

Cafe *VIỆT NAM*

Chuyên đề 5 • 8 / 2011



SẢN XUẤT CÀ PHÊ CÓ CHỨNG CHỈ

Tr. **05** SẢN XUẤT CÀ PHÊ
CÓ CHỨNG CHỈ

Tr. **12** THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI
THÁNG 8-2011

Tr. **23** CÀ PHÊ - BÓNG ĐÁ:
SỰ ĐAM MÊ HÒA QUYỀN



**Số 1 trong dịch vụ công về thông tin
thị trường nông sản tại Việt Nam**

Ấn phẩm được tài trợ bởi
Cơ quan hợp tác phát triển Quốc tế Tây Ban Nha



Trung tâm Thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn
Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn
Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông nghiệp Nông thôn, Việt Nam

Điện thoại: + 84 (0) 4 39 72 51 54 | Fax: + 84 (0) 4 39 72 69 49
E-mail: coffee@agro.gov.vn | Website: <http://www.agro.gov.vn>
Tài khoản: 0011001854800 - Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

LỜI TỰA

Phát triển cà phê bền vững cần đảm bảo hài hòa lợi ích của các bên tham gia vào hoạt động sản xuất, kinh doanh, bảo đảm các điều kiện xã hội cho người lao động và có trách nhiệm với môi trường. Để có thể đánh giá được những khía cạnh đó của phát triển bền vững, ngành hàng cà phê thế giới và Việt Nam đã tạo ra và áp dụng nhiều chứng chỉ, chứng nhận khác nhau. Hiểu rõ những tác động của việc áp dụng các chứng chỉ, chứng nhận tới sự phát triển của ngành hàng cà phê thế giới và Việt Nam là rất cần thiết, cho cả nhà sản xuất, kinh doanh và hoạch định chính sách. Trong số tháng 8.2011, chuyên đề Cà phê Việt Nam xin giới thiệu khái quát về những loại chứng chỉ cà phê chính trên thế giới và việc áp dụng chúng ở Việt Nam. Trong những số tiếp sau, chúng tôi sẽ tiếp tục những bài viết sâu hơn về chủ đề này của các chuyên gia. Xin trân trọng giới thiệu.

Ban biên tập

Chịu trách nhiệm xuất bản

LÊ HUY HÒA

Biên tập:

LÊ HUY

Chịu trách nhiệm nội dung

TRẦN THỊ QUỲNH CHI

Ban biên tập

TRẦN THỊ QUỲNH CHI, *Trưởng ban*
ĐOÀN TRIỆU NHAN, *Phó ban*
PHẠM THỊ TUỐC, *Chuyên gia*
TRẦN CÔNG THẮNG, *Tiến sĩ*
LÊ NGỌC BẦU, *Tiến sĩ*
PHAN QUỐC SÙNG, *Phó giáo sư, Tiến sĩ*
TRẦN LÊ, *Nhà báo*
DOANH CHÍNH, *Nhà báo*

Cộng tác viên

TRƯƠNG HỒNG, *Tiến sĩ - Viện KHKT NLN Tây Nguyên*
ĐỖ NGỌC SỸ, *Văn phòng 4C tại Việt Nam*
NGUYỄN NAM HẢI, *Giám đốc Cafecontrol*
HUỖNH QUỐC THÍCH, *Sở NNPTNT Đaklak*
NGUYỄN VĂN HUỖNH, *Nguyên đại sứ Việt Nam tại Brazil*
TRỊNH ĐỨC MINH, *Sở KHCN Đaklak*

Thư ký

NGÔ VI DŨNG
TRƯƠNG HỒNG KIM
TRẦN HOÀI THẢO TRANG
NGUYỄN TRỌNG KHÁNH
AN THU HẰNG
NGUYỄN THU HƯƠNG

Vi tính, đồ họa

PHAN VĂN DẪN
NGUYỄN THUY LINH

Thư từ, bài vở

TRUNG TÂM THÔNG TIN PTNNNT
Địa chỉ: 16 Thụy Khuê - Q. Tây Hồ - Hà Nội
Điện thoại: (84.4) 39725153 | Fax: (84.4) 3972 6949
Email: coffee@agro.gov.vn
Website: www.agro.gov.vn

Giấy phép xuất bản:

