

08865

08865 In Yemen 08865

08865

un chicco di caffè per combattere la guerra civile

In una terra divisa, le piantagioni diventano un luogo pacifico e produttivo. Fondazione Lavazza e la rete Qima Coffee vogliono dare ai contadini, soprattutto alle donne, i mezzi per sostenersi e restituire al Paese il suo prestigio

di **Giorgia Bollati**

A

Il centro di un tavolo, tra una voce e l'altra. O su terrazzamenti rigogliosi, lacerati da un conflitto civile. Il caffè è un messaggio di pace. Questo il motivo per cui Faris Sheibani e Fondazione Lavazza lo hanno scelto per sostenere la popolazione yemenita. E, in particolar modo, le donne.

Il Paese alla punta più a Sud della Penisola Araba è considerato la culla del caffè nel mondo. Se la pianta è originaria dell'Etiopia, nella zona di Kaffa, la nascita della bevanda viene fatta risalire allo Yemen occidentale, dove, nel 1450, i mistici Sufi bevevano un liquido nero per mantenere la veglia durante le meditazioni notturne. **Nel corso dei secoli, gli europei hanno plasmato il mercato mondiale: le esportazioni yemenite sono crollate al 6 per cento nel 1800, arrivando allo 0,1 odierno**, pur mantenendo una diffusa fama legata al pregio del caffè. Con la primavera araba iniziata nel dicembre 2010 e la lotta interna nel 2015, questo territorio, già tra i più poveri del Medio Oriente, vive una delle peggiori crisi umanitarie in corso al mondo. La transizione politica avrebbe dovuto portare stabilità, ma la situazione è precipitata. Oggi sono 20 milioni i bisognosi di assistenza umanitaria, cui si sommano i due milioni di bambini che necessitano di cure per malattie gravi da malnutrizione.

«Il progetto è figlio del conflitto: la guerra lo ha reso urgente», racconta Faris Sheibani, Fondatore e Ceo di Qima Coffee, una rete produttiva di caffè nata nel 2016. **«Muoversi sul territorio è stato difficile anche per le pressioni ricevute dalle due fazioni, a Nord e a Sud. Per evitare ostacoli abbiamo scelto di essere totalmente apolitici. Anzi, di usare questa bevanda come antidoto a una questione politica problematica».**

Niente beneficenza

Obiettivo finale: riportare lo Yemen a un ruolo di prestigio tra i produttori di caffè con un progetto lontano dal concetto di beneficenza, ma mirato a fornire alla popolazione gli strumenti per lavorare e vivere in maniera stabile. «Inizialmente, ho ascoltato le opinioni, riguardo la mia idea, dei numerosi caficoltori disseminati nel Paese», aggiunge Sheibani. «Oggi la rete è cresciuta. Dai trenta che erano, ora sono più di 2.600 in 53 nuclei. Di grande aiuto è stata la Fondazione Lavazza, che si è impegnata in Yemen, durante il conflitto, quando nessun altro voleva farlo».

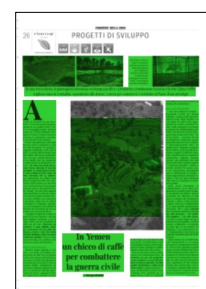
Nel 2020 ha avuto il via la collaborazione con la Fondazione Qima. **«Il territorio era per noi particolarmente attrattivo, con un caffè prodotto in piccole quantità, ma dalla qualità elevatissima e dalla storia molto antica»**, spiega **Giuseppe Lavazza**, vicepresidente Lavazza Group. «Abbiamo visto comunità per cui questo lavoro, svolto in condizioni sostenibili, poteva rappresentare una strategia di cambiamento».

Due anni di primati

I due anni iniziali di progetto –

denominati “I primati” per i primati registrati – hanno portato alla realizzazione di una “Farm modello” con 2.100 piante di caffè in dieci appezzamenti per varietà e produttori diversi. È stato sviluppato un prototipo di struttura per l'ombreggiatura artificiale e un bacino di raccolta dell'acqua piovana da 900 metri cubi – primo in Yemen – connesso alla rete per l'irrigazione. **Importante, questo, soprattutto alla luce di un complicato approvvigionamento idrico. Per quanto vario e adeguato a numerosi tipi di attività, anche il territorio yemenita è soggetto a difficoltà climatiche: «fondamentale è la capacità di adattamento»** aggiunge **Giuseppe Lavazza**. «165 produttori sono stati formati alle buone pratiche agricole e a soluzioni innovative o basate su tecniche naturali. Tra queste, quelle che trasmettiamo generalmente sono lo sfruttamento di bambù o piante tappezzanti per trattenere l'umidità o l'uso del gesso all'interno della terra per mantenere la temperatura stabile.

Molte azioni provengono da Coffee&Climate, di cui siamo tra i promotori: un tavolo tecnico composto da aziende del settore e agenzie governative per affrontare le sfide poste al comparto dal cambiamento climatico». Infine, è stato realizzato il primo vivaio per la distribuzione

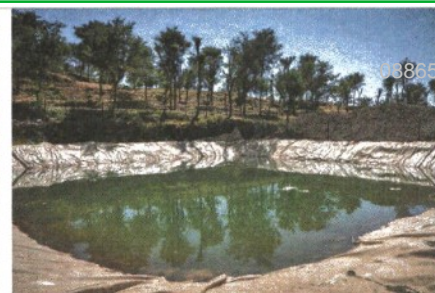
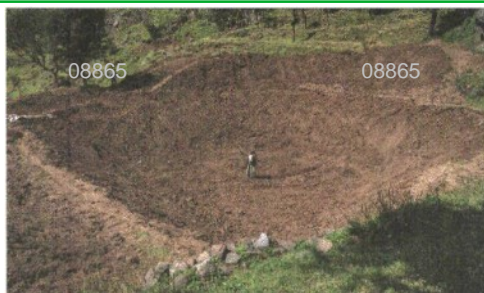


Superficie 73 %

di 70 mila piantine geneticamente selezionate. Tra i 1.350 contadini che ora hanno accesso al mercato del caffè premium – con redditività maggiore –, 60 sono donne. «La linea è entrata subito nel top di gamma per la sua qualità», conclude Lavazza. «Collaborare a un progetto di questo tipo, in un contesto così degradato, è una soddisfazione unica. Fondamentale è dare valore: per le piccole comunità si può fare la differenza».

Valore tramite cui è possibile rilanciare l'imprenditoria e, con questa, un senso di consapevolezza benefico. «Non si deve guardare ai grandi lavori», ha detto Muhammad Yunus, Premio Nobel per la Pace 2006 e Co-Fondatore di Global Social Business Summit che ha presentato il lavoro fatto sul caffè yemenita nell'edizione 2022, organizzata da The Grameen Creative Lab e Yunus Centre. «Occorre guardare ai bisogni delle persone e dei contesti in cui queste vivono e dare loro un progetto per la vita».

. RIPRODUZIONE RISERVATA



Da sinistra, "prima e dopo" la creazione del bacino di raccolta dell'acqua piovana per l'irrigazione. A destra, il prototipo di struttura per ombreggiare le piante. Sotto, le piantagioni coinvolte nel progetto

