



© HELVETAS / Patrick Rohr

SCOPRIRE IL MONDO DEL CAFFÈ

MATERIALE DIDATTICO PER LE SCUOLE MEDIE E MEDIE SUPERIORI



HELVETAS

Agire per un mondo migliore

L'idea

Il presente dossier didattico per le scuole medie e medie superiori sul tema del caffè è stato creato dopo un viaggio in Nepal, nel novembre 2016, delle responsabili scolastiche di Helvetas Anna van der Ploeg e Eugénie Deriaz.

L'orientamento è sulla prospettiva e sul lavoro delle produttrici e dei produttori di caffè nepalesi. Il corpo insegnante può utilizzarlo elaborandolo autonomamente con la classe oppure combinandolo con un'animazione dei responsabili scolastici di Helvetas (contatto: si veda a fianco).

Gli obiettivi

In linea con gli obiettivi dell'apprendimento globale e dell'educazione allo sviluppo sostenibile, allieve e allievi sono stimolati ad avere a che fare con realtà spesso sconosciute da mettere in relazione con le proprie. Con le schede didattiche si rende possibile l'approfondimento tematico: questo favorisce tanto il lavoro indipendente (ricerca) come anche l'apprendimento collettivo. Allieve e allievi sono invitati a guardare con precisione, a scoprire, a esprimere ipotesi, a cambiare prospettive e ad attivarsi (opzioni operative).

Il contenuto

Il dossier contiene tre sezioni principali

- Una sezione per l'insegnante con
 - Informazioni di base sul paese e sul tema
 - Cenni sull'impegno di Helvetas
 - Suggerimenti e link per l'approfondimento
- Schede didattiche riproducibili per allieve e allievi
- Suggerimenti per attività in classe e all'aperto

Helvetas

HELVETAS è stata fondata nel 1955 come prima organizzazione svizzera privata di cooperazione allo sviluppo. Dalla fusione con Intercooperation nel 2011 è sorta l'organizzazione Helvetas Swiss Intercooperation. Quale associazione partiticamente e religiosamente neutra, Helvetas è sostenuta da circa 100'000 donatori. 1'600 dipendenti in tutto il mondo sono impegnati in 29 paesi partner in Africa, Asia, America Latina e nell'Europa dell'Est. Informazioni aggiornate sui progetti di Helvetas sono disponibili online all'indirizzo www.helvetas.ch o al numero telefonico del nostro ufficio regionale 091 820 09 00.

Proposte di Helvetas alle scuole

Proposte per le scuole medie e medie superiori nelle tre regioni linguistiche

- Animazioni nelle scuole
- Collaborazione a giornate e settimane progetto
- Visite guidate alle mostre di Helvetas per scolaresche
- Materiale didattico per gli insegnanti

Contatti

Svizzera italiana

Gloria Spezzano, Ufficio di Balerna
gloria.spezzano@helvetas.org; tel. 091 820 09 07

Svizzera tedesca

Anna van der Ploeg, Sede centrale di Zurigo
anna.vanderploeg@helvetas.org; tel. 044 368 65 29

Svizzera romanda

Eugénie Deriaz, Ufficio di Châtelaine
eugenie.deriaz@helvetas.org; tel. 021 804 58 11

HELVETAS FAIRSHOP

www.fairshop.helvetas.ch

Tel. 044 368 65 00

I retroscena	p. 4
Schede didattiche Cambio di prospettiva	p. 5
Schede didattiche Produzione e valore aggiunto	p. 8
Proposte di attività	p. 10
Soluzioni	p. 12

I retroscena

Il caffè è una tra le bevande più consumate e dopo il petrolio greggio la materia prima più commercializzata a livello mondiale. La pianta sempreverde del caffè (*Coffea*) cresce su tutto il globo terrestre e viene coltivata in più di 70 paesi, ma soprattutto in America Latina, nel Sud-est asiatico e in Africa. Ne esistono due specie principali: Arabica e Robusta, la prima delle quali costituisce circa il 60% della produzione mondiale. L'80% del caffè viene prodotto da 25 milioni di piccoli agricoltori i quali, proprietari di meno di 10 ettari di terreno, con gli introiti sovente riescono appena a coprire i costi di produzione. Il caffè è significativo anche per il mercato globale del lavoro. Diversi milioni di persone sono occupate nel mondo intero nei settori della coltivazione, trasformazione, trasporto, vendita e marketing, mentre esso viene commercializzato nelle borse di Londra e New York.

In Nepal, il caffè di specie Arabica è stato introdotto nel distretto di Gulmi già nei tardi anni trenta dello scorso secolo. La quota di coltivazione migliore è tra gli 800 e i 1'600 metri s.l.m. e ciò fa delle regioni collinari del Nepal zone ideali per le piantagioni. Questo pregiato arbusto serviva innanzitutto a impedire l'erosione del terreno, ma fu ben presto sempre più commercializzato. Per favorire ancor meglio il potenziale economico del caffè, nel 2003 è stato dato il via al Coffee Promotion Project e nel 2007, tramite la collaborazione del National Tea and Coffee Development Board con l'organizzazione di cooperazione Helvetas, si è sviluppato il Coffee Promotion Program (CoPP). Al centro del progetto sono previste la costituzione di cooperative (foto a p. 5), la promozione della coltivazione biologica nonché del commercio equo e solidale. Verranno inoltre aperti mercati tanto internazionali quanto nazionali, facendo di un pregiato prodotto di nicchia una fonte di reddito sicuro per molte migliaia di piccoli agricoltori nepalesi.

