



## III Conferenza Mondiale sul Caffè

“26-28 febbraio 2010, Città del Guatemala”

Il 28 febbraio 2010 si è conclusa la III Conferenza Mondiale del Caffè svoltasi a Città del Guatemala. Alla cerimonia di chiusura, oltre ai dirigenti dei due enti organizzatori: l'Anacafé del Guatemala e l'Organizzazione Internazionale del Caffè di Londra, hanno presenziato il Presidente della III Conferenza Mondiale del Caffè e Presidente del Guatemala **Alvaro Colom**, il Presidente dell'Honduras **Porfirio Lobo** e il Presidente del Salvador **Carlos Mauricio Funes**.

I partecipanti, 1.400 delegati di 76 Nazioni, comprendevano 7 Ministri dell'Agricoltura, numerosi relatori, espositori, importanti produttori e membri di associazioni nazionali e internazionali che operano per la sostenibilità e lo sviluppo del caffè.

Le conclusioni e le proposte di questa Conferenza saranno incorporate nel piano di azione strategica e di lavoro dell'OIC di Londra.

## Caffè per il futuro: per un settore caffè sostenibile

Quattro i gruppi di lavoro:

### Gruppo 1

Tema: **Sostenibilità economica: L'economia della produzione**

1. *Kwaku Owusu Baah*, InterAfrican Coffee Organisation (IACO)
2. *Manoel Bertone*, MAPA, Brazil
3. *Luis Muñoz*, National Federation of Coffee Growers of Colombia
4. *Max Quirin*, Private Sector Representative to Guatemala's Monetary Board
5. *Bui Ba Bong*, Ministry for Agriculture and Rural Development, Vietnam
6. *Dang Kim Son*, Ministry for Agriculture and Rural Development, Vietnam
7. *Carlos Brando*, P&A International Marketing, Brazil
8. *David Browning*, TechnoServe

## Gruppo 2

Tema: **Sostenibilità economica: L'economia della domanda**

1. *Dantes Hurtado*, Coffee and Tea Brazil, Sara Lee Brazil
2. *Aleksandr Malchik*, Montana Coffee Holding Ltd., Russia
3. *V.G. Siddhartha*, Café Coffee Day
4. *Samuel Nahmias*, STUDYLOGIC
5. *Keiji Ohta*, All Japan Coffee Association
6. *Ric Rhinehart*, Specialty Coffee Association of America (SCAA), USA
7. *Daniele Giovannucci*, Committee on Sustainability Assessment (COSA)
8. *Luis Fernando Samper*, National Federation of Coffee Growers of Colombia
9. *Robert Simmons*, LMC International
10. *Judith Ganes-Chase*, J. Ganes Consulting LLC

## Gruppo 3

Tema: **Sostenibilità ambientale**

1. *Eduardo Delgado Assad*, Embrapa Informática Agropecuária, Brazil
2. *Peter Baker*, CABI Bioscience
3. *Fernando Gast*, Cenicafé, Colombia
4. *Taye Kufa*, Jimma Agricultural Research Centre, Ethiopia

## Gruppo 4

Tema: **Sostenibilità sociale**

1. *Launtia Taylor*, International Women's Coffee Alliance (IWCA) - Opening statement
2. *Sunalini Menon*, Coffeelab Private Ltd., India
3. *Ana Laura Quirós Montoya*, ASOMOBI, Costa Rica
4. *Launtia Taylor*, International Women's Coffee Alliance (IWCA) - Closing statement
5. *Enzo Barattini*, Commission of the European Union
6. *G. V. Krishna Rau*, Coffee Board of India
7. *Ishak Kasule Lukenge*, KDS Coffee Ltd., Uganda
8. *Andrea Illy*, Illycaffè SPA, Italy
9. *Wayne R. Nilsestuen*, U.S. Agency for International Development (USAID), Guatemala

In forma molto succinta segue un riassunto di quanto esposto dai relatori.