Số 544/QĐLK - LĐ / 651-2011/CXB/23-71/LĐ



■ Tiêu điểm 05
Sản xuất cà phê có chứng chỉ
Đoàn Triệu Nhận

■ Doanh nghiệp 11

Trồng cà phê tái canh
ở công ty cà phê laGrai
Đoàn Triệu Nhận

■ Thị trường 12

Thị trường cà phê thế giới tháng 8-2011

■ Văn hóa cà phê 22

Cà phê - bóng đá: sự đam mê hòa quyện
Đỗ Tiến Thường - AGROINFO

■ Thống kê 24



SẢN XUẤT CÀ PHÊ CÓ CHỨNG CHỈ

Đoàn Triệu Nhận

GIỚI THIỆU CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ

Chúng ta biết rằng việc bán một mặt hàng cà phê phù hợp với tiêu chí của một tổ chức nào đó như cà phê hữu cơ, thương mại công bằng... mặt hàng cà phê đó phải được đánh giá bởi một tổ chức thứ ba, đó là việc cấp chứng chỉ. Việc cấp chứng chỉ có nghĩa là người sản xuất (hay nhóm sản xuất) phải chịu một cơ quan cấp chứng chỉ giám sát hàng năm, kiểm tra trong quá trình sản xuất phải phù hợp với tiêu chuẩn. Nó có một số các yêu cầu về quản lý khi tất cả các bước đã hoàn thành đơn vị sản xuất được cấp chứng chỉ và sản phẩm cà phê của họ sản xuất ra được bán với chứng chỉ.

Cho đến nay, trong cộng đồng cà phê đã có tới 5 chương trình chủ yếu cấp chứng chỉ cho cà phê đó là những chương trình lớn được nhiều người quan tâm như:

- Nông nghiệp hữu cơ: organic agriculture
 - Thương mại công bằng: Fair Trade
 - Liên minh rừng mưa: Rainforest Alliance
 - Cà phê tốt: UTZ Certified
- và một chương trình cà phê sản xuất phù hợp với bộ quy tắc chung cho cộng đồng cà phê gọi là cà phê 4C (the common code for the coffee Community)

Các chương trình trên tuy nội dung, cách tiếp cận có khác nhau nhưng có chung một mục tiêu là phát triển cà phê bền vững.

Trước khi tìm hiểu các loại chứng chỉ có lẽ cần tìm hiểu đôi chút về một số thuật ngữ về cà phê đặc biệt, cà phê hảo hạng, thị trường ngách và thị trường đại trà...

Cà phê nói chung được các nước xuất khẩu bán ra thông qua các nhà buôn quốc tế. Thương mại quốc

tế đóng một vai trò sống động trên thị trường và phân phối cà phê thế giới. Về cơ bản thương mại cà phê đã giúp cho luồng hàng từ các nước xuất khẩu đưa đến cho các nhà rang xay.

Trong buôn bán cà phê người ta còn sử dụng thị trường tương lai làm hàng rào bảo vệ phòng chống rủi ro, và cũng là để hướng dẫn về giá cả. Các nhà buôn chào hàng và cung cấp cho các nhà rang xay rộng rãi cà phê vận chuyển đi trong thời gian từ 1-18 tháng trong tương lai.

Thị trường tương lai hay còn gọi là thị trường kỳ hạn (bắt nguồn từ tiếng Pháp: marché à terme) ra đời vì những rủi ro về giá cả, không có rủi ro về giá thì có nghĩa là không có chức năng cho thị trường tương lai.

Bên cạnh vấn đề chung của thị trường tương lai như thế người ta cũng quan tâm ngày càng nhiều hơn đến thị trường đặc biệt, thị trường ngách. Nhiều loại cà phê chỉ phù hợp cho việc đấu trộn hoặc chế biến thành các mặt hàng với sản phẩm cuối cùng là cà phê vô danh. Những loại cà phê ấy không thể nhận được giá với giá trị gia tăng mà chỉ được bán với giá trong điều kiện thị trường.

Một số loại cà phê có thể bán được giá cao do đặc trưng hương vị của nó và được thưởng thích hợp như cà phê Blue Mountain của Jamaica, Kona của Hawaii, cà phê đầu bảng AA của Kenya và Antiguas của Guatemala. Năm 2001, giá cà phê từ Jamaica cao gấp 13 lần loại cà phê trung bình của loại "địa khác" và 16 lần so với giá trung bình của cà phê của tất cả các nguồn khác. Cà phê đầu bảng của Kenya bán được giá gấp hơn 2 lần các loại khác.