Fonti: Manfred Putz e Silke Orth: Auf Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees. Neuried: CARE-LINE Verlag GmbH 2007.
https://assets.helvetas.org/downloads/coffee_database_in_nepal_2014.pdf
<https://www.maxhavelaar.ch/produkte/produktkategorien/kaffee.html>
www.handelsblatt.com/finanzen/maerkte/anlegerakademie/weiche-rohstoffe-koffein-fuers-de-pot-seite-3/2900292-3.html

Mappa

<http://www.worldmapfinder.com/It/Asia/Nepal/>

Helvetas in Nepal

Nel 1956 il Nepal è diventato il primo paese partner di Helvetas. Lo stato himalayano ha costituito un importante campo di apprendimento per la cooperazione allo sviluppo. Dopo i modesti inizi con l'agricoltura montanara e la produzione di latte, si è sviluppato un programma nazionale oltremodo multiforme, del quale il Coffee Promotion Program (CoPP) fa parte. In seguito ai forti terremoti dell'aprile 2015, Helvetas ha ripreso con la ricostruzione degli impianti di lavorazione e dei sistemi d'irrigazione distrutti di 50 cooperative del caffè, affinché si possa ripristinare il loro fondamento economico.

Per saperne di più:

https://www.helvetas.ch/it/attivitaa/paesi_di_progetto/nepal.cfm

Suggerimenti & link

Per le lezioni

- Coffee to go. Andreas Gruber. Film in DVD, 25 min., Austria 2009. Il DVD può essere acquistato o noleggiato sulla pagina italiana di questo sito: www.filmeeinaewelt.ch
- Coffee to go, La globalizzazione del caffè, scheda didattica in italiano, PDF, 2009: www.filmeeinaewelt.ch/italiano/files/40190.pdf
- Ufficio federale dell'ambiente UFAM: Il consumo sostenibile, con unità didattica sui temi ambiente, e consumo. Disponibile sul sito: <https://www.bafu.admin.ch/bafu/it/home/temi/economia-consumo/info-specialisti/consumo-sostenibile.html> (06.07.2017)
- Mostra di Helvetas "Il mondo che mangiamo", con libretto esplicativo in italiano. Maggiori informazioni sul sito: https://www.helvetas.ch/it/attivitaa/il_mondo_che_mangiamo/ (06.07.2017)
- ACSI, Guida ai consumi responsabili, terza edizione, PDF, 2009: www.acsi.ch/documenti/pubblicazioni/GuidaConsumiResp.pdf

Ulteriori letture

- L'importanza economica del caffè per la Svizzera, PDF, 2016: <https://www.procafe.ch/wp-content/uploads/2016/06/Importanza-economica-del-caffee.pdf>
- Commercio, consumo e sostenibilità. Maggiori informazioni sul sito: <https://www.procafe.ch/it/commercio-consumo-sostenibilita/> (06.07.2017)
- Documento di sintesi: sostenibilità e caffè, PDF, 2016: https://www.procafe.ch/wp-content/uploads/2016/06/Positionspapier_Nachhaltigkeit-und-Kaffee-i-1.pdf
- Cosa comporta il commercio equo? Disponibile sul sito: www.swissfairtrade.ch/it/commercio-equo/basi-del-commercio-equo/ (06.07.2017)
- Caffè equo e solidale. Disponibile sul sito: www.fairtrade.it/prodotti/caffee (06.07.2017)
- All about coffee: 10 steps from seed to cup (in inglese). Disponibile sul sito: www.ncausa.org/About-Coffee/10Steps-from-Seed-to-Cup (10.07.2017)



© HELVETAS / Narendra Shrestha

COMPITO 1

Osservate in coppia l'immagine. Rispondete alle domande e scambiate le vostre opinioni durante una successiva discussione in gruppo.

- Cosa vedete nell'immagine? Esprimetevi anche sui colori.
- Descrivete accuratamente le donne: viso, espressione, portamento, abbigliamento.
- Quale stato d'animo suggerisce la foto?
- Fate delle ipotesi: cosa è stato sparso sul suolo? Per quale motivo? Che cosa hanno a che fare con tutto ciò le donne?
- Dove potrebbe essere stata scattata la foto?

COMPITO 2

Leggete in classe il testo che segue e riassumetene poi brevemente l'essenza.

Coltivazione sostenibile e cooperazione allo sviluppo – opportunità e sfide

La coltivazione sostenibile* è finora una quota molto piccola del raccolto mondiale del caffè. Questa quota tuttavia aumenta e può – come si dimostrerà in seguito – cambiare positivamente la vita dei coltivatori di caffè.

Sicuramente, non sono i piccoli produttori all'inizio della filiera a fare il grande affare. Con i loro scarsi introiti molto spesso riescono appena a far fronte al loro sostentamento o a coprire i costi di produzione. Il prezzo del caffè dipende soprattutto dagli intermediari. Il valore aggiunto effettivo inizia con la torrefazione, che spesso non avviene nel paese d'origine, ma nel paese di consumo.