## Sostenibilità economica della produzione

La sostenibilità economica è un tema importante nella produzione del caffè, perché i Paesi con economie dipendenti dalla produzione di questa merce, non partecipando alla globalità della catena prodotto-consumatore, si trovano in enorme difficoltà quando il mercato è in crisi.

I Paesi produttori, primo anello della catena, subiscono perdite tali da compromettere il livello della vita, talvolta addirittura della sopravvivenza, delle popolazioni locali; e ciò avviene nonostante il costo dell'indispensabile materia prima sia quasi irrilevante rispetto al costo finale della tazza di caffè.

Secondo l'OIC, per i Paesi produttori il fatturato d'esportazione del chicco nel mondo raggiunge 12 bilioni di US\$ (€ 8.710.000.000 al cambio odierno). È interessante comparare questo dato con il fatturato dell'Italia nel 2006, che ha raggiunto per il caffè torrefatto ca. € 2.847.000.000.

Negli ultimi anni c'è stato un importante incremento del consumo del caffè in seguito agli sforzi degli operatori. Il dott. **Nestor Osorio**, direttore esecutivo dell'OIC, segnala che nel 2000 il consumo mondiale del caffè era di 104 milioni di sacchi di 60 kg. Nel 2005 di 115 milioni di sacchi. Nel 2009 132 milioni di sacchi. Il prezzo medio era calato nel 2001-2002 a US\$ 0,45 centesimi la libbra, nel 2005 era risalito intorno a US\$

0,90 centesimi la libbra ed oggi la media dei prezzi si aggira intorno agli US\$ 1,20 centesimi la libbra. Sono comunque lontani i prezzi del 1980-1985 quando si erano raggiunti valori massimi di US\$ 2,23 centesimi la libbra.

I prezzi sono diventati più interessanti, ma è salito il costo della mano d'opera, dei fertilizzanti, del controllo delle malattie delle piante e dei finanziamenti bancari; a tutto ciò si è aggiunta la svalutazione del dollaro. La produzione invece è scesa creando uno squilibrio tra produzione e domanda e forzando gli operatori ad attingere alle loro riserve. L'Africa e l'America Centrale (*washed arabicas*) hanno diminuito la loro produzione.

Dal 1980 al 1990 l'Africa produceva una media di 24,4 milioni di sacchi rappresentando il 27% della produzione mondiale. Dal 1990 la produzione è crollata a 15,4 milioni di sacchi rappresentando soltanto il 15% della produzione mondiale. Ciò ha creato un danno enorme a più di trentatré milioni di persone. La liberalizzazione ha agito come un cavallo di Troia. C'è bisogno di più investimenti nelle infrastrutture e uno sviluppo della partecipazione degli investimenti del settore privato.

Tra il 1990 e il 2000, il Brasile ha duplicato la produzione a 48 milioni di sacchi e il Vietnam è passato da 1 milione di sacchi nel 1990 a 15 milioni di sacchi nel 2001.

Il Brasile deve ora gestire una sovrapproduzione che potrebbe influenzare i prezzi del caffè di fronte a una domanda non flessibile. Una produzione lenta nel reagire ai miglioramenti di prezzo può portare all'esaurimento delle aree coltivate a caffè. In Brasile si trovano 287.000 produttori distribuiti in 1.857 città, 30 cooperative agricole di produzione di caffè in forma esclusiva e 40 cooperative che commerciano anche caffè. 1.336 torrefattori, 9 impianti di caffè solubile, 3.000 marchi e 220 esportatori. Ma il Brasile è anche il secondo consumatore di caffè nel mondo.

La Colombia ha raggiunto un alto grado di tecnologia specifica del prodotto e una capacità produttiva di 11-12 milioni di sacchi quando le condizioni climatiche si presentano vantaggiose. Il 64% dell'area è coltivata con piante di caffè lavorate con quella tecnologia specifica e nella migliore età produttiva delle piante. La Federazione Nazionale di Produttori di Caffè della Colombia è impegnata in diversi programmi atti a garantire la sostenibilità e il profitto della produzione di caffè.

