilità di suicidarsi, dati che sostengono i riscontri precedenti del gruppo Kaiser Permanente di San Francisco.
- In un altro studio di dieci anni presso il Harvard, gli uomini che consumavano due o tre tazze di caffè caffeinato al giorno hanno mostrato una riduzione del 40% del rischio di sviluppare calcoli biliari, con vantaggi leggermente maggiori in caso di assunzione di quattro o più bicchieri al giorno.
- In Giappone, Italia e Stati Uniti, quelli che bevevano tre o quattro tazze di caffè al giorno avevano un'80% di riduzione del rischio di cirrosi epatica rispetto ai non bevitori.
- Nel lavoro di Harvard, della Mayo Clinic e dell'American Veterans Administration, l'assunzione di tre o quattro tazze di caffè al giorno riduceva il rischio della malattia di Parkinson da due a tre volte.
- Una meta-analisi di Harvard per la ricerca sul cancro del colon in dieci paesi indica che le persone che bevono quattro o più bicchieri di caffè al giorno hanno avuto un rischio di cancro del colon-retto inferiore del 25% rispetto a quelli raramente o mai bevono caffè.

Non è affatto chiaro che queste relazioni benefiche sono strettamente dovute alla caffeina. Il caffè è molto più che la caffeina, con quasi 2000 composti nella bevanda finale - molti sono prodotti unici del processo di tostatura. Il lavoro di Martin e molti altri estende le osservazioni incoraggianti dagli studi epidemiologici a possibili meccanismi che suggeriscono che alcune di queste sostanze biochimiche del caffè sono modulatori del recettore e come antiossidanti. Infatti, gli effetti protettivi del caffè sul morbo di Parkinson o sul suicidio sono probabilmente mediati attraverso interazioni del recettore neuronale.

D'altra parte, le osservazioni sul cancro del colon e sul caffè possono avere una spiegazione plausibile nelle caratteristiche antiossidanti di vari composti di caffè. Questa capacità antiossidante può anche fornire benefici cardiovascolari.

Prove per i messaggi dei consumatori

Ci sono notizie interessanti sul caffè. Ma bisogna fare attenzione quando racconti la storia. Euan Paul del Centro di Scienza del Caffè nel Regno Unito afferma che i nostri messaggi devono essere credibili e sempre supportati da prove scientifiche.

Come valutiamo le prove per sostenere i nostri messaggi? Tra le norme di molte agenzie di regolamentazione, i precetti generali della Federal Trade Commission degli Stati Uniti possono servire come un buon punto di riferimento. Fondamentalmente, secondo le sue regole, le affermazioni nella pubblicità devono essere dimostrate da prove competenti e affidabili. Ciò significa test, studi di ricerca o altre prove pertinenti di esperti, condotte e valutate da persone qualificate, utilizzando procedure accettate nella professione per fornire risultati accurati e affidabili. Quindi, per le dichiarazioni sul caffè e sulla salute, il messaggio dovrebbe essere coerente con le prove giustificative. Le questioni di sostanzamento per tali comunicazioni possono essere risolte considerando le seguenti domande:

- Quante prove attualmente esistono?
- La prova è uniforme o conflittuale?
- Che cosa dicono gli esperti (preferibilmente indipendenti) sulla qualità e la quantità delle prove?
- Che cosa dicono gli esperti circa le limitazioni delle prove o la lingua che qualifica il messaggio?
- E' tutto rigorosamente documentato?

Questo approccio consente una vasta gamma di flessibilità in modo tale che diversi livelli di prova possano sostenere diversi modi per formulare un messaggio. Così un semplice messaggio che il caffè contiene polifenoli può richiedere solo una misurazione del laboratorio. Un messaggio che gli antiossidanti nel caffè aiutano a mantenere un sano sistema cardiovascolare può richiedere misure di antiossidanti nel caffè, la loro biodisponibilità basata su modelli di consumo normali, qualche indicazione dell'attività antiossidante in vivo e/o studi clinici ben progettati ed eseguiti in laboratorio su marcatori di salute cardiovascolare. Una dichiarazione sulla relazione tra il caffè o uno dei suoi componenti e una malattia è nel campo delle affermazioni sulla salute che richiedono un livello molto più elevato di accordo scientifico esperto probabilmente basato su più studi clinici.

Parlando con il consumatore

C'è qualche indicazione che i consumatori possano resistere ai messaggi positivi sul caffè. Molti sono arrivati ad accettare la bevanda con la sua storia a scacchi. Quindi, sentendo che il caffè contiene antiossidanti, alcuni consumatori hanno protestato sulle alterazioni indesiderate del loro caffè - rifiutano decisamente ogni possibilità che il caffè possa contenere naturalmente sostanze che beneficiano la salute! Dopo tutto, i consumatori hanno subito anni di controversie sugli effetti sanitari del caffè - la frenesia e hype del media; le audizioni ufficiali del governo e le revisioni regolamentari; gli avvertimenti dei guru della salute auto-autenticati; le contraddizioni sonore degli esperti di ricerca; la colpa permanente di fronte a una tazza umeante dell'infusione favorita. Le storie sono entrate nella mitologia popolare, costantemente riverniciate nei media secondari e nei libri di carta sottili come nuove "notizie" - e in qualche modo perverso il pubblico spesso sceglie di aggrapparsi alle storie negative. Sono disposti ad ascoltare una nuova storia?

La risposta sorprendente potrebbe essere una risata YES! Il Consiglio internazionale di informazione alimentare a Washington, DC, ha ripetutamente dimostrato che i consumatori preferiscono una comunicazione positiva sulla salute. L'organizzazione è così fiducioso in questo approccio che ha intrapreso un programma chiamato "Una nuova conversazione con i consumatori" per promuovere le diete più sane. Una "nuova conversazione" sul caffè come bevanda salutare si adatta bene con un crescente interesse dei consumatori nei prodotti fitosanitari, alimenti funzionali e al mantenimento della salute personale. Inoltre, le comunicazioni riguardanti il caffè e gli antiossidanti offrono un concetto riconoscibile e amichevole ai consumatori con una serie impressionante di supporto scientifico interdisciplinare. Ampia diffusione del messaggio antiossidante ai media e ad altri leader di opinione può facilitare lo sviluppo di una nuova immagine per il caffè, sperando di sostituire i vecchi miti. Poiché il database sugli effetti positivi della salute aumenta, i pezzi di comunicazione possono espandersi a temi più tecnici di conseguenza. L'avvertimento critico rimane: il messaggio deve essere semplice, veritiero e fedele alla base scientifica.