La maggior parte delle cooperative del caffè sono troppo piccole per poter acquistare la costosa infrastruttura necessaria alla torrefazione. Il caffè è un prodotto fresco che già dopo la tostatura perde velocemente il suo aroma. Anche un adeguato imballaggio e stoccaggio risultano difficoltosi da realizzare nella maggior parte dei paesi di produzione. Grazie alla coltivazione biologica, all'incentivazione alla biodiversità, a prezzi equi e trasparenti, alla costituzione di cooperative e al migliore accesso al mercato mondiale, si tenta tuttavia di tener conto della difficile situazione economica dei coltivatori. Molti produttori hanno già cominciato ad incrementare la quantità di caffè coltivato in maniera sostenibile e a commercializzarlo in modo equo. Un esempio nepalese illustra il funzionamento tra la produzione sostenibile e la cooperazione allo sviluppo. Nel commercio mondiale

del caffè, il Nepal ha una quota minima e non appare nelle rispettive statistiche.

In seguito si illustra quale influsso benefico diretto ha il programma CoPP (Coffee Promotion Program) sulla vita dei produttori di caffè del distretto di Lalitpur. Nel quadro di questo programma e in collaborazione con il National Tea and Coffee Development Board, Helvetas Swiss Intercooperation sostiene le coltivatrici e i coltivatori nepalesi nella costituzione di cooperative, con consulenze sull'agricoltura e con l'apertura ai mercati internazionali (il caffè "Lalitpur" in Svizzera è venduto tra l'altro nel FAIRSHOP di HELVETAS).

La cooperativa Durlung Jaibik nel distretto nepalese di Lalitpur – una di otto cooperative distribuite sul territorio – si compone di 43 membri con un numero crescente di donne. Una di queste è Deepa Ghimire. I singoli membri della cooperativa possiedono ognuno 300–500 piante di caffè su una o due parcelle di terra. A seconda delle dimensioni del terreno, alcuni agricoltori producono da 300 a 1'000 kg di caffè l'anno. Insieme, i membri della cooperativa producono circa 20'000 kg di caffè l'anno (il peso in kg si riferisce alle drupe del caffè (ciliegie) fresche; per un chilo di caffè crudo – chiamato anche caffè verde – sono necessari 5 kg di "ciliegie").

*Gran parte del caffè viene coltivato in maniera convenzionale. Ciò significa che non si richiedono impegni per la tutela dell'ambiente o per le condizioni di lavoro dei produttori e che non vi sono regole per una equa definizione dei prezzi e per il commercio. Questi aspetti fanno parte, invece, di una produzione sostenibile.

COMPITO 3

Leggete in coppia e a voce alta l'intervista della coltivatrice di caffè Deepa Ghimiree e in seguito, individualmente, le aggiunte del direttore di programma Bhola Shrestha. Fate poi singolarmente delle annotazioni relative alle domande da 1 a 4 e discutetene in classe.

1. Quali benefici provengono dalla coltivazione del caffè per Deepa e la sua famiglia?
2. Quali sfide devono assumersi?
3. Quali sono i ruoli di Bhola Shrestha e di Helvetas?
4. Elementi importanti del progetto sono le cooperative, la coltivazione biologica, i prezzi equi e le relazioni commerciali dirette e stabili. Traete degli esempi concreti dall'intervista e dalle aggiunte e spiegatele in seguito.



© HELVETAS/Narendra Shrestha

Deepa Ghimiree di anni 36 è sposata con Janak Ghimiree (38) e ha due bambini: la figlia Anupa (14) e il figlio Anup (10).

Deepa, per favore, fai una breve presentazione di te stessa e della tua famiglia.

Mi chiamo Deepa Ghimiree, ho 36 anni e sono sposata da 16 con mio marito Janak. Abbiamo due figli: Anupa di 14 anni e Anup di 10.

Con voi vivono altri membri della famiglia?

Sì, mio suocero Keshab Prasad di 62 anni. È stato lui ad iniziare con la coltivazione del caffè nel 1982.

Un'attività che avete poi rilevato?

Sì, sette anni fa mio marito ed io abbiamo lasciato la casa dei nostri genitori e abbiamo continuato la coltivazione del caffè sul terreno ereditato – che in realtà sono due. I due appezzamenti di terreno hanno il vantaggio di poter fare una coltivazione alternata: una volta migliore sull'uno e una volta più redditizia sull'altro. Oltre al caffè coltiviamo anche mais e miglio per il nostro consumo personale. Ma anche piante di banana, che forniscono al caffè l'ombra necessaria.

Perché ombra?

Coltiviamo la specie Arabica che necessita di ombra, altrimenti muore. I banani sono particolarmente adatti, in quanto ne possiamo anche mangiare i frutti.

Quante piante di caffè coltivate?

500 piante.

Sono sufficienti?

Sì, raccogliamo circa 300 chili di drupe di caffè l'anno e gua-

dagniamo 40'000 NPR. (Nota: NPR = rupie nepalesi, il reddito medio in Nepal è di circa 70'000 NPR l'anno).

E che cosa ne fate?

Per prima cosa ci siamo costruiti una casa nuova – non è ancora terminata, ma manca poco. La casa vecchia è stata fortemente danneggiata dal terremoto del 2015 e non è più abitabile. Con i soldi possiamo permetterci più riso e acquistare diverse cose per la casa. Quando si coltivava solo miglio e mais, i ricavi bastavano appena per comprare il cibo. (Nota: nell'immagine sottostante si vedono la nuova casa dietro al cartellone e quella vecchia sulla destra).

Riuscite a concedervi altro che non potevate permettervi prima?

Sì, siamo in grado di investire di più nella formazione dei nostri figli e questo è importante!