Il caffè Centroamericano ha una grande importanza tra i caffè "*arabica lavados*". Il Guatemala è il più importante produttore dell'Istmo.

L'America Centrale coltiva 886.592 ha., comprende 288.366 produttori e dà lavoro a 1.425.000 persone. Le cifre per ogni Paese sono: Guatemala: 276.000 ha., 90.000 produttori, 473.000 posti di lavoro. El Salvador: 145.000 ha., 23.500 produttori, 183.000 posti di lavoro. Honduras: 237.000 ha., 78.270 produttori, 413.000 posti di lavoro. Nicaragua: 129.911 ha., 43.182 produttori, 195.000 posti di lavoro. Costa Rica: 98.681 ha., 53.414 produttori, 161.000 posti di lavoro.

Le esportazioni di caffè crudo nel periodo 2008/2009 sono state: Guatemala 3,46 milioni di sacchi. Honduras 3,2. El Salvador 1,34 milioni. Nicaragua 1,43 milioni di sacchi. Costa Rica 1,18 milioni di sacchi.

Dall'America Centrale proviene il 35% delle esportazioni mondiali di "*washed arabicas*". L'America Centrale inoltre fornisce il 22% delle importazioni totali degli USA.

Contrariamente di quanto avviene in Brasile, in America Centrale il consumo locale è molto basso, solamente 1,6 kg. pro capite per anno.

L'impegno dell'America Centrale è rivolto ad aumentare la produzione per soddisfare la crescente domanda, a gestire l'aumento dei costi, ad agire sull'instabilità finanziaria, a ridurre la scarsità di lavoro e al controllo delle variazioni climatiche per arrivare a produrre nel 2010 8/10 milioni di sacchi di "lavados" di alta qualità.

Il Vietnam ha fatto la prima esportazione nel 1981. In questi anni è diventato il secondo esportatore mondiale di caffè. Il Vietnam ha un basso consumo locale e affronta diversi problemi, come la mancanza d'acqua nella stagione secca. I produttori sono molto piccoli < 2ha., 92% della produzione è robusta. È però necessario migliorare e sostituire il parco piante, aumentare le piante atte a produrre le zone d'ombra, fare un migliore uso dei fertilizzanti, risolvere il problema dell'irrigazione ed essere più preparati ad affrontare le variazioni climatiche.

Il Vietnam, per produrre un caffè sostenibile, è alla ricerca di soluzioni, strategie e misure capaci di gestire la sovrapproduzione in periodi di prezzi bassi. Anche il Vietnam soffre gli alti costi bancari e la svalutazione del dollaro, oltre al bisogno di aumentare il consumo interno.

Il mercato dei caffè speciali potrebbe richiedere 10 milioni di sacchi nei prossimi 10 anni. Con una adeguata programmazione agricola, i Paesi dell'Africa Orientale hanno una buona possibilità di partecipare alla fornitura di questi tipi di caffè, devono però adeguarsi con sistemi di trattamento del chicco e con tecniche agricole avanzate per poter aumentare la produttività dei terreni. Con un lavoro programmato i produttori potrebbero duplicare la loro produzione.



Ing. *Alvaro Colom*  
Presidente del Guatemala e Presidente della 2010WCC



Pubblico e partecipanti





Sig. *Néstor Osorio*  
Direttore esecutivo dell'OIC



Inaugurazione degli stands



Le donne che lavorano nel caffè

# Sostenibilità economica della domanda

La sostenibilità e l'aumento della domanda e dei consumi chiedono di sviluppare nicchie di lavoro un tempo trascurabili per le loro dimensioni.