Thuật ngữ cà phê đặc biệt khởi nguồn từ Hoa Kỳ, họ dùng để chỉ loại sản phẩm cà phê được bán cho những quán cà phê qua hàng thập niên. Thuật ngữ cà phê hảo hạng (gourmet coffee) cũng được dùng nhưng ngày nay từ hảo hạng cũng còn được dùng cho nhiều loại sản

phẩm khác không liên quan.

Cà phê đặc biệt là chỉ cả các loại cà phê hạt nguyên và cà phê để uống bán trong các quán cà phê. Nó chỉ loại cà phê chất lượng cao hơn cả loại có nguồn gốc đơn nhất hoặc cà phê pha trộn.

Khi nhiều loại cà phê của các chủng loại cà phê đại trà có những loại cà phê có thể hạn chế về khối lượng cung cấp nhưng có hương vị rất đặc biệt, nó hấp dẫn những nhóm người tiêu dùng khác nhau và nó được bán ra có tiền thưởng cao hơn các loại cà phê đại trà khác và khi những người sản xuất và những nhóm người tiêu dùng ấy gặp nhau thì lúc đó hình thành các thị trường ngách (niche market).

Có hai yếu tố chủ yếu cho một loại cà phê có thể hình thành thị trường ngách, đó là: chất lượng và khả năng cung cấp. Cụm từ chất lượng ở đây là một thuật ngữ chủ quan nó có nghĩa là các loại hàng hóa khác nhau cho những con người khác nhau.

Nói rộng ra, cà phê có thể chia thành ba loại cà phê thương mại.

1. Chất lượng kiểu mẫu là cà phê có giá trị thực chất cao và cho ta loại cà phê uống ngon, đồng nhất. Những loại này không sẵn có, cung cấp hạn chế. Thường là cà phê rửa bao gồm cả số cà phê robusta rửa cao cấp, nhưng cũng có một số loại cà phê tự nhiên (cà phê Harar của Ethiopia, cà phê Mochas của Yemen, 1 vài loại cà phê arabica của Indonesia), cà phê hữu cơ đầu bảng.

2. Cà phê chất lượng cao hoặc những sản phẩm đặc biệt có thưởng, nó gồm cả những loại cà phê hữu cơ chất lượng tốt, chế biến tốt. Cà phê Robusta rửa và cả loại cà phê robusta chất lượng tự nhiên loại thượng đẳng.

3. Chất lượng đại trà, chất lượng cà phê trung bình. Nó cho loại cà phê nước uống phù hợp, sạch nhưng không gây ấn tượng cần thiết.

GIỚI THIỆU MỘT SỐ LOẠI CÀ PHÊ CÓ CHỨNG CHỈ

Cà phê hữu cơ

Vào những năm đầu thập kỷ 90 của thế kỷ 20, các siêu thị trên thế giới đã bắt đầu chú ý đến các thực phẩm hữu cơ hay còn gọi là sản phẩm sạch mà nhiều người gọi là sản phẩm an toàn. Năm này qua năm khác, thị phần của sản phẩm hữu cơ đã tăng lên nhanh chóng. Ở một số nước thực phẩm hữu cơ đã chiếm trên 50% thị phần trong các siêu thị và thực phẩm hữu cơ đã được chào bán ở tất cả các nước phương Tây. Số các chủ trang trại ở các nước công nghiệp phát triển tham gia sản xuất thực phẩm hữu cơ cũng tăng lên. Ước tính 2% diện tích đất nông nghiệp ở châu Âu được dùng để sản xuất sản phẩm hữu cơ. Năm 2001, ở Áo diện tích trồng trọt sản phẩm hữu cơ chiếm hơn 8% diện tích đất nông nghiệp.