Cosa vogliono fare i bambini da grandi? Hanno già un'idea della professione che vorranno intraprendere?

Sì, dopo la scuola qui a Thuladurlung, ossia tra due anni, Anupa vorrebbe andare a Kathmandu per diventare infermiera, mentre Anup vuole un giorno divenire ingegnere. Forse andrà addirittura in America o Australia a studiare. Non sappiamo naturalmente se ce lo potremo permettere, ma sognare non è vietato...

A soli 16 anni Anupa a Kathmandu? Il viaggio da qui è di alcune ore di macchina.

È così. Non la vedremo molto spesso. Non abbiamo un'automobile e a Kathmandu dovremmo andarci a piedi e prendere la corriera. Ma Anupa potrebbe abitare presso dei parenti o nel convitto della scuola per infermiere.

Torniamo al caffè. Cosa fate voi stessi con precisione e chi fa cosa in famiglia?

Coltiviamo le piantine di caffè con le sementi che abbiamo ricevuto da Helvetas. Poi le piantiamo nel campo accanto a piante ombrose come i banani e ce ne prendiamo cura fino al raccolto. Mio marito e io ci aiutiamo a vicenda. Nell'alta stagione a partire da fine novembre necessitiamo di altra gente che ci aiuti e questo non è sempre facile.

Perché?

Perché si tratta di un lavoro stagionale e perché molti giovani, che qui in Nepal non trovano un'occupazione, emigrano alla ricerca di un posto di lavoro fisso in India o negli stati del Golfo, causando carenza di mano d'opera. Anche per questo motivo non possiamo incrementare veramente la nostra produzione.



© HELVETAS/Narendra Shrestha

Da sinistra: Anup, Janak, Deepa e Anupa.

E come funziona la collaborazione con Helvetas?

Helvetas ha iniziato col mettere a nostra disposizione le sementi, fornendoci la consulenza di periti agrari, per esempio nella lotta contro i parassiti o la ruggine del caffè (patogeno fungino). Coltiviamo biologicamente – ciò che abbiamo sempre fatto – per cui bisogna tener bene sotto controllo i parassiti. Oltre a questo Helvetas ci aiuta a fondare delle cooperative. Nella nostra famiglia sono io il membro della cooperativa. Siamo circa dodici donne e diventiamo sempre più numerose. Questo dipende sovente dalla volontà degli uomini di accettare che sia la moglie ad essere membro invece del marito (ride).

Ma voi lo bevete il caffè? In Nepal è più comune bere il tè.

A Janak non piace il caffè, ma a me sì. A volte faccio tostare e macinare qualche chicco di caffè nella cooperativa e me ne riempio una tazza. (Nota: Deepa ci prepara successivamente uno squisito caffè Lalitpur, facendo bollire acqua e latte con la polvere di caffè su un fornello a gas per poi travasarlo in un colino).

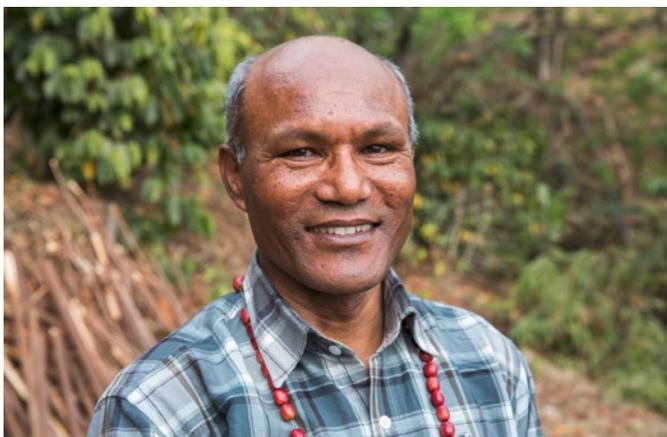
Per concludere: siete soddisfatti della vostra vita attuale?

Sì, siamo soddisfatti perché è una buona vita.

Arriva il suocero di Deepa, Keshab, che aggiunge: Ciò che si potrebbe migliorare è l'approvvigionamento idrico. Si potrebbero posare più tubazioni tra le sorgenti sulle montagne e le nostre case. Nella stagione secca l'acqua per la coltivazione infatti scarseggia.

Grazie per l'idea e per la piacevole ed estesa conversazione!

Nota: l'intervista è stata condotta il 16 novembre 2016 da Anna van der Ploeg, responsabile delle attività nelle scuole per Helvetas Swiss Intercooperation. Le lingue dell'intervista: inglese e nepali. Responsabile della traduzione: Bhola Kumar Shrestha.



Bhola Kumar Shrestha, direttore del Coffee Promotion Program (CoPP), Lalitpur, Kathmandu, Nepal.

Dopo l'intervista si è avuta una conversazione con il direttore del programma Bhola Kumar Shrestha, che ha completato e puntualizzato quanto segue.