Conclusione

L'industria del caffè sta ripensando seriamente come e cosa comunica ai consumatori circa il caffè e la salute. Dopo anni in una posizione difensiva, e guardando i fornitori di tè e, più recentemente, di cioccolato sviluppando messaggi positivi, l'industria è pronta a promuovere gli aspetti benefici della sua bevanda unica. La ricerca in vari laboratori ha costruito una base per le buone notizie riguardanti il caffè. Gruppi scientifici dell'industria sia negli Stati Uniti che in Europa hanno intrapreso programmi per sostenere semplicemente questi sforzi di ricerca. Le indagini negli esseri umani devono stabilire che i componenti utili del caffè sono assorbiti in quantità fisiologicamente significative e forme attive. Devono essere sviluppati significativi punti endpoint in vivo di attività antiossidanti in modo che le prove umane controllate possano corroborare osservazioni sperimentali e epidemiologiche. Allo stesso modo, le diverse possibilità sanitarie promesse dagli studi in biologia dei recettori richiedono un'ulteriore definizione.

È importante che questi risultati siano trasmessi correttamente ai pubblici interessati - consumatori, accademici, funzionari della sanità pubblica, regolatori governativi e media. Il Centro di informazione sulla scienza del caffè e l'Associazione nazionale del caffè hanno recentemente adottato ampie strategie di comunicazione positiva. Con la combinazione di dati umani più definiti e di solidi messaggi di consumo basati sulla ricerca, il caffè può essere apprezzato per i suoi benefici per la salute in futuro, proprio come è curato per le sue qualità organolettiche oggi.

H. SEDUTA V

H.04

Verso un sistema integrato di conoscenza per i piccoli agricoltori di caffè

PS. Baker, J. Jackson, H. Munyua,

CABI Commodities, Egham UK e il Centro Regionale Africano, Nairobi Kenya

Introduzione

I mezzi di sostentamento dei piccoli agricoltori di caffè sono minacciati come mai prima, per una serie di motivi di cui i delegati a questa conferenza sono ben consapevoli.

Se riescono a sopravvivere e prosperare in un libero mercato contro agro-imprese efficienti e sempre più meccanizzate, è generalmente riconosciuto che possono farlo solo sulla base della qualità e / o di un altro aspetto desiderabile e commerciabile della loro impresa (ad es. Produzione organica, biodiversità, agroturismo, ecc.).

Se siamo d'accordo con queste premesse iniziali, ne consegue che i piccoli proprietari avranno bisogno di aiuto per riorganizzarsi e riattrezzarsi radicalmente per fornire loro la conoscenza per sostenere le imprese redditizie. Significa anche che dovremmo capirli meglio: i loro dubbi e le loro aspirazioni, i loro bisogni e le loro limitazioni.

In sostanza, stiamo discutendo il cambiamento da uno stile di vita contadino a un moderno modo imprenditoriale, intensivo di lavoro. Per noi come scienziati che lavorano nello sviluppo, questo è ciò che implica il termine "globalizzazione".

Questa non è un'impresa facile, ma crediamo che sia possibile e inevitabile se la produzione dei piccoli agricoltori deve sopravvivere. E il caffè, con un elevato valore aggiunto e un'immagine di stile di vita da promuovere, è l'industria più favorita a guidare questo sviluppo.

Il passato

Il modo classico di trasferimento delle conoscenze è dalle stazioni di ricerca, attraverso studi pubblicati, agli estensisti e quindi agli agricoltori. Questo approccio "top-down" è sempre più inutile. Può funzionare in alcune circostanze, ad esempio l'introduzione di una nuova varietà resistente ai parassiti, ma con una tecnologia che richiede nuove conoscenze specializzate, è più difficile. La maggior parte dei problemi non sono solo tecnici ma hanno anche una dimensione sociale. Ad esempio, una nuova tecnologia può richiedere modifiche di input di lavoro o di capitale, ma questi requisiti potrebbero non corrispondere alle priorità e alle pratiche esistenti dei piccoli agricoltori. Noi sosteniamo che la stretta collaborazione degli agricoltori è essenziale fin dall'inizio per comprendere appieno il problema e per provare potenziali soluzioni in una fase precoce.

E in molti paesi è troppo costoso coprire adeguatamente le esigenze degli agricoltori con metodi tradizionali. Ora è comune trovare un'estensione che serve più di mille agricoltori e questo in sé non può mai essere un modo adeguato per soddisfare le loro esigenze.

Di conseguenza, CABI, in collaborazione con ICO, CFC e altri, ha sviluppato tecniche e concetti per diversi anni attraverso un'interazione diretta con i piccoli agricoltori. Ora riportiamo brevemente alcune di queste iniziative.

Partecipazione dei coltivatori in Colombia

In Colombia, nell'ambito del progetto della broca del caffè di CFC / ICO, lo staff locale ha sviluppato un sistema per lavorare con gruppi di agricoltori. Dopo tre anni di lavoro, hanno sviluppato un modello originale per la collaborazione tra agricoltori e scienziati. Il progetto lavora principalmente con piccoli proprietari in tre dipartimenti della Colombia. Il 72% ha meno di 5 ettari di terreno. Il metodo è descritto nella casella 1.