Dù rằng các phương pháp canh tác tự nhiên đã từng thống trị nền nông nghiệp thế giới trước khi ra đời nền nông nghiệp hiện đại nhưng canh tác hữu cơ chỉ mới phát triển mạnh mẽ từ vài thập niên lại đây. Canh

tác hữu cơ không thể hiểu đơn giản là sự quay trở lại các biện pháp canh tác nguyên thủy. Các biện pháp canh tác hữu cơ bắt buộc phải hạn chế một cách rõ rệt việc sử dụng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật mà chúng có tác dụng làm tổn hại đến môi trường hoặc để lại dư lượng của chúng ở sản phẩm cuối cùng. Các thị trường Mỹ và Liên minh châu Âu hiện nay đã điều chỉnh chúng thông qua luật pháp như đạo luật sản xuất sản phẩm hữu cơ năm 1990 của Mỹ và những quy định về nông nghiệp hữu cơ năm 1991 của Liên minh châu Âu. Các nước nhập khẩu quy định chặt chẽ cho các nước sản xuất phải phục tùng nghiêm ngặt các đạo luật trên trước khi các sản phẩm đó được công nhận là sản phẩm hữu cơ.

Người tiêu dùng ở các nước phát triển, đặc biệt là ở Mỹ, Nhật Bản và Liên minh châu Âu, ưa chuộng dùng các sản phẩm nông nghiệp hữu cơ vì họ quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe. Năm 1991, trong 13 nước trồng cà phê đã sản xuất ra gần 22.000 tấn (370.000 bao) cà phê hữu cơ. Nicaragua, Mexico được ghi nhận là những nước đứng đầu về sản xuất cà phê hữu cơ. Một



Ảnh: Chuyên gia Đoàn Triệu Nhạn trong một hội thảo về cà phê



số nước khác như Ethiopia, Madagascar, Kenya, Indonesia, Papua New Guinea và Ấn độ cũng đều đã bắt đầu trồng cà phê hữu cơ. Năm 1994, Ấn độ xuất khẩu cà phê hữu cơ đã được cấp chứng chỉ ước được 1000 bao.

Theo trung tâm thương mại quốc tế (ITC), người ta ước đoán thị trường bán các loại thực phẩm và đồ uống “hữu cơ” ở 7 nước châu Âu (Đức, Đan mạch, Pháp, Hà Lan, Thụy Điển, Thụy Sĩ và Bỉ) có thể tới 11 tỷ EU\$, các thị trường Nhật và Hoa kỳ lên tới 13 tỷ EU\$ năm 1998.

Người ta ước tính sản lượng cà phê hữu cơ vụ 2000/01 của thế giới vào khoảng 800.000 bao tức là 48.000 tấn. Nếu tính sản lượng cà phê thế giới đạt 100 triệu bao thì sản lượng cà phê hữu cơ đạt 0,8% trị giá 76 triệu EU\$ (giả định giá cà phê hữu cơ cả Arabica và Robusta là 1.600 EUR/T)

Hiện nay, cà phê hữu cơ được xuất khẩu từ các nước sau: Brasil, Ethiopia, Guatemala, Ấn độ, Kenya, Madagascar, Nicaragua và Papua New Guinea.

Ngoài ra, có một số nước châu Mỹ la tinh cũng sản xuất cà phê hữu cơ.

Ở các nước phương Tây, thị phần của các sản phẩm hữu cơ vào khoảng 0,5% đến 3% trên tổng số thực phẩm thuộc nhiều nhóm sản

phẩm khác nhau. Ví dụ, ở Đức và Đan Mạch, thức ăn trẻ em có trên 50% là sản phẩm hữu cơ. Một số nước thành viên Liên minh châu Âu đưa ra các chương trình khuyến khích phát triển nông nghiệp hữu cơ.

Ngày 19 tháng 5 năm 2000, Tổ chức cà phê quốc tế (ICO) tổ chức một Hội nghị bàn tròn ở Luân Đôn, trong Hội nghị này người ta bàn về các vấn đề trồng cà phê theo phương pháp sinh thái học và sinh vật học. Nội dung thảo luận có ba vấn đề: định nghĩa, chứng chỉ và thị trường.

Vậy sản phẩm hữu cơ là gì?

Nói nông nghiệp hữu cơ là nói đến một hệ thống quản lý sản xuất, nó xúc tiến việc đổi mới hệ thống sinh thái nông nghiệp và sức khỏe con người, bao gồm đa dạng hóa sinh học, chu kỳ sinh vật học, hoạt động sinh vật đất.