In merito alla funzionalità delle cooperative e ai prezzi del caffè

Vogliamo rafforzare le cooperative affinché nel settore privato riescano ad imporsi sui grandi produttori. Nella loro funzione le cooperative sono anche più forti degli intermediari e possono in parte addirittura farne a meno. Le piccole produttrici e i piccoli produttori imparano insieme a prendere decisioni democratiche, ad esempio su come istituire un premio Fairtrade. Sovente la cassiera è una donna e la quota di donne nei

comitati decisionali dovrebbe essere del 33%. La cooperativa Durlung Jaibik non è ancora pronta, ma poco ci manca. Si tratta di cambiamenti culturali che richiedono tempo. La percentuale di donne è una delle condizioni che l'organizzazione di commercio equo GEPA impone in Germania. Acquista il caffè direttamente da noi garantendo relazioni commerciali stabili e a lungo termine. Attualmente (2016) l'organizzazione paga 8 USD per ogni chilo di caffè crudo con un certificato bio e di conformità con il commercio equo. Per i coltivatori questo significa concretamente, che invece di 75 NPR ne ricevono come minimo 97 per ogni chilo, oltre a 3 NPR al chilo quale premio Fairtrade. Il ricavo del premio va alla cooperativa, i cui membri decidono insieme cosa farne a vantaggio di tutti.

In merito alla consulenza agricola di Helvetas (esperti locali come lo stesso Bhola Shrestha)

Per le famiglie dei piccoli agricoltori svolgiamo un'attività di consulenza anche per il settore agrario: ad esempio passo regolarmente io stesso a ricordar loro che devono trattare le piante di caffè colpite dalla ruggine – con metodi biologici ovviamente. Inoltre facciamo delle ricerche per trovare delle piante più resistenti. La coltivazione biologica e sostenibile significa anche piantare non solo caffè, ma farne una coltura mista insieme alle piante di banano. I banani offrono l'ombra necessaria alle sensibili piante di caffè della specie Arabica e arricchiscono l'alimentazione della popolazione. Le erbe selvatiche inoltre non vengono eliminate completamente in quanto aiutano a tenere umido il terreno.

In merito al consumo nonché importazione ed esportazione del caffè del Nepal

Il consumo di caffè aumenta soprattutto presso i giovani di 25–30 anni. Ma dal momento che gran parte di loro non si possono permettere la qualità pregiata e quindi il nostro costoso caffè bio, essi devono consumare il Nescafé, un prodotto importato più economico. Questo è assurdo ma una realtà. Alcuni possono permettersi la cosiddetta qualità B – che sono chicchi di caffè della nostra produzione, ma destinati al Nepal. La qualità A viene esportata, aiutando così la nostra economia.

COMPITO 4

Riflettete: cosa vi sorprende in particolare in tutta questa storia? Riassumete le vostre conoscenze più importanti e discutetene in classe.

Alcuni link per maggiori informazioni o ulteriori ricerche

- La ruggine del caffè: www.waterandfoodsecurity.org/scheda.php?id=21 (06.07.2017)
- Cos'è il Fairtrade: https://www.youtube.com/watch?v=m09lw_MYgrw (06.07.2017)
- Cosa comporta il commercio equo?: www.swissfairtrade.ch/it/commercio-equo/basi-del-commercio-equo/ (06.07.2017)
- Come funziona il Fairtrade? (in francese): <https://www.maxhaveaar.ch/fr/quest-ce-que-fairtrade/comment-fonctionne-fairtrade.html> (06.07.2017)
- I costi del caffè: www.salepepe.it/news/notizie/veri-costi-caffe/ (06.07.2017)
- 25 anni di Max Havelaar in Svizzera: https://www.swissinfo.ch/ita/economia/25-anni-di-max-havelaar-in-svizzera_-volevamo-dare-un-volto-a-ogni-chicco-di-caffè-/43195176 (06.07.2017)

Il caffè: da rosso a verde fino a diventare bruno

La filiera, a partire dal prodotto grezzo, ossia, dalla drupa (ciliegia) e dai semi verdi fino al caffè tostato e pronto, è suddivisa in diverse fasi lavorative che coinvolgono sia i produttori che i consumatori. Agricoltrici e agricoltori piantano, raccolgono e trasformano il caffè in piccole fattorie in America Latina, in Africa e nel Sud-est asiatico. Nel distretto nepalese di Lalitpur vi sono otto cooperative, i loro membri coltivano un caffè biologico di alta qualità a un'altezza di 800–1'600 metri s.l.m. Una piccola parte viene consumata o venduta in Nepal, il resto viene esportato.

Di seguito sono illustrate le fasi lavorative che avvengono nel paese di produzione (compito 5). Seguono gli ulteriori processi della catena del valore aggiunto, che di regola si verificano nei paesi consumatori (compito 6).

COMPITO 5

- Cercate una definizione per il termine “catena del valore”.
- Osservate poi in coppia le immagini sottostanti scattate nel distretto di Lalitpur in Nepal. Assegnate loro le sette fasi di lavoro seguenti e ordinatele in una sequenza significativa (numerare le foto e le fasi operative con i numeri da 1 a 7).
- Leggete in seguito la nota sottostante. Di quale variante di elaborazione trattano le immagini di Lalitpur in Nepal?



__ Essiccazione al sole (trasforma i chicchi di caffè in pergamino¹) __ Raccolta dei chicchi maturi __ Cernita meccanica __ Cernita manuale (controllo della qualità) __ Rimozione della membrana (trasforma i chicchi in caffè verde) __ Lavaggio dei chicchi (ciliegie) __ Rimozione del pericarpo² rosso

¹ Sottile membrana protettiva del chicco di caffè.

² Parete esterna protettiva del frutto del caffè.

Nota

Esistono due modi per separare il seme (= chicco di caffè) dalla polpa o ciliegia. Il metodo selezionato influisce sulla qualità e quindi sul prezzo del prodotto finito. La scelta del metodo dipende dalla specie (Arabica o Robusta), dalla tradizione e dalle possibilità del paese di produzione.