Un consumatore cerca sempre prodotti nuovi pur rispettando il limite delle tazze di caffè che può bere nel rapporto benessere e salute. Grossi operatori, quali il terzo torrefattore mondiale Sara Lee, offrono tramite le proprie strutture una gamma di bibite a base di caffè che sicuramente aiutano il consumo ed aprono a nuovi tipi di clientela; presentano pertanto molteplicità di marchi e di nomi di bibite a base di caffè ritenendo così di soddisfare il piacere di varietà di scelta del cliente.

In Russia nel 1992 c'erano soltanto 2 torrefattori: Montana Coffee e Blues Coffee. L'anno scorso è stato raggiunto il numero di 70 torrefattori. In Russia sono apparse catene di coffee shops di operatori locali e operatori internazionali: Shokoladnitsa, Coffee House, Coffeelin, Coffeemia, Coffee Bean, Starbucks, Costa Coffee per un consumo di 115,000 tonnellate. Le previsioni sono di un consolidamento del mercato e di una scrematura tra piccoli e grandi torrefattori. L'aumento dei consumi di caffè in Russia continuerà a crescere particolarmente in due settori: il "fuori casa" e il tipo R&G (torrefatto e macinato) per uso domestico.

Nel 2050 l'India sarà, dopo la Cina e gli USA, una delle più grandi economie mondiali. Si prevede il sorpasso dell'Italia già nel 2016, della Francia nel 2019, del Regno Unito nel 2022, della Germania nel 2023 e del Giappone nel 2032. L'aumento del consumo di caffè è direttamente legato al miglioramento economico e culturale. Merita menzionare la più grande azienda integrata di caffè in India, la Coffee Day, il più grosso retailer dell'Asia con oltre 10.000 addetti che serve un milione di clienti al giorno.

Negli USA, in Gran Bretagna, in Germania, in America Latina si sviluppano nuovi punti di consumo di caffè: stazioni di servizio, bagel stores, coffee shops, travelling groups. Si beve il caffè nelle edicole della metropolitana di Londra, in unità mobili nella Euston Station, o nel breakfast room del Fontainebleau Hilton di Miami. La Costa Coffee, del gruppo Whitbread, meno di 20 anni fa ha aperto 33 punti vendita nel Regno Unito, oggi è la seconda organizzazione del genere in quella nazione dopo la Starbucks, con oltre 600 negozi e programmi d'investimento nei Paesi della Comunità Europea e la Russia.

Il Giappone, dopo le interruzioni delle importazioni nel periodo del dopo guerra, importa oggi oltre 6,5 milioni di sacchi. Un consumo importante del caffè avviene fuori casa, nelle riunioni di lavoro, nell'industria e nel commercio. Le vendite di caffè R&G, caffè istantaneo e caffè di rapida miscela per uso domestico e fuori casa crescono. I giapponesi sono attenti ai caffè speciali certificati ad esempio: Rainforest Alliance, Bird friendly, Organic JAS, Good inside UTZ (parola Maya per "buono"), Fair Trade.

Negli USA, si è avuto un aumento dei consumi negli Speciality Coffees che hanno sorpassato con la quota ventidue milioni di sacchi, i consumi dei caffè tradizionali. Lo speciality coffee nella nicchia "caffè differenti" è un caffè senza difetti e con un carattere distinto nella tazza. Uno speciality coffee è una bibita con base di caffè di altissima qualità, soggetto a un disciplinare rigoroso nella tostatura, nel magazzinaggio e nel processo d'estrazione, che deve dare per risultato un prodotto giudicato dal consumatore una bibita di personalità unica e distinta, superiore alla bibita normale.

La Colombia, nel desiderio di destare nella comunità europea interesse per la varietà della sua produzione, ha operato un consistente lavoro di promozione dei suoi caffè d'origine. Il personaggio di Juan Valdez rappresenta non solo una gamma importante di prodotti di caffè, ma consolida con le caffetterie l'immagine del caffè colombiano nel mondo.