Hệ thống sản xuất hữu cơ dựa trên các tiêu chuẩn xử lý đặc biệt và chính xác về sản xuất và chế biến. Mục đích của nó là đạt đến hệ sinh thái nông nghiệp thích hợp nhất đảm bảo sự bền vững về xã hội, sinh thái về kinh tế.

Về định nghĩa cà phê hữu cơ, có thể hiểu đó là loại cà phê được trồng với một hệ thống quản lý sản xuất nông nghiệp, phủ đất bằng nguyên liệu hữu cơ, điều tiết cây bóng mát

và phòng trừ dịch bệnh theo hướng sinh học. Hệ thống quản lý sản xuất nông nghiệp đó dựa trên nguyên tắc là một giá trị tương đương với sản phẩm đã thu hoạch phải được trả lại cho đất. Người ta cũng loại trừ việc sử dụng các hóa chất nông nghiệp. Tiến sĩ R.Naidu (Ấn độ) thì có một định nghĩa cụ thể hơn, đó là: cà phê hữu cơ là loại cà phê được sản xuất, chế biến thông qua việc sử dụng các sản phẩm phương pháp tự nhiên không dùng phân bón, thuốc trừ sâu bệnh, thuốc diệt cỏ và chất điều hòa sinh trưởng là các hóa chất tổng hợp.

Theo B.Van Elzakker thì có một định nghĩa đơn giản của “hữu cơ” là không có hóa chất nông nghiệp + không có phân hóa học = giá ưu đãi.

Liên đoàn quốc tế các phong trào nông nghiệp hữu cơ (IFOAM thành lập năm 1972) là 1 trong 25 tổ chức quốc tế làm việc cấp chứng chỉ cà phê hữu cơ. Các tổ chức này không thống nhất với nhau. Chỉ có IFOAM được thừa nhận là cơ quan cấp chứng chỉ cà phê hữu cơ vì tổ chức này đã ký được hiệp định đa biện công nhận lẫn nhau.

Năm 1996, IFOAM đã đưa ra những hướng dẫn cho cà phê, cacao và trà hữu cơ và lưu ý các điểm sau:

Trồng trên ruộng bậc thang theo đường đồng mức, có cây phủ đất và tủ gốc chống xói mòn.

Trồng cây che bóng trong hệ thống quản lý nông nghiệp hữu cơ.

Điều tiết điều kiện về khí hậu và cải thiện tính đa dạng sinh thái nhằm khống chế sâu bệnh.

Sử dụng các dòng vô tính hoặc hạt giống chống sâu bệnh.

Tăng chất hữu cơ cho đất bằng sử dụng cây họ đậu hoặc cắt tỉa cây che bóng.

Trả lại chất dinh dưỡng đã bị lấy đi bằng việc sử dụng phân khoáng có tính toán cân bằng.

Cà phê chỉ có thể bán ra thị trường với cái tên cà phê hữu cơ khi nó đã được chứng nhận bởi một tổ chức được công nhận là người cấp chứng chỉ dựa trên sự giám sát thường xuyên của tất cả các giai đoạn sản xuất, chế biến, vận chuyển và rang xay.

Ngày nay, các nhà sản xuất cà phê Việt Nam cũng đã bước đầu thử nghiệm việc sản xuất cà phê hữu cơ. Tuy nhiên, muốn có sản phẩm bán vào các thị trường ngách thì không thể chỉ là cà phê hữu cơ mà phải là cà phê cho hương vị thơm ngon phù hợp với yêu cầu của người tiêu dùng. Do đó, trước mắt nên sản xuất cà phê hữu cơ trên các vùng cao trồng cà phê arabica sẽ có hiệu quả cao hơn.

Thương mại công bằng

Sáng kiến Thương mại Công bằng là nhằm tạo điều kiện cho các hộ sản xuất cà phê nhỏ (cà cao, chè, mật ong, chuối, nước ép cam và đường) cải thiện được điều kiện kinh doanh, bán các mặt hàng được giá công bằng và ổn định hơn. Giá cà phê vốn là không ổn định, đặc biệt là từ khi ICO bỏ hiệp định về hạn ngạch để hỗ trợ giá. Nhiều nhà sản xuất không thể lấy lại được giá thành sản xuất. Quỹ Max Havelaar được lập ra năm 1988 ở Hà Lan và được 16 quốc gia hưởng ứng, đó là Áo, Bỉ, Canada, Đan Mạch, Phần Lan, Pháp, Đức, Ireland, Ý, Nhật Bản, Luxembourg, Na Uy,