Casella 1. Il processo di partecipazione dei coltivatori di Cenicafé in Colombia

1. Primi incontri: per i primi 4 mesi hanno visitato le aree con agenti di estensione locali, conoscendo le aree e ottenendo la fiducia degli agricoltori.
2. Visite individuali con gli agricoltori, per imparare ciò che sanno e le lacune nella loro conoscenza. Hanno condotto diagnosi individuali di 113 agricoltori, per apprendere le preoccupazioni e le conoscenze dei contadini. Il metodo: i ricercatori avevano un formato scritto da compilare, ma non lo amministravano come un questionario. Hanno visitato la casa della fattoria, hanno camminato con loro sulla loro terra, hanno chiacchierato in modo informale e hanno riempito il modulo in seguito. Hanno condotto le Sessioni Diagnostiche di Valutazione Rurale Partecipativa in ciascuno delle 9 comunità, per individuare problemi, soluzioni e per fare un'immersione totale delle idee di controllo CBB alla ricerca. Questi metodi formali e quantitativi hanno permesso loro di valutare la conoscenza degli agricoltori (Casella 3f).
3. La formazione degli agricoltori, coinvolge gli agenti di estensione per riempire le lacune nella conoscenza degli agricoltori, creando così condizioni di parità per la collaborazione. Viene inoltre effettuata una valutazione della formazione.

4. Stabilire e condurre prove su cose che potrebbero funzionare. Dai passaggi di cui sopra, le cose sono concordate per ulteriori azioni. Alcuni sono invenzioni di coltivatori, ma la maggior parte sono invenzioni scientifiche. Gli agricoltori modificano alcune delle tecniche durante le prove (casella 3f).
5. Gli agricoltori presentano i risultati della ricerca in un seminario contadino-scienziato. Sono stati tenuti due eventi ben frequentati e completi.
6. Valutare l'efficacia economica del processo. Una completa analisi economica con un economista agricolo, questo è stato fatto ora per il controllo culturale della CBB.
7. (Future step) addestrino gli agenti di estensione, utilizzando dimostrazioni pratiche (martello e chiodi, non parlare e gesso) delle tecnologie più promettenti.

Corsi di caffè in Ecuador

In due comunità nella provincia di Ecuador di Cotopaxi, il personale del progetto Anecafé lavora con gli estensisti e gli insegnanti del villaggio per sviluppare un semplice curriculum di lezioni per insegnare ai bambini come coltivare il caffè. I genitori si incontrano in scuola per discutere il progetto con i loro figli e le loro figlie. Si scopre che i bambini imparano molto presto gli elementi di creazione e gestione di un vivaio. Lavorano in piccole squadre per mescolare il suolo e la materia organica, riempire i sacchetti, i semenzali di pianta ecc. Essi hanno anche un team di controllo di qualità per ispezionare e a volte rifiutare l'output. I bambini godono di queste lezioni perché sono pratiche e dà loro la possibilità di uscire dall'aula. Ma imparano ancora molte cose, sulla biologia, l'agronomia e, soprattutto, la cooperazione.

Riteniamo che ci sia molto spazio per sviluppare questa iniziativa. Gli insegnanti sono giovani e appassionati e hanno rapporti con i bambini. Se potessero ricevere formazione e attrezzature specializzate, potrebbero presto imparare le abilità informatiche per gestire la contabilità aziendale, l'uso di Internet e da qui potrà aprire molte possibilità per i bambini e gli adulti nell'insegnamento a distanza, commercializzando le proprie risorse agricole e la comunicazione con altre comunità.

Sito web di un agricoltore in Colombia

Piccoli e poveri contadini in una parte remota di Caldas, in Colombia, sono stati recentemente affrontati dal personale del progetto per discutere l'idea di sviluppare il proprio sito web. Sorprendentemente questi agricoltori, anche se non avevano mai sperimentato Internet, sapevano tutto su di esso e desideravano collaborare. Secondo le parole del giovane colombiano che trasforma i loro pensieri in forma digitale: "Vogliono che gli altri li vedano come sono, persone di scarse risorse, ma organizzate e piene di ambizione e desiderio; Anche se la loro conoscenza di Internet non è profonda, hanno una comprensione dell'impatto che un sito può avere. Il loro interesse è quello di poter esportare il loro prodotto come caffè specializzato e attraverso il sito vogliono mostrare come producono efficacemente la loro merce".

Alla fine del presente progetto ci aspettiamo di avere un prototipo sito web finito con profili di almeno due comunità agricole, insieme a foto e commenti da parte degli agricoltori circa la loro vita e le loro risorse di sussistenza. Non sappiamo cosa deriverà da questa iniziativa, ma riteniamo che sia necessario provare e analizzare i risultati dell'esperimento.

Un telecentro in Uganda

Da un piccolo progetto in Uganda sappiamo che gli agricoltori non sono spaventati di usare nuove tecnologie. CABI, con finanziamenti IDRC (Canada), sta collaborando con l'Istituto Nazionale di Ricerca Agricola (NARO) in Uganda, ONG locali e ONG internazionali (ActionAid) e CBO (Organizzazioni basate sulla comunità) per sviluppare nuovi modi per fornire agli agricoltori le conoscenze e le informazioni necessarie. Tre telecentri sono stati creati nei quartieri Luwero e Mpigi dell'Uganda.

Questi forniscono servizi telefonici, fax, e-mail e Internet agli agricoltori nelle città nei pressi dei luoghi di mercato. In un primo momento essi tendevano ad utilizzare i servizi per scopi personali e non agricoli, ma ora hanno accesso a una vasta gamma di informazioni; Fanno domande a un agente di informazione e accedono a informazioni sul prezzo del caffè. Dalle loro osservazioni (casella 2) è chiaro che esiste un forte interesse.

Casella 2. Cosa dicono gli agricoltori ugandesi di un tele centro?

L'Organizzazione Nazionale di Ricerca Agricola, il progetto IDRC e il CABI telecentro ha iniziato nel 2000 con tre workshop per sensibilizzare i membri della comunità e inculcare la proprietà del progetto. I workshop avevano come scopo preparare i membri della comunità e altri portatori d'interesse per seguire le seguenti attività. Circa 120 partecipanti hanno frequentato i seminari e un campione di agricoltori ha fatto i seguenti commenti::

Mariam Namiro: "Sono contenta che il progetto ci aiuterà a trovare specialisti per addestrarci su come innestare il caffè e i manghi noi stessi".