Il consumo di caffè nel mondo arriva a 130 milioni di sacchi, con una crescita dell'1,7% annuo negli ultimi 20 anni. I consumi interni di Caffè nel Brasile sono aumentati in forma importante e presto il Brasile potrebbe diventare il primo consumatore mondiale. Attualmente il consumo domestico di caffè del Brasile è superiore al consumo domestico di tutti i Paesi produttori messi insieme. L'aumento del GDP (Gross domestic product) aumenta i consumi di caffè.

Il consumo di caffè solubile pro capite è legato al consumo di tè pro capite. Quando il mercato del caffè è maturo, scende il consumo di solubile.

Gli Stati Uniti importano dal 20 al 26% di tutte le esportazioni mondiali. L'uso di cialde, capsule e iper capsule ha aiutato ad aumentare il consumo di caffè. La sfida del mercato è quella di riuscire ad acquisire nuove nicchie di consumatori.



Sig. **Mauricio Funes**  
Presidente de El Salvador



Dott. **Ricardo Villanueva**  
Presidente Anacafè, Guatemala



Signor **Porfirio Lobo**, Presidente de Honduras  
insieme con **Néstor Osorio** Direttore  
Esecutivo OIC e **Ali Mchumo** Manager Common  
Fund of Commodities



Dott. **Andrea Illy**  
Chairman and CEO Illycaffè Spa, Trieste, Italy

L'Ing. **Alvaro Colom**  
Presidente del Guatemala  
e Presidente della III 2010 WCC,  
insieme al Dott. **Ricardo  
Villanueva** Presidente  
de Anacafé e importanti  
rappresentanti del mondo  
del Caffè visitano lo stand della  
Illy Caffè di Trieste.



Premiazione dei produttori  
Commemorazione del cinquantenario.



## Sostenibilità ambientale

Il caffè è originario dell'Africa ed è prodotto in molti Paesi africani tramite piccoli agricoltori molto vulnerabili ai rischi del mercato e dei cambiamenti climatici. Questi produttori perdono interesse in questo coltivo perché non hanno un accesso adeguato al mercato globale e i prezzi sono troppo bassi.

Ciò danneggia l'habitat dei caffè nativi e la qualità della fornitura ai paesi consumatori. L'aumento della popolazione, la deforestazione, l'aumento delle dimensioni delle tenute dedicate ad altri coltivi, i programmi, la crisi finanziaria e i cambiamenti climatici minacciano in questo continente l'area di produzione del caffè e la diversità genetica dello stesso. È necessaria una collaborazione stretta tra le nazioni produttrici e consumatrici per coordinare e promuovere iniziative che aumentino la sostenibilità e sviluppare l'economia del caffè in Africa e nel mondo.

Un capitolo importante è quello dell'utilizzo dell'acqua per produrre il caffè dalla piantagione fino alla tazza. L'acqua diventa un bene importante, chiamato anche oro blu. La sua mancanza o la sua gestione sbagliata aumenta i costi e compromette la qualità ambientale che lasceremo ai nostri figli. Il water footprint di una tazza di caffè è 140 litri di acqua.

## Sostenibilità sociale

L'intervento dell'ambasciatore Dott. **Ali Mchumo** del Common Fund of Commodities con sede in Amsterdam, nel suo discorso alla cerimonia d'apertura della Conferenza ha illustrato tutto l'appoggio che questa istituzione dà ai Paesi in via di sviluppo per sostenere la loro produzione e migliorare la qualità. Questo Common Fund è costituito da 106 Stati membri, tra cui i Paesi dell'Unione Europea. Dichiara l'ambasciatore che.. *"siamo coscienti del fatto che nonostante il caffè sia una merce globale, rimane essenzialmente una merce legata alla povertà, principalmente perché prodotta o raccolta da poveri piccoli agricoltori o in aree rurali povere che non hanno ancora tratto beneficio della globalizzazione dell'industria. ..."* *"...Tutti sappiamo che i mercati delle merci sono sofisticati e determinati da un numero di altri fattori come i mercati dei derivati delle merci o altri parametri come i cambi climatici. In altre parole, i fondamenti della produzione e le condizioni del mercato non sono più gli unici fattori che determinano i prezzi delle merci e ci sono altre variabili che hanno un ruolo determinante."*