Thụy Điển, Thụy Sĩ, Anh và Hoa Kỳ. Năm 1997, các tổ chức quốc gia khác nhau đã lập nên tổ chức bảo hộ là FLO (Fairtrade Labelling Organisations International) có trụ

cao hơn cho các sản phẩm nhiệt đới nhằm cung cấp những lợi ích về mặt xã hội cho những người sản xuất nhỏ để bị tổn thương ở các nước đang phát triển.



sở tại Bonn; hoạt động cùng nhau cải thiện sự phân bố không công bằng về phúc lợi Bắc- Nam. Người tiêu dùng trả giá cao hơn cho các sản phẩm Thương mại công bằng tới người sản xuất thông qua một tổ hợp các giá bảo đảm tối thiểu về tiền thưởng.

Thương mại công bằng là một chương trình cấp chứng chỉ mà mọi người sản xuất rang xay nhỏ có thể tham gia nếu họ nhất trí với các tiêu chí. Nhưng kết quả cuối cùng của thị trường bán lẻ phụ thuộc vào sự hỗ trợ của người tiêu dùng.

Cuối năm 2001, có tới 200 nhóm với khoảng 500.000 người sản xuất nhỏ đã tham gia và nhiều sản phẩm của họ không được cấp nhãn thương mại công bằng. Một số nhóm bán được 50% sản lượng, số khác chỉ bán được 10%, dẫn đến cung đã vượt cầu. Mặc dù có những hạn chế đó, nhãn thương mại công bằng vẫn được thực hiện tốt ở một số thị trường và có chiều hướng phát triển không chỉ ở các nước tiêu thụ mà cả ở các nước sản xuất.

Khái niệm thương mại công bằng là người tiêu dùng tự nguyện trả giá

Liên minh rừng mưa

Tổ chức này ra đời từ 2 thập niên trước đây nhằm khống chế thị trường như là một nhân tố đổi mới. Nó được thành lập năm 1987 là 1 tổ chức phi chính phủ hoạt động bảo tồn đa dạng hóa sinh học và bảo đảm cuộc sống bền vững thông qua đổi mới các thực hành sử dụng đất, buôn bán và cách hành xử của người tiêu dùng. Liên minh này cổ vũ thương mại và người tiêu dùng hỗ trợ nông nghiệp bền vững bằng cách mua các sản phẩm của các trang trại đã được cấp chứng chỉ.

Về nông nghiệp, liên minh rừng mưa đã cấp chứng chỉ cho các trang trại tăng 57% đến tháng 2/2009 tới gần 598.000ha. Trong 1 năm, số trang trại được cấp chứng chỉ từ 25.640 đến 31.156, tăng 143% so với năm trước. Thêm vào danh sách các quốc gia có cà phê đạt chứng chỉ rừng mưa có Việt Nam và Jamaica.

Năm 2008, lượng cà phê có chứng chỉ rừng mưa bán ra là 62.300 tấn. Trong 5 năm vừa qua, lượng cà phê rừng mưa tăng mỗi năm 81%, từ 3.200 tấn năm 2003 đến 41.500 tấn năm 2007 và 62.300 tấn năm 2008.

Liên minh rừng mưa là một ban thư ký của mạng lưới nông nghiệp bền vững (Sustainable agriculture Network: SAN) một nhóm có 9 nước châu Mỹ La Tinh cùng nhau xúc tiến sự sử dụng thực hành nông nghiệp bền vững và quản lý chương trình cấp chứng chỉ. SAN gồm 9 nước: Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, EL Salvador, Guatemala, Honduras và Mexico và một số nhà khoa học nông nghiệp và xã hội học trên thế giới.