Fonti: Manfred Putz e Silke Orth. Auf Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees. Neuried: CARE-LINE Verlag GmbH 2007. E: www.schwarzenbach.ch/home/kaffeewissen

1. Trattamento a secco (caffè non lavato): questo metodo più economico viene utilizzato soprattutto per la varietà Robusta. Le drupe vengono distribuite sui pavimenti di pietra o su stuoie e messe a seccare al sole. Ad intervalli regolari vengono mosse col rastrello per evitarne la fermentazione prematura. Dopo circa quattro settimane di essiccazione il guscio diventa friabile lasciandosi facilmente separare dal seme.

2. Trattamento a umido (caffè lavato): questa procedura, notevolmente più delicata, è più complessa e quindi più costosa. È impiegata principalmente per la varietà Arabica. Le ciliegie di caffè vengono lavate, separate dalla polpa e solo in seguito messe al sole ad essiccare.

Il caffè Lalitpur (qualità B), destinato ad essere consumato in Nepal, viene tostato e confezionato nel centro di trasformazione di Chapagaun nello stesso distretto di Lalitpur. Le foto in basso e a destra illustrano le operazioni.



Il caffè confezionato. A sinistra macinato, a destra in chicchi, così come viene venduto in Nepal.



Il grado di tostatura, che dura 15–20 minuti, deve essere regolarmente controllato.

COMPITO 6

Il caffè (chicchi verdi) di esportazione viene imballato in sacchi di juta da 60 chili. Scoprite quali procedure si susseguono nella catena del valore aggiunto della produzione di caffè. Queste sovente non avvengono più nei paesi di produzione, ma in quelli di consumo, dove la produzione e la commercializzazione del prodotto finale (il caffè tostato) contribuiscono significativamente alla sua valorizzazione.

Per il compito 6 selezionate in classe una delle due opzioni seguenti.

Opzione A: visualizzazione in classe del filmato “Coffee to go”. Il DVD con materiale di accompagnamento in italiano può essere acquistato o noleggiato alla pagina italiana di questo sito: www.filmeeinenwelt.ch → “Coffee to go”.

Opzione B: ricerca indipendente in internet con adeguate parole chiave.

Nota

Il caffè Lalitpur (qualità A) del Nepal viene importato e anche venduto dall'organizzazione di commercio equo GEPA in Germania. Una parte giunge in Svizzera per essere venduta nei negozi di commercio equo di Claro e di HELVETAS FAIRSHOP <http://fairshop.helvetas.ch/helvetas-nepal-kaffee-nepal-lalitpur> e <https://www.claro.ch/de/article/show/1770> (stato al 03.01.2017)

COMPITO 7

Realizzazione di un poster

- Lavorate in coppia e illustrate graficamente l'intera catena del valore (dalla raccolta dei chicchi fino al consumo di una tazza di caffè) con i relativi termini e descrizioni: com'è la sequenza delle procedure, dove succede cosa e chi sono gli operatori?
- Informatevi in internet sulla consueta composizione del prezzo di vendita del caffè e visualizzatelo in un grafico. Dove e perché c'è un grosso aumento di prezzo?
- Scoprite quale effetto hanno i prezzi equi per i coltivatori e cosa ciò significhi per le consumatrici e i consumatori. Cosa potete constatare?
- Presentate i poster in classe e scambiatevi le conoscenze acquisite.

Siti utili per il compito 5 e 7 b) + c) (stato 10.07.2017)

www.salabar.it/node/318

www.swissfairtrade.ch/it/commercio-equo/basi-del-commercio-equo

<https://www.procafe.ch/it/procafe-4>

Tutto ciò cos'ha a che fare con me?

Nei capitoli di questo dossier “Cambio di prospettiva” e “Produzione e valore aggiunto”, le alunne e gli alunni (in seguito AeA) hanno potuto conoscere il mondo del caffè concentrato su un progetto nepalese, ma soprattutto le realtà di coloro che lo coltivano nei paesi di produzione. È importante ora stabilire un rapporto con il mondo dei giovani e mostrare loro le possibilità d'azione.

I docenti possono scegliere delle attività tra le proposte seguenti oppure lasciare che ciascuno sviluppi le proprie idee!

Le attività da svolgere in classe

I protagonisti del mondo del caffè: una discussione animata

Obiettivo della discussione: gli AeA si occupano dei diversi interessi degli svariati protagonisti della produzione e della commercializzazione del caffè, riflettono sulle proprie abitudini di consumo indagando sulle possibilità e i limiti delle proprie azioni.

- Guardate il filmato “Coffee to go” in classe. Il DVD con materiale di accompagnamento in italiano può essere acquistato o noleggiato alla pagina italiana del sito www.filmeeinewelt.ch → “Coffee to go”.
- I preparativi per la discussione: la classe viene suddivisa in gruppi. Ad ogni gruppo viene assegnato un ruolo del film. Ruoli possibili: produttrici o produttori; membri di una cooperativa; rivenditrici o rivenditori; rappresentanti del commercio equo; gerenti dei punti di vendita; consumatrici o consumatori. I gruppi preparano il proprio ruolo in base al filmato e alle proprie idee.
- Dopo aver designato un moderatore, si inizia con il dibattito in una riunione plenaria.

