

Lima, 15 settembre 2006

Signori  
FINANCIAL TIMES  
Londra

Con la nostra migliore considerazione

Ci rivolgiamo a voi al fine di sollecitarvi a fare chiarezza sulle opinioni di parte che in merito alle organizzazioni di piccoli produttori di caffè del Perù, con il marchio del Commercio Equo, vengono diffuse sul vostro prestigioso periodico del giorno 8 settembre del presente anno, riportate a firma del vostro corrispondente da Lima, signor HAL WEITZMAN.

Rispetto ad esse dobbiamo formulare le seguenti precisazioni:

1. **Zone visitate.** Il signor Weitzman ha visitato zone di produzione del caffè del nordest e del sud del Perù, ricavando informazioni da inserire in un documentario, commissionato dall'impresa Ahold, Olanda, al signor Olaf Hammelburg, che contrattò i servizi.
2. **Presupposti casi generali.** Con le informazioni ricavate pubblicò tre articoli, due sul FT (15 agosto e 8 settembre) e una sull'Universal di Città del Messico (11 settembre), nei quali fa riferimento a diversi problemi sociali, economici ed ambientali delle organizzazioni di produttori di caffè. Nell'ultimo, sotto il titolo "Il costo amaro del caffè del Commercio Equo" (8 settembre) riporta due dichiarazioni dei suoi intervistati nel nordest, generalizzandole come fossero di tutte le organizzazioni: salari sotto il minimo ufficiale per i raccoglitori, approvvigionamento di caffè da piantagioni collocate in riserve naturali, destinato in parte al Commercio Equo. Afferma che i certificatori di FLO non controllano né sanzionano questi casi.
3. **Differenze nelle condizioni di lavoro e salario.** Ci rammarichiamo che sulla base di questi dati parziali, che non sono contrastati da altre fonti attendibili, si alimenti un senso di sfiducia nella relazione produttore/consumatore nel Commercio Equo. In Perù il 90% delle aziende di caffè è di piccoli produttori, la cui area di produzione va da 0,5 fino a 10 ettari, dove la manodopera è in maggioranza familiare, con diverse forme di relazioni di lavoro, tra le quali predomina l'"ayni" o "minka", una ancestrale forma di lavoro solidale tra le famiglie, le quali vanno di campo in campo raccogliendo i grani maturi. Esiste anche la raccolta "al partir", ossia il raccoglitore si paga con il prodotto raccolto nel campo. In entrambi i casi non c'è scambio monetario, ma di lavoro. Nelle due ultime raccolte, del 2005 e del 2006, il salario monetario unico (esclusa alimentazione) ha avuto una media superiore del 20% al minimo ufficiale, attualmente 16,67 soles, o 500 soles al mese. Vediamo l'esempio seguente di salario a cottimo: 8 secchi di raccolta minima x 2,5 soles a secchio equivalgono a 20 soles, ai quali vanno aggiunti rimborsi per i viaggi di andata e ritorno dal paese di origine, disponibilità di vitto e alloggio, che secondo la legislazione peruviana vigente possono essere fino al 20% del valore nominale. Quest'anno sono stati pagati fino a 3 soles a secchio, e la raccolta media è stata di 10 secchi, pertanto le entrate della maggioranza dei lavoratori stagionali per la raccolta è stata superiore al 30%.
4. **Costi di produzione.** E' opportuno ricordare che il costo di produzione in azienda per una libbra (circa mezzo chilogrammo, ndt) di **caffè pergamino tradizionale**, stabilito di concerto fra il Ministero dell'Agricoltura e la JNC (unione dei produttori di caffè, ndt) è di **0,6553** dollari, mentre per il **caffè biologico** il costo è di **0,805** dollari per libbra. Si devono aggiungere i costi di commercializzazione (noleggi locali, lavorazione, confezionamento, dogana, ecc.) e le attività di formazione tecnica e gestione associativa che devono effettuare le organizzazioni con i propri soci, costi che superano gli 0,25 dollari per libbra di caffè

pergamino. Molte volte, come successe tra il 1999 e il 2004, i prezzi al produttore non coprivano nemmeno i costi della raccolta stagionale. Si deve inoltre precisare che negli ultimi anni i prezzi al produttore sono aumentati, però tali miglioramenti non raggiungono la media del salario minimo mensile di un lavoratore rurale. Ulteriore necessario chiarimento: solo una parte della raccolta del piccolo produttore va al Commercio Equo. Il restante va al mercato con altri marchi, o anche al mercato tradizionale.