Hebert Mpindi: "Noi agricoltori siamo attualmente costretti a vendere i nostri prodotti a prezzi molto bassi, che abbassa il nostro morale. Abbiamo bisogno d'informazioni sui mercati, sui prezzi di mercato, sul magazzinaggio, sul trasporto, sul raccolto e sulla trasformazione".

Coltivatore femminile: "Accogliamo il progetto con sollievo. Non abbiamo più bisogno di viaggiare a Kawanda in cerca di informazioni agricole".

Aloysius: "Il caffè è un reddito importante, ma la malattia dell'appassimento (wilt) del caffè ha quasi spazzato via le nostre piantagioni. Cosa fanno i NARO (National Agricultural Research Organization) e gli altri sulla malattia e quale è l'alternativa al caffè?"

James Muwonge: "Riconosciamo il buon lavoro che NARO sta facendo nel promuovere una maggiore produzione di alimenti ma noi agricoltori siamo preoccupati di mercati adatti e buoni prezzi per i nostri prodotti".

Un contadino: "Chiediamo che il nuovo progetto faciliti le sessioni in cui gli specialisti delle materie siano portati alla comunità, per discutere con noi varie questioni agricole come la cassava, il appassimento del caffè, il tempo, i problemi del marketing ecc".

Scuole agricole nel campo

Un altro modo per aiutare gli agricoltori è il metodo della Scuola agricola nel campo (FFS= Farmer Field School). Si tratta dell' approccio di gruppo d'apprendimento per costruire la capacità tra gli agricoltori della gestione integrata dei raccolti (ICM =Integrated Crop Management). È stato sviluppato per la prima volta nel sud-est asiatico per il riso negli anni '80 e il concetto è stato esteso a molte altre colture. CABI, l'Istituto per la Ricerca Agricola del Kenya, la Fondazione per la Ricerca del Caffè, il Ministero dell'Agricoltura del Kenya e l'Istituto di Agricoltura Biologica del Kenya, hanno istituito dei FFS per il caffè e le verdure. Le preoccupazioni sugli effetti ambientali, sanitari ed economici dell'uso espanso degli insetticidi negli altipiani del Kenya hanno motivato la FAO a finanziare il progetto. È stato eseguito attraverso l'apprendimento basato su esperimenti, in gruppi di 15-20, che si sono incontrati nei campi degli agricoltori. I principi ICM promossi includevano: il controllo biologico, il rapporto tra nutrizione delle colture e la tolleranza ai parassiti, inculcando un'attenta osservazione prima di prendere decisioni. Il gruppo ha discusso le opzioni di gestione prima di provarle in un campo di progetto comunale. Lo sforzo è stato posto sull'importanza degli agricoltori di provarle le cose per se stesse. Una valutazione post-progetto ha evidenziato un aumento dell'innovazione, un maggiore vigore degli alberi di caffè, un utilizzo ridotto di pesticidi e un interesse da parte degli agricoltori per estendere il concetto al marketing. Purtroppo il progetto è ora concluso; Questo è un problema comune, i progetti spesso terminano proprio mentre i risultati incoraggianti iniziano a scorrere

Partecipazione del coltivatore in India

Una variante dell'FFS può essere visto in India. Nell'ambito del progetto CFC / ICO della broca del caffè, sono stati istituiti dei campi dimostrativi nelle aziende agricole per provare pratiche nuove e standard per controllare questa malattia. Adattando e sviluppando le conoscenze locali e le pratiche culturali di controllo dei parassiti, lo stato CBB nella maggior parte delle aree è stato ridotto a quello di una piccola malattia. I tassi di infestazione sono ora inferiori al 5% in questi settori.

Le misure di controllo culturale come l'utilizzo di stuoie di raccolta, la rimozione delle bacche di bassa stagione e la migliore completezza della raccolta hanno il vantaggio di essere più economici e più sicuri delle sostanze chimiche. Nella maggior parte dei casi, gli agricoltori hanno potuto ridurre e, in alcuni casi, smettere di utilizzare i pesticidi chimici. Mettendo queste nuove pratiche di gestione, i piccoli proprietari ritengono che possano ora ottenere il prezzo di acquisto completo

Come R. Muraleedharan, un contadino esperto da Tamil Nadu con 5 ettari di caffè, ha dichiarato: "Sono sicuro che posso ora gestire CBB in futuro." A un altro agricoltore, ARK Sundraam, che possiede 35 ettari, è stato chiesto se lui ha ancora ricevuto un prezzo ridotto a causa dell'infestazione CBB. Ha risposto: "Ora posso vendere il caffè senza broca a pieno valore di mercato ". Gli agricoltori sono stati talmente impressionati dai lotti dimostrativi istituiti dal progetto che desiderano ospitare i propri.

Un'attenzione particolare è stata quella di facilitare il coinvolgimento delle donne nel processo di apprendimento. Sebbene svolgano un ruolo significativo nella produzione di caffè, le donne sono state spesso sottorappresentate.

Conclusioni

La ricerca partecipativa, le scuole di campo agricole, l'apprendimento a distanza, i telecentri, la conoscenza in rete, questi e simili schemi sono gli approcci che riteniamo necessari per essere testati, migliorati e quindi più utili per diventare ampiamente disponibili agli agricoltori di caffè. Il software e l'hardware si sono sviluppati al punto che per la prima volta nella storia è ora possibile avviare insieme tutti i membri della catena di caffè a basso costo, con informazioni che scorrono liberamente in tutte le direzioni. Questo è il nostro obiettivo per l'industria del caffè: diventare un campione della diversità e della trasparenza, creare un equilibrio di condizioni e un senso di comunità globale per tutti coloro ai quali il caffè è un modo di vivere.

Tutti gli approcci descritti qui sono stati progettati per permettere agli agricoltori di scegliere il proprio futuro. Le prospettive per loro, le loro famiglie e le loro comunità non sono attualmente incoraggianti, ma insistiamo fermamente che con l'immaginazione e l'impresa il futuro per molti di loro può essere sostenibile.