Cosa significa valore aggiunto? Dallo strudel di mele alle capsule della Nespresso

Tramite un semplice esempio proveniente dalla cucina, gli AeA imparano cosa s'intende per valore aggiunto. Cuociono uno strudel di mele nel forno e in seguito si informano sul successo delle capsule di caffè Nespresso.

- Guardate il filmato “Coffee to go” in classe. Il DVD con materiale di accompagnamento può essere acquistato o noleggiato alla pagina italiana del sito www.filmeeinewelt.ch → “Coffee to go”.
- Seguite le istruzioni di “Compito 4” a pag. 5 del materiale di accompagnamento di “Coffee to go” che trovate sul sito: www.filmeeinewelt.ch/italiano/files/40190.pdf

Il caffè in cifre: dove cresce il caffè e dove viene consumato

Gli AeA fanno un confronto tra i paesi di produzione e quelli dei consumatori. Fanno ricerche su dove e quanto viene prodotto, esportato, importato e consumato e ne discutono i risultati.

Gli AeA fanno ricerche in internet per trovare un planisfero in bianco, come per esempio sul sito <https://www.weltkarte.com/typo3temp/images/world-map-blank.png> (stato al 10.07.2017) e lo stampano (una mappa ogni due allievi). In seguito continuano le ricerche in internet per trovare le otto regioni con la maggior produzione di caffè al mondo (volume di esportazione per anno) e gli otto paesi con il massimo consumo (tonnellate per anno). Registrano le quantità d'importazione e di esportazione e colorano sulla mappa in rosso i paesi produttori, in blu i paesi consumatori.

Alcuni link utili (stato al 10.07.2017)

- L'importanza economica del caffè per la Svizzera (agosto 2013): <https://www.procafe.ch/wp-content/uploads/2016/06/Importanza-economica-del-caffe.pdf>
- www.caffe.it
- www.ico.org/trade_statistics.asp (in inglese)

In piccoli gruppi gli AeA confrontano le mappe colorate e le cifre, discutono in merito tenendo presente le nuove informazioni.

A che posto sta la Svizzera?

Giochi e riflessioni sul caffè

Gli AeA verificano le proprie conoscenze sul caffè.

Selezionare una variante

- a) Il quiz del caffè: gli AeA elaborano un proprio quiz sulla base delle informazioni e suggerimenti proposti nel dossier. Di seguito invitano i compagni di classe a completarlo.
- b) Materiale didattico sul caffè disponibile sul sito di éducation21 (stato al 17.07.2017). Libro e DVD ordinabili su http://globaleducation.ch/globaleducation_it/pages/MA/MA_displayDetails.php?L=it&Q=detail&MaterialID=1002067#
http://globaleducation.ch/globaleducation_it/pages/MA/MA_displayDetails.php?L=it&Q=detail&MaterialID=1002069

Compito di maturità (scuole cantonali) oppure compito conclusivo di approfondimento (scuole professionali)

Gli AeA si attivano in maniera autonoma e approfondita con un argomento scelto nel mondo del caffè (oppure quello di un altro prodotto) in relazione con il commercio internazionale e la produzione sostenibile. Trovate di seguito le guide ai compiti di maturità e di approfondimento (una collaborazione tra Helvetas, Amnesty International e Greenpeace): https://www.helvetas.ch/it/attivita/attivita_scolastiche/materiale_didattico1/lavoro_maturita/.

Esempio 1: compito di maturità proveniente dalla scuola cantonale svizzera di Pfäffikon, in materia di Arti visive. Tema: caffè e cacao, 2015. L'immagine sottostante è stata esposta nella vetrina del caffè TeeCafé Schwarzenbach a Zurigo.



Esempio 2: compito di maturità della scuola cantonale Im Lee di Winterthur. Tema: banane e caffè – un consumo senza scrupoli? Lo sviluppo del commercio equo in Svizzera, 2016–17.

Attività al di fuori della scuola

Attivarsi con Helvetas

Informazioni al sito: <https://www.helvetas.ch/it/attivarsi/>

Visita di una torrefazione

Suggerimenti: presso l'azienda Chicco d'Oro di Balerna è possibile visitare "Il Museo del Caffè" dove sono esibiti oggetti e curiosità relativi alla storia del caffè e della sua produzione. Questa mostra è dedicata all'affascinante percorso cronologico e tecnologico della lavorazione del caffè e sottolinea gli aspetti fondamentali di questo straordinario prodotto. Per le visite è necessario prenotare seguendo le indicazioni riportate su questa pagina: <http://chiccodoro.com/lang-it/azienda/museo-caffe/>, oppure contattando telefonicamente l'azienda al numero +41 (0)91 695 05 05, o attraverso l'indirizzo di posta elettronica infochicco@chiccodoro.ch.

È possibile visitare anche Pausa Caffè, una piccola azienda a conduzione familiare del luganese che si occupa di produzione di diverse qualità di caffè. Per le visite è necessario contattare il responsabile dell'azienda Giovanni Galfetti al numero +41 (0) 79 407 16 86, o attraverso l'indirizzo di posta elettronica info@pausacaffe.ch.

Alternativa: cercate e fate visita a un'azienda della vostra regione, che potete trovare al sito: <http://kaffeemacher.ch/schweizer-roestereien/>

Visita di negozi e di aziende di ristorazione

In gruppi scoprite l'offerta dei diversi negozi (grossisti, discount, vendite al dettaglio, negozi del mondo come le Botteghe del mondo o il FAIRSHOP di HELVETAS a Zurigo) e aziende di ristorazione (bar e ristoranti); fate un confronto tra i diversi concetti di vendita nonché dei prezzi. Se possibile entrate in contatto con il responsabile dell'esercizio e ponete domande sul tema caffè.