Gli effetti della volatilità dei prezzi non sono distribuiti nella stessa proporzione tra i partecipanti al mercato. Le conseguenze socio economiche dipendono da fattori come: reperibilità di crediti, disponibilità di capitali, fonti alternative d'introiti ecc. Sono per tanto ovvii gli svantaggi che affrontano i Paesi in via di sviluppo le cui economie dipendono da una merce come il caffè. Il Common Fund of Commodities promuove tra i piccoli agricoltori il finanziamento di tecnologie, la ricerca di altre commodities e la partecipazione ad aumentare il valore aggiunto vendendo il prodotto torrefatto e macinato, per aver più partecipazione al mercato. Certamente a livello globale le operazioni sarebbero negoziate entro la struttura del WTO.

Siamo sicuri che i Paesi che processano e commercializzano i loro prodotti con un valore aggiunto superiore, non soltanto aiutano lo sviluppo di altri settori della loro economia, migliorano la propria capacità di guadagno e acquistano conoscenza del settore con nuove tecnologie, ma riescono a far più operativa l'infrastruttura basica per la loro capacità industriale.

Il Dott. **Carlo Brando** della P&A International Marketing ci ricorda che se non si cambiano le condizioni di lavoro degli addetti al raccolto manuale differenziato del caffè, la povertà è inevitabile e il caffè non sarà più sostenibile. Un operatore riesce a cogliere soltanto un numero fisso di chicchi al giorno. I prezzi del caffè sono scesi ciclicamente nei decenni. I salari tendono a crescere meno dei costi della vita, non esistono possibilità di lavori migliori. Il raccolto manuale selettivo condanna il lavoratore alla povertà. Potrebbero però esistere delle soluzioni per migliorare la situazione aumentando l'efficienza nel raccolto con procedimenti moderni e chiarendo paradigmi che parlano della qualità, del sociale e dei mercati. Pur pensando ai nuovi mercati che si stanno sviluppando, bisogna aumentare la produzione di caffè utilizzando in modo migliore la mano d'opera esistente.

Durante la conferenza è stata pure messa in rilievo l'importanza della donna nelle attività economiche delle nazioni. Negli ultimi anni, in diversi Paesi sono sorte associazioni e cooperative femminili impegnate nel settore del caffè. Tra le prime società dell'indicatore *"Fortune"* si piazzano società che hanno aumentato la presenza di donne nei loro consigli direttivi. Le donne costituiscono il 51% della popolazione mondiale.

La Comunità Europea nel 2008 è stata destinataria del 66% della produzione mondiale di caffè (67,2 milioni di sacchi). La Comunità Europea è uno dei più importanti donatori di aiuti al mondo e tramite

la stessa viene canalizzato il 60% di tutte le assistenze ufficiali allo sviluppo dell'America Latina, dell'Asia, del Pacifico, del Medio Oriente, dell'Africa e del Caraibi.

La produzione attuale di caffè in Africa è scesa a livelli molto al di sotto delle cifre del 1980-1990. Ciò è dovuto al fatto che la popolazione giovane (50% della popolazione africana, si trova nella fascia tra 12-30 anni) non trova risposta ai propri bisogni economici ed emigra verso le città, lasciando la terra alle persone più anziane. Nelle 25 nazioni africane produttrici di caffè si trovano 40 milioni di persone che dipendono per la loro sopravvivenza da questo prodotto. Il 95% dei produttori sono piccoli agricoltori che lavorano superfici da 0,5 a 2 ha. Il 50% della valuta estera che arriva all'economia di nazioni quali l'Etiopia, il Burundi e il Ruanda deriva dal caffè.

I giovani africani sono la risorsa potenziale per la crescita e lo sviluppo sociale, però se scarsamente considerati, possono essere pure la causa di tensioni e conflitti. Ma è solo tramite i giovani che l'Africa può riuscire a realizzare gli scopi del Millenium Development Goals, particolarmente per quanto riguarda il dimezzare entro il 2015 la povertà estrema.