Gli agricoltori che abbiamo incontrato durante questi progetti sono nella maggior parte dei casi ingegnosi, entusiasti e soprattutto desiderosi di nuove conoscenze. Dato che possiamo trovare fondi sufficienti, siamo certi che possiamo costruire alcune delle iniziative qui descritte e aiutare gli agricoltori ad adattarsi a nuove realtà. Gli agricoltori di piccole dimensioni sono sempre stati l'anima e il bene più grande dell'industria del caffè, e devono far parte del suo futuro.

H. SEDUTA V

H.05

Caffè sostenibile

Il dottor *Gabriel Cadena*,

Direttore del Centro Nazionale di Ricerca del Caffè, CENICAFE, Colombia

Il caffè viene coltivato in più di 50 paesi tropicali che condividono alcune pratiche di coltivazione comuni e ogni paese ha un insieme leggermente diverso di tecnologie in base alla posizione geografica e all'altitudine. Tutti i paesi che producono caffè hanno la biodiversità. C'è la diversità dell'offerta in termini di specie, piante, animali, uccelli eccetera, così come *le culture della gente che cresce il caffè*.

La Colombia condivide gran parte della biodiversità degli ecosistemi degli altri paesi limitrofi nelle Ande. In termini di biodiversità, l'ordine per i paesi che hanno le piante superiori più endemiche sono Brasile, Indonesia, Colombia, Messico, Madagascar, Cina, Filippine, India. Per animali vertebrati, Indonesia, Perù, Messico e Bolivia. Uccelli, Colombia, Perù, Brasile, Venezuela, India, Kenya e Messico. Anfibi, Colombia, Brasile, Ecuador, Messico e gli stessi paesi per i pesci, e ce ne sono altri per le farfalle. Tutti questi paesi devono esercitare pratiche sostenibili nell'agricoltura e nella produzione di caffè. La definizione dell'ONU della sostenibilità è quella di fornire le attuali esigenze del presente senza compromettere le esigenze future. Per questo motivo la protezione ambientale delle risorse naturali è vitale.

La conservazione del suolo è uno degli aspetti più importanti della protezione dell'ambiente, in particolare nelle zone montuose ripide delle aree coltivate in caffè. L'esplosione delle piogge è una delle cause più gravi dell'erosione del suolo, *e la lisciviazione e l'essiccamento dei suoli aperti, le cause più gravi del degrado del suolo*. I principali metodi di protezione sono il terrazzamento, il trapianto di altre piante competitive non concorrenziali e la pacciamatura per ridurre la fuoriuscita. La copertura del suolo migliora anche l'infiltrazione del suolo e riduce l'impatto del suolo e l'erosione. Il concime organico, come il compost da materiale da caffè, può essere utilizzato in campo e nei vivai. Gli alberi di ombra proteggono anche i suoli dal loro ombrello e dalla caduta delle foglie. L'ombra aumenta anche la biodiversità di insetti e altre specie nel suolo. Esistono diverse specie e diverse pratiche di ombreggiare il caffè in diversi paesi produttori. *Di solito gli alberi di ombra indigeni dimostrano le foglie più idonee, spesso in periodo di caduta delle foglie in cui è richiesta una diminuzione della ombreggiatura*. Gli alberi di ombra sono anche una forma supplementare di combustibile e reddito.

Il tipo di varietà svolge un ruolo importante nella sostenibilità. Varietà Arabica di tipica, caturra e bourbon sono tutti suscettibili alla ruggine delle foglie. La varietà Colombia non richiede l'uso di fungicidi contro la ruggine delle foglie e riduce così i costi di produzione e la contaminazione mediante l'uso di sostanze chimiche. Questa è una quinta generazione da una miscela di progenie, che dimostra la resistenza al fungo che provoca la ruggine delle foglie, e tuttavia porta le stesse caratteristiche di qualità nella tazza di caffè trovate nelle varietà desiderabili di bourbon, caturra e due varietà con vincolo genetico di Colombia. Secondo i pannelli internazionale di prova in tazza, la ultima progenie del caffè colombiano condivide le stesse caratteristiche della miscela di diverse varietà.

La brocca del caffè è il più importante insetto dannoso del caffè. Sono stati introdotti nuovi sistemi integrati di gestione dei parassiti per combattere la broca senza l'uso di insetticidi. Questo è meglio per la salute delle persone e si traduce in pratiche sostenibili, ecologiche e protettive per i pesci e altre specie che vivono nell'acqua. In combinazione con CAB International del Regno Unito, sono stati introdotti metodi di controllo biologico utilizzando funghi entomologici e entomopatogenici come *Ovarium fasciana*. Anche attraverso il Regno Unito sono state introdotte parassitoidi di origine africana, 2 specie di vespe che mangiano solo brocca che controllano la stessa e proteggono l'ambiente dalle sostanze chimiche.

Un altro aspetto molto importante per la sostenibilità è l'acqua. Secondo la Banca Mondiale, l'acqua è scarsa in molte parti del mondo con gravi carenze che si presentano in altri. È un problema serio e reale per il 70% dell'agricoltura. La scarsità è più recente. Negli anni '50 pochi Paesi avevano problemi. Oggi, 29 paesi con 400 milioni di persone soffrono di scarsità d'acqua. Entro il 2050, 66 paesi e due terzi della popolazione mondiale dovranno affrontare la scarsità. La qualità dell'acqua e il volume di acqua utilizzabile sono entrambi importanti. Oggi, 1.4 miliardi di persone vivono senza acqua potabile pulita e 2,3 miliardi hanno mancanza di acqua sufficiente. Attraverso i sistemi di spolpaggio e lavaggio sviluppati da Bicolso beneficio café ecologico, si è raggiunta la riduzione del 95 per cento delle necessità idriche e la riduzione del 92 per cento dell'inquinamento organico dei fiumi dei bio prodotti. I sistemi agevolano anche la produzione di caffè biologico e la crescita di funghi commestibili. La mucillagine viene utilizzata anche per alimentazione animale. I sistemi sviluppati possono soddisfare 3000kg / hr, 600kg e 300kg all'ora, giù fino a 100kg / h con spolpatori mobili. Questi sono ideali per piccoli coltivatori e riducono l'inquinamento dell'acqua fluviale. I sistemi sono basati sul riciclaggio dell'acqua utilizzata per la trasporto e la selezione densimetrica della frutta prima della spolpatura. Bicolso ha anche sviluppato una copertura superiore in plastica sovraccarica con vassoi di essiccazione come parte dei sistemi di post-raccolta sostenibili. Evitano le precipitazioni sull'asciugatura del caffè e proteggono dalla luce diretta del sole per un perfetto asciugamento e una migliore qualità. La copertura superiore con i lati aperti riduce così la necessità del lavoro per la rotazione o la rimozione del caffè essiccato senza pregiudicare la ventilazione.