Suggerimento: visitate il sito www.masabacoffee.com/it e scoprite il progetto di un'azienda ticinese che produce caffè sostenibile in partenariato con alcuni agricoltori in Uganda. Per ulteriori informazioni potete contattare il responsabile Jean-Claude Luvini attraverso l'indirizzo di posta elettronica jc@masabacoffee.com, oppure telefonicamente al numero +41 (0)76 523 37 43.

Coffee to go oppure ... come piace a voi il caffè?

Vi piace il caffè? Se la risposta è positiva: preferite l'espresso, il cappuccino, il latte macchiato oppure il caffè filtrato?

Informatevi sulle differenti modalità di preparazione, assaporatele e cercatene le ricette online o nei libri di cucina. Esistono anche molti dolci al caffè o che contengono caffè, come ad esempio il tiramisù.

Oppure: avete già delle ricette a disposizione?

In questo caso provatele con gli amici e i compagni.

Discutete insieme le preferenze personali e le tendenze che osservate nel vostro ambiente e nel resto della Svizzera: "Coffee to go" presso Starbucks o una qualsiasi altra catena, il caffè in tazzina in un bar accogliente, il caffè preparato a casa con la vecchia moka...?

Soluzioni

Compiti 1-4

Soluzioni individuali.

Compito 5

a) Soluzioni individuali. Una delle possibili spiegazioni: una catena è composta di singoli elementi. Un prodotto si sviluppa dal principio alla fine in fasi separate. Queste singole fasi sono unite come gli anelli di una catena. Ogni fase aumenta il valore del prodotto che sta nascendo. Per lo sviluppo di un prodotto lungo la catena del valore aggiunto, dall'estrazione delle materie prime fino alla vendita al consumatore, sono spesso coinvolte diverse persone e anche molte aziende.

Esempio: vengono abbattuti alberi nel bosco; i tronchi vengono segati in assi, da queste tavole si producono mobili, i mobili vanno dal commerciante (per esempio IKEA) per arrivare infine dal consumatore (in conformità con: srf myschool).

b) Descrizione delle fasi di lavoro



1. Il raccolto: il caffè Lalitpur viene raccolto a mano affinché si possano selezionare solo i chicchi maturi. È un lavoro molto complesso che viene impiegato solitamente per il caffè di alta qualità Arabica.

2. Il lavaggio delle drupe: in questo processo i chicchi acerbi o guasti galleggiano sulla superficie e possono così essere facilmente eliminati. Questa operazione viene svolta più volte.

3. La rimozione del pericarpo: nonostante il piccolo con-

gegno venga azionato a mano, questa fase avviene meccanicamente. Dopo la rimozione del pericarpo si distinguono i due chicchi all'interno della drupa. In una cisterna chiusa i chicchi vengono in seguito fatti fermentare per 24-36 ore, causando la dissoluzione dei resti delle bucce. I chicchi sono ora racchiusi da una sottile pellicola chiamata pergamino e da una pellicola argentea.

4. Essiccazione: i chicchi vengono distribuiti su dei graticci ed essiccati al sole, un trattamento che a Lalitpur richiede solo pochi giorni e che rende friabile il sottile pergamino.

5. La rimozione del pergamino: una trebbiatrice rimuove il sottile pergamino e gran parte della pellicola argentea (i residui vengono utilizzati come fertilizzante ecologico). In questa fase il caffè è chiamato "caffè verde". A volte i chicchi vengono sottoposti a lucidatura per rimuovere gli ultimi residui della pellicola argentea, un'operazione che non ha alcun influsso sulla qualità del caffè.

6. Selezione meccanica: con una sorta di setaccio i chicchi di caffè vengono selezionati secondo dimensione. Il caffè Lalitpur è qui suddiviso in qualità A (per l'esportazione) e qualità B (per il Nepal).

7. Selezione manuale: per un ulteriore controllo i chicchi di qualità A vengono selezionati nuovamente. Questo processo avviene manualmente. I chicchi danneggiati o troppo piccoli vengono rimossi.

c) Corretto: trattamento a umido (caffè lavato).

Compito 6

Una soluzione possibile: travaso in sacchi e esportazione tramite l'esportatore* – importazione tramite il grossista* e consegna alla torrefazione – tostatura nella torrefazione – vendita al dettaglio o offerta nei bar – acquisto e consumo da parte dei consumatori. Determinazione del prezzo: alla borsa di Londra e di New York.

*Nel commercio equo: importazione sovente diretta tramite un'organizzazione di commercio equo.

Compito 7

Soluzioni individuali.

Editore

HELVETAS Swiss Intercooperation

Via San Gottardo 67, 6828 Balerna

Telefono: 091 820 09 00

E-Mail: svizzeraitaliana@helvetas.org

Testi e composizione: Anna van der Ploeg

Grafica e impaginazione: Susanna Zopfi

Traduzione in italiano: Carmen David

Balerna 2017

















HELVETAS

Agire per un mondo migliore

HELVETAS Swiss Intercooperation

Via San Gottardo 67, 6828 Balerna/TI, Svizzera
Tel +41 (0)91 820 09 00, fax +41 (0)91 820 09 01
svizzeraitaliana@helvetas.org, www.helvetas.ch