5. **Fattori ambientali.** Nel nostro paese è in atto una deforestazione crescente nelle zone amazzoniche, determinata da politiche statali di colonizzazione negli anni '60 e '70, e nello stesso tempo dagli interventi di ditte del legno senza scrupoli, e ancora dalle coltivazioni illecite di coca e papavero. L'inerzia degli enti pubblici chiamati ad evitare questa situazione, come ad esempio IRENA, ha contribuito a danneggiare i boschi naturali. Giustamente, con l'appoggio statale e la cooperazione internazionale (PRONAMACHS e altri) si sta sviluppando il recupero e la conservazione di queste terre mediante riforestazione delle zone colpite, essendo la coltivazione di caffè, associata con alberi da ombra, la migliore alternativa. Questa opera congiunta ha contribuito, inoltre, a migliorare la fauna e la flora nei campi di caffè, che sono ottimi rifugi per la varietà di uccelli nativi e di transito verso la foresta amazzonica.
6. **Sistema di controllo interno.** Tutte le organizzazioni posseggono un SIC (sistema interno di controllo) per supervisionare l'applicazione degli standard di FLO, soprattutto quelli di carattere economico sociale e ambientale (di recente definizione). Esiste un registro di ubicazione, estensione, carico familiare, partecipazione educativa, indispensabile per esser parte del Commercio Equo. Questo sistema di controllo si integra con le informazioni e gli accordi nell'assemblea generale degli associati, cosa che garantisce una relazione trasparente tra i componenti del Commercio Equo. Bisogna tenere in conto che in una cooperativa o associazione con certificazione FLO non tutti i soci sono coinvolti nel Commercio Equo, per via di regolamenti interni che stabiliscono criteri di inclusione o esclusione.
7. **Le ispezioni e verifiche.** Dobbiamo riconoscere che nelle nostre organizzazioni sta crescendo un forte dibattito intorno al ruolo degli ispettori di FLO-CERT. Constatiamo che gli standard e i costi di certificazione risultano eccessivi per le organizzazioni di piccoli produttori, dei quali una importante percentuale è analfabeta cronica, per cui quando vengono intervistati da diversi visitatori confondono termini e fattori economici, come è successo nel recente reportage.
8. **Impatto del Commercio Equo.** In Perù ci sono 27 organizzazioni di produttori di Commercio equo, delle quali 24 sono associate alla Junta Nacional del Café. Queste organizzazioni stanno sviluppando capacità di gestione imprenditoriale, sociale e ambientale, trasformandole in motore di sviluppo rurale e lotta alla povertà estrema in regioni dove lo Stato è assente da decenni. Hanno permesso di iniziare la ricostruzione del tessuto sociale distrutto nel lungo periodo di violenza sovversiva, e di affrontare i conflitti provocati dall'economia illegale. E' cresciuta l'attenzione ai servizi di base relativi alla salute, all'educazione, al miglioramento dell'infrastruttura comunitaria e imprenditoriale. Tutto questo sforzo e l'unione di volontà per costruire una società inclusiva, con pratiche di valori solidali, hanno nel Commercio Equo la loro chiave principale.
9. **Conflitto di interessi.** Il movimento del Commercio Equo mostra un forte dinamismo negli ultimi anni, interessando diversi attori del mercato. Questo processo fa emergere passioni e reazioni contrastanti. Non ci sorprende che operatori commerciali locali, legati direttamente alla grande industria, cerchino di squalificare il ruolo e l'impegno dei nostri associati nel Commercio Equo. Tre anni fa un ex impiegato della Kraft, che operò per parecchio a Lima appoggiando determinati settori d'impresa, cercò di squalificare il Commercio Equo, usando termini simili quelli raccolti dal sig. Geoff Watts per il sig. Weitzman nel suo

reportage. Non è per nulla etico fare affermazioni tanto temerarie e generalizzate sull'insieme delle organizzazioni peruviane, senza argomenti verificabili.

10. **Prospettive.** Siamo convinti che il Commercio Equo, soggetto certamente a questioni da perfezionare, costituisca la migliore alternativa per la SOSTENIBILITA' ECONOMICA, sociale ed ambientale di milioni di famiglie di piccoli produttori di caffè. Non c'è altro movimento né marchio nel mercato del caffè che abbia i valori e i risultati ottenuti fino ad oggi. I nuovi marchi che nascono sotto l'impulso delle grandi imprese (licenziatarie FLO) e dei grandi torrefattori stanno diffondendosi ogni giorno di più e inviando il proprio messaggio di convenienza economica per i piccoli produttori .

Con la certezza che le nostre precisazioni e punti di vista saranno accolte nelle pagine del vostro giornale, ci firmiamo

Cortesemente

César Rivas Peña  
PRESIDENTE  
Junta Nacional del Café

Arnaldo Neira Camizán  
PRESIDENTE  
Coordinamento Nazionale del Commercio Equo-PERU