Infine, il dottor Vega ha proposto un'iniziativa per creare un centro internazionale di ricerca sui caffè, che dovrebbe essere istituito in collaborazione con la Banca mondiale, nonché i paesi produttori e consumatori per lo sviluppo di tecnologie sostenibili e pulite per i produttori e i consumatori.

H. SEDUTA V

H.06

Priorità di ricerca per il caffè nel nuovo millennio

Dr. R. Naidu,

Direttore della ricerca, Coffee Board dell'India

Bangalore, India

L'industria mondiale del caffè ha molte caratteristiche distinte. La produzione è concentrata prevalentemente in circa 50 paesi sviluppati e in via di sviluppo, mentre il consumo è principalmente nei paesi sviluppati come gli USA, il Giappone, gli Stati Uniti e le Nazioni dell'UE. Il mondo del caffè è fondamentalmente il raccolto di un piccolo coltivatore con quasi 20 milioni di persone impegnate nella produzione. I paesi produttori tranne il Brasile hanno un mercato domestico molto scarso per il caffè e si affidano fortemente alle esportazioni per sostenere le loro economie.

Per molti decenni il mercato del caffè mondiale è stato ben protetto attraverso un sistema di quote tra i paesi produttori e consumatori gestiti dall'Accordo Internazionale sul Caffè. Ma l'industria ha assistito a cambiamenti tumultuosi nel corso dell'ultimo decennio con il crollo dell'accordo internazionale nel 1989, la liberalizzazione delle economie in molti paesi produttori e l'emergere di nuovi centri produttivi che hanno portato a forniture in eccesso. Nel corso dell'ultimo anno i prezzi del caffè sono scesi rapidamente e attualmente i prezzi sono al livello più basso in 20 anni. A causa di questa situazione i coltivatori e le economie di molti paesi produttori di caffè sono gravemente colpiti dalla recessione.

In molti paesi produttori, il sostegno alla ricerca per la produzione non è sufficiente a causa del loro povero stato economico. Solo in alcuni paesi come il Brasile, la Colombia, l'India, il Kenya e l'Indonesia, la ricerca del caffè viene fatta continuamente. Anche in questi paesi, la ricerca del caffè è vincolata dalla natura perenne della coltura; La mancanza di competenze nella ricerca basica / fondamentale e infrastrutture scarse per intraprendere una ricerca avanzata. D'altra parte, i principali paesi consumatori con le loro attrezzature avanzate di ricerca e le loro competenze stanno uscendo con nuovi risultati su aspetti qualitativi e sanitari e insistono sui paesi produttori a fornire i caffè di loro scelta. Questo ampio divario tra la fase di produzione e la fase di consumo rischia di colpire i paesi produttori molto male nei prossimi anni, a meno che i produttori non riorientino le loro priorità di ricerca e gli approcci per rispondere alle nuove sfide del regime OMC.

La riduzione dei costi, la sostenibilità e il miglioramento della qualità saranno le priorità principali della ricerca sul caffè. Gli approcci verso questi obiettivi possono essere descritti come di seguito.

Riduzione dei costi

Il costo della produzione di caffè sta aumentando costantemente in quasi tutti i paesi produttori principalmente a causa dell'incremento del salario del lavoro, della riduzione dell'efficienza, dell'effetto di rendimento delle varietà esistenti e dell'aumento dei costi verso i parassiti e controllo delle malattie. La riduzione dei costi di produzione è possibile solo con un aumento della produttività. L'introduzione di nuove varietà ad alta resa e resistenza possono coprire il percorso lungo per aumentare la produttività del caffè. I programmi tradizionali di allevamento vegetale richiedono tempo e sono vincolati da difficoltà nell'incrociare la specie distante a causa di barriere genetiche. Per esempio: l'evoluzione di un caffè Arabica con resistenza durevole è rimasta inafferrabile nonostante molti decenni di allevamento convenzionale, perché è praticamente difficile montare tutti i fattori sH desiderabili in una varietà. Il complemento di programmi di allevamento convenzionali con approcci molecolari assistiti da marcatori sarebbe un modo ideale per lo sviluppo di super ibridi / varietà con potenziale di resa elevata e resistenza a parassiti e malattie.

Sostenibilità

Negli ultimi anni si sente molto sulla sostenibilità del caffè legato alla protezione dell'ambiente e al prodotto salutare. Ciò significherebbe ulteriori investimenti da parte dei poveri coltivatori di caffè, in particolare in termini di gestione amica dell'ambiente dei parassiti e misure di controllo dell'inquinamento nelle piantagioni. È necessario rafforzare la ricerca di approcci integrati verso la nutrizione delle colture, la gestione di parassiti e malattie, trattamenti a basso costo di depurazione, ecc., allo scopo di sviluppare sistemi di agricoltura sostenibili. Inoltre, la ricerca sulla coltivazione mista e sulla diversificazione nelle piantagioni di caffè sarebbe di grande importanza per aumentare il reddito agricolo dei piccoli coltivatori. La coltivazione mista con colture compatibili come il pepe, l'arancio, la vaniglia e la diversificazione con la sericoltura, l'apicoltura e la latteria sono stati adottati con successo nel caffè in India.