La Illy Caffè di Trieste ha partecipato alla Conferenza con uno stand e il suo CEO Dott. **Andrea Illy** è intervenuto con una relazione nella quale ha rimarcato come la comunità del caffè adotti la strategia della qualità tramite istituzioni quali la Association Scientifique Internationale pour le Café (ASIC) della quale lui stesso è l'attuale Presidente. Altre associazioni da lui menzionate che operano per la promozione della conoscenza scientifica, della preparazione dei produttori e dell'informazione necessaria ai consumatori sono: Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), Institute for Scientific Information on Coffee (ISIC), International Coffee Organization (ICO), National Coffee Association (NCA) de New York e International Coffee Genome Network (ICGN).

Nei Paesi produttori di caffè giocano un grosso ruolo gli aiuti USAID. La USAID degli Stati Uniti ha uffici in 37 dei 45 Paesi registrati presso l'ICO di Londra, e 80% dei Paesi produttori hanno progetti finanziati USAID. Gli aiuti USAID degli ultimi 5 anni nel Continente Americano, in Africa e in Asia ammontano a US\$ 130,000 milioni. Gli Stati Uniti hanno importato 22 milioni di sacchi nel periodo 2008/2009.

Il pensiero della Comunità Europea è stato riassunto dal Dott. **Enzo Barattini**, (Deputy Head of Unit - Commodities, European Commission) rappresentante della Commissione Europea, con una frase di Nelson Mandela:

*"Sconfiggere la povertà non è un gesto di carità, è un atto di giustizia, è la protezione di un diritto umano fondamentale, il diritto alla dignità e a una vita decente. Dove continua a esistere la povertà, non c'è una vera libertà".*





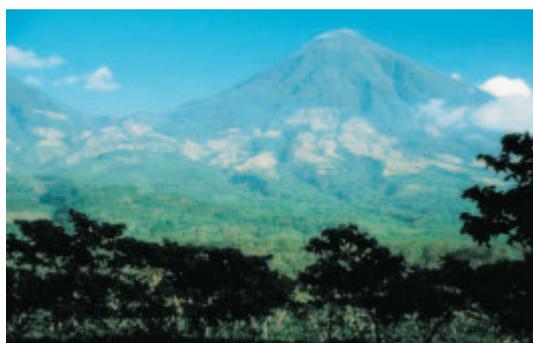
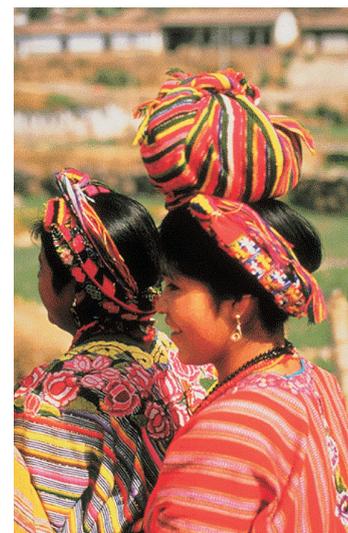
## Guatemala



La terra del Guatemala "... è antica e venerabile, dove la natura e la storia hanno lasciato segni maestosi della loro forza modellatrice. Di tutti i Paesi, non solo dell'America Centrale, questo caraibico, mediterraneo, favoloso, ombelico e santuario delle più antiche culture indio - americane, è senza dubbio uno dei più ricchi di misteri e d'ineffabili segreti..."  
 "... per rendergli giustizia, bisognerebbe essere insieme geografi, storici, archeologi, botanici, antropologi e poeti ...".

### **Miguel Angel Asturias**

guatemalteco, Premio Nobel per la letteratura del 1967



Autore della relazione

**Ing. Oscar René García Murga**

• guatecun@gmail.com • oscargarcia@libero.it •