Miglioramento della qualità

La qualità del caffè ha assunto importanza nella situazione attuale di sovrapproduzione. I requisiti di qualità del caffè sono sia volontari sia obbligatori. Le misure sanitarie e fitosanitarie nell'ambito dell'accordo OMC sull'agricoltura sarebbero soggette a una categoria obbligatoria. Pertanto, esiste una urgente necessità di sviluppare database sulla portata della contaminazione del caffè con le micotossine, i residui di pesticidi e

metalli pesanti, ecc., Evolvono metodi per una gestione efficace di tali contaminanti e educano i produttori e i processori su questi problemi vitali.

Oltre a questi, i consumatori della maggior parte dei paesi sviluppati stanno preferendo caffè specializzati (specialty coffee) identificati con qualità distinte nella tazze o metodi di produzione distinti come il caffè organico, il caffè favorevole agli uccelli, l'eco-caffè e il caffè Fair Trade ecc. La quota di mercato dei caffè specializzati sta aumentando ad un tasso costante e si stima che raggiungerà il 10% del mercato globale nei prossimi anni. I caffè specializzati (specialty coffees) sono una buona opportunità per i coltivatori mentre recuperano i premi e assicurano i clienti in particolare nella situazione di eccesso d'offerta. Ma purtroppo, in molti paesi il supporto tecnologico per la produzione e l'elaborazione di tale caffè specializzato è piuttosto limitato. Pertanto, la standardizzazione di un pacchetto integrato per la produzione e l'elaborazione di caffè specializzati è anche una priorità immediata.

Conclusione

Finora la ricerca sui caffè è stata fatta in isolamento da diversi paesi. Con il paese stesso gli istituti di ricerca del caffè hanno spesso mantenuto l'isolamento dalla ricerca fondamentale di base. D'altro canto, i paesi consumatori hanno una forte base di ricerca in aree avanzate come le tecniche molecolari, la valutazione della qualità, il controllo biologico, ecc. Vi è una forte necessità di integrare la ricerca nei paesi produttori e consumatori per il beneficio complessivo dell'industria del caffè. I paesi produttori dovrebbero adottare una politica aperta e scambiare liberamente germoplasma e forgiare collaborazioni con altri paesi per lo scambio di competenze tecniche e informazioni. Problemi comuni come la ruggine della foglia del caffè, la brocca del caffè, la malattia della ciliegia del caffè e lo smaltimento degli effluenti ecc. devono essere affrontati attraverso programmi di ricerca di collaborazione multinazionali. Allo stesso modo, il trasferimento della tecnologia attraverso i mezzi di comunicazione elettronici e metodo partecipativo con i contadini è la necessità momento per diffondere rapidamente i risultati della ricerca in modo efficace. Solo questo approccio proteggerebbe gli interessi dei paesi produttori di caffè nel presente scenario globale liberalizzato e altamente competitivo.

H. SEDUTA V

H.07

La brocca del caffè e la ricerca presso il Dipartimento dell'agricoltura degli Stati Uniti

Fernando E. Vega (1) e Eric Rosenquist (2)

(1) Insetto Laboratorio di Biocontrol, Dipartimento per l'Agricoltura degli USA, Servizio Agricolo di Ricerca, Edificio 011A, Sala 214, BARC-West, Beltsville, Maryland 20705 USA e

(2) Coordinatore Internazionale Anziano, Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti, Servizio Agricolo di Ricerca, George Washington Carver Center 4-2260, 5601 Sunnyside Ave., Beltsville, Maryland 20705 USA.

Oltre alla sempre maggiore attenzione raccolta dai prezzi bassi storici del caffè, ci sono altre prodotti relazionati con la produzione di caffè che meritano attenzione. Due che sono di fondamentale importanza e che sono strettamente intrecciati sono i problemi agronomici che i coltivatori si trovano ad affrontare (ad es. Controllo di parassiti e malattie) e il rasferimento di informazioni relazionata con il caffè a coltivatori, scienziati, estensisti e organizzazioni di caffè. Il programma di ricerca sul caffè del Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA) sta lavorando su entrambe le aree. L'obiettivo principale del programma è quello di condurre una ricerca volta a sviluppare strategie innovative di controllo dei parassiti nei confronti della brocca del caffè, insetto devastante nelle piantagioni di caffè in tutto il mondo.

Come risultato del nostro lavoro in America Latina e in Africa, abbiamo spesso notato che la maggior parte della letteratura scientifica che si occupa della brocca del caffè non ha raggiunto i scienziati del caffè e gli estensionisti, spesso i tempi hanno causato una inutile ripetizione della ricerca e, soprattutto, non essendo consapevoli di informazioni che potrebbero essere essenziali per affrontare il problema della brocca del caffè. Questa mancanza di un meccanismo efficace nell'industria del caffè per il trasferimento dell'informazione è sorprendente, considerando che in termini di valore economico il caffè è una delle materie prime agricole più importanti al mondo, che ammonta a circa 55 miliardi di dollari all'anno (Cárdenas 2001) E secondo solo al petrolio come fonte di scambio di valuta per molti paesi in via di sviluppo. L'Organizzazione internazionale del caffè (ICO) stima che la produzione di caffè impiega direttamente almeno 25 milioni di persone a tempo pieno su base mondiale; Quando si prendono in considerazione le attività vincolate al caffè (ad esempio, la torrefazione, la trasformazione, il trasporto, ecc.) questa cifra aumenta a 100 milioni di persone (ICO 1997). Altre materie prime agricole hanno centri di ricerca internazionali dedicati al loro studio. Conoscere il Centro Internazionale per il Miglioramento del Frumento e del Maiz (CIMMYT) in Messico e l'IRRI (Istituto Internazionale di Ricerca sul Riso) nelle Phillipines, due dei 16 centri di ricerca sotto l'egida del Gruppo consultivo sulla ricerca agricola internazionale (CGIAR). Il dottor Gabriel Cádena, direttore del Centro Nazionale di Ricerca del Caffè (Cenicafé) in Colombia, ha proposto l'istituzione di un Centro Internazionale per il Ricerca del Caffè, un'organizzazione la cui creazione è già in ritardo.

L'USDA continuerà a condurre una ricerca volta a sviluppare metodologie che possano essere utilizzate per ridurre l'impatto della brocca del caffè e proseguirà anche gli sforzi volti a incrementare il trasferimento di

informazioni. USDA sta attivamente lavorando per formare un forte partenariato con l'industria del caffè degli Stati Uniti per individuare congiuntamente le aree più importanti che necessitano di ricerca per la sostenibilità di una coltura in crisi.

Referenze

Cárdenas, J. 2001. The World Coffee Crisis. World Coffee Conference, London, May 2001.

International Coffee Organization. 1997. Enhancement of quality in coffee by prevention of mould formation. Project Proposal. EB 3620/97 (E) Rev. 1

I. OSSERVAZIONI FINALI

I.01

CONCLUSIONI

Jorge Cárdenas

<p>1.-</p> 	<p>1.- Conclusioni</p> <p>Jorge Cárdenas</p> <p>Londra, 19 maggio 2001</p>
<p>2.-</p> <p>This conference is taking place at probably the most critical time ever for the coffee industry.</p> <p>This crisis has been particularly severe for coffee growers who have seen their earnings substantially reduced in the recent years.</p>	<p>2.- Questa conferenza ha luogo probabilmente nel momento più critico per l'industria del caffè.</p> <p>Questa crisi è stata particolarmente grave per i coltivatori di caffè che hanno visto i loro guadagni notevolmente ridotti negli ultimi anni.</p>
<p>3.-</p> <p>The conference has succeeded in reestablishing the dialogue and the analysis about the world coffee situation.</p> <p>It has brought together all the relevant actors: politicians, business and academic community, as well as multilateral agencies.</p>	<p>3.- La conferenza è riuscita a ristabilire il dialogo e l'analisi sulla situazione del caffè nel mondo.</p> <p>Ha riunito tutti gli attori rilevanti: politici, imprese e comunità accademiche, nonché agenzie multilaterali.</p>

<p>4- It has been emphasized that the crisis is of an structural nature, given the unbalance between supply and demand.</p> <p>This unbalance has resulted in a continuous price and income deterioration for coffee growers.</p>	<p>4.- E' stato sottolineato che la crisi è di natura strutturale, dato lo squilibrio tra l'offerta e la domanda.</p> <p>Questo sbilanciamento ha portato ad un deterioramento continuo del prezzo e del reddito per i coltivatori di caffè.</p>
<p>5- Given the economic and social implications of the crisis, there have been strong appeals to find a concerted political solution.</p> <p>This solution requires initiatives and new actions in order to facilitate better incomes for coffee growers.</p>	<p>5.- Dato le implicazioni economiche e sociali della crisi, ci sono stati forti appelli per trovare una soluzione politica concertata.</p> <p>Questa soluzione richiede iniziative e nuove azioni per facilitare i redditi migliori per i coltivatori di caffè.</p>
<p>6.- One issue that has been repeatedly mentioned refers to the need to increase consumption.</p> <p>In order to reach that goal we require actions in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promotion • Quality 	<p>6.- Una questione che è stata ripetutamente menzionata riguarda la necessità di aumentare il consumo.</p> <p>Per raggiungere questo obiettivo abbiamo bisogno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promozione. • Qualità.
<p>7.- The existing coffee institutions, national and international, should play an important role in the development and implementation of these initiatives.</p> <p>The ICO and the ACPC are the natural instruments of cooperation and dialogue. They should be preserved.</p>	<p>7.- Le istituzioni del caffè esistenti, nazionali e internazionali, dovrebbero svolgere un ruolo importante nello sviluppo e nell'attuazione di queste iniziative.</p> <p>L'ICO e l'ACPC sono gli strumenti naturali di cooperazione e di dialogo. Dovrebbero essere preservati.</p>

8.-	<p>Globalization is irreversible. We need to ensure that the benefits are shared by all.</p> <p>Developing countries require:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Better market access. • Fair competition. • Access to financial resources and new technologies. 	<p>8.- La globalizzazione è irreversibile. Dobbiamo garantire che i benefici siano condivisi da tutti.</p> <p>I paesi in via di sviluppo richiedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maggiore accesso al mercato. • Competizione leale. • Accesso alle risorse finanziarie e alle nuove tecnologie.
9.-	<p>In order to ensure the sustainable development of the coffee industry we require:</p> <p>Increase productivity and value added</p> <p>Strong and flexible institutions</p> <p>Better use of the market instruments (futures and risk management).</p> <p>Improve information to the consumer (quality and health)</p>	<p>9.- Al fine di garantire lo sviluppo sostenibile dell'industria del caffè abbiamo bisogno di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentare la produttività e il valore aggiunto. • Istituzioni forti e flessibili. • Maggiore utilizzo degli strumenti di mercato (futures e gestione del rischio). • Migliorare le informazioni al consumatore (qualità e salute).
10.-	<p>The Task Ahead</p> <p>Immediate Action</p> <p>This conference is a landmark. We have new ideas and a will to deal with the current situation.</p> <p>Governments, coffee authorities and the business community should explore now all possibilities with imagination and creativity in order to shape a better coffee world.</p>	<p>10.- L'attività nel futuro</p> <p>Azione immediata</p> <p>Questa conferenza è un punto di riferimento. Abbiamo nuove idee e una volontà per affrontare la situazione attuale.</p> <p>I governi, le autorità del caffè e la comunità imprenditoriale dovrebbero esplorare ora tutte le possibilità con l'immaginazione e la creatività per formare un mondo migliore del caffè.</p>
11.-	<p>End</p>	<p>11.-</p> <p>FINE</p>

Fonte: Sito dell'OIC, WIKIPEDIA, Appunti personali.

Traduzione completata a Trieste il 17 giugno 2017
a cura di:

Ing. *Óscar García Murga*
Cittadino Italo-Guatemalteco

oscargarcia@libero.it
guatecun@gmail.com