Chứng chỉ UTZ CERTIFIED

Ngành cà phê của Ahold, một trong những chuỗi bán lẻ cà phê lớn nhất thế giới và có chi nhánh ở Hà Lan đưa ra một hệ thống chứng chỉ vào năm 1997 qua 1 dự án mẫu nhằm phát triển một sự bảo đảm cà phê sản xuất ra đáp ứng đòi hỏi về xã hội, môi trường và an toàn thực phẩm. Họ áp dụng quy trình sản xuất Euregap vào sản xuất cà phê quan hệ với một tổ chức cấp chứng chỉ độc lập. Tiếp đó là sự ra đời của quỹ Utz Kapeh ở châu Mỹ la tinh và Hà Lan. Công ty Ahold từ bỏ quyền sở hữu dự án sang hoạt động ở quỹ này và thông báo tất cả cà phê được cung cấp ở công ty này tiến tới là cà phê được cấp chứng chỉ Utz Kapeh và từ tháng 3 năm 2002 UTZ Kapeh chính thức mang tên là UTZ CERTIFIED 'good inside'. Chứng chỉ UTZ Kapeh trở thành thuận lợi cho các thành phần hưởng



lợi, những người trồng trọt hưởng lợi được trợ giúp về kỹ thuật giúp họ thực hiện các sửa đổi cần thiết để được công nhận vào giữa năm 2002 cà phê được cấp chứng chỉ đã được sản xuất từ các nước Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Indonesia, Peru và Việt Nam.

Tổ chức UTZ CERTIFIED được sáng lập từ 1997 do những người sản xuất cà phê Guatemala và các nhà rang xay Hà Lan của công ty cà phê Ahold. Và trụ sở ban đầu được lập ở thành phố Guatemala, đến năm 2002 trụ sở chính được mở ở Hà Lan.

Với chứng chỉ UTZ CERTIFIED, cà phê sản xuất ra phải được đảm bảo về chất lượng xã hội và môi trường. Với cà phê UTZ, người ta có thể đảm bảo tính truy nguyên xác định nguồn gốc của lô hàng. Và một điểm khác biệt với các loại cà phê có chứng chỉ khác là nó mở ra cho mọi loại cà phê được đánh giá, với cả cà phê đại trà và cà phê đặc biệt.

Chế độ tiền thưởng của UTZ qua thương lượng từ 0,01 đến 0,10 USD/1b. Thị trường đại trà là ở châu Âu, Mỹ và Nhật bản.

Do lợi ích của chương trình UTZ CERTIFIED nên ở Việt Nam nông dân hưởng ứng rất đông đảo. Có thể coi đây là 1 chương trình cấp chứng chỉ cà phê khá thành công ở nước ta.

Cà phê 4C, cà phê thực hiện Bộ quy tắc chung cho cộng đồng cà phê

Người ta có thể gọi cà phê 4C là dấu hiệu tin cậy về chất lượng của cà phê đại trà. Bộ quy tắc chung cho cộng đồng cà phê ra đời và phát triển nhằm phục vụ cho toàn bộ chuỗi giá trị của cà phê đại trà. Mục đích của nó là thiết lập nên một nhận thức mới về chất lượng thông qua các phương pháp sản xuất bền vững cà phê nhân sống.





Có thể hiểu chất lượng cà phê trong thuật ngữ là con đường bền vững trong sản xuất, chế biến sau thu hoạch và thương mại.

Bộ quy tắc chung bao trùm cả 3 khu vực bền vững dựa trên mục tiêu phát triển thiên niên kỷ của Liên hợp quốc.

Về mặt xã hội: Điều kiện lao động, sinh hoạt cho người nông dân và gia đình họ cũng như những người làm công khác, có thể chấp nhận được.

Về môi trường: Bảo vệ rừng nguyên sinh và tài nguyên thiên nhiên như nước, đất, đa dạng hóa sinh học và năng lượng.

Về kinh tế: Có thể phát triển trên cơ sở xã hội và môi trường bền vững. Nó bao gồm cả sự thu nhập hợp lý cho mọi hoạt động trong chuỗi cà phê, thị trường tự do và cuộc sống bền vững.

Năm 2003, Bộ nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê được đề xuất sáng kiến từ Hiệp hội cà phê Đức và tổ chức hợp tác kỹ thuật Đức thay mặt cho Bộ Hợp tác và phát triển kinh tế Đức. Nó do một nhóm ba bên gồm nhiều thành viên tham gia trong một quy trình công khai và mở

rộng tới tất cả các đối tượng trong toàn ngành cà phê thế giới.

Có nhiều đại diện của các nước sản xuất, ngành kinh doanh, ngành công nghiệp đã tham gia Bộ quy tắc này. Việt Nam có đại diện của Hiệp hội cà phê cao Việt Nam tham gia hầu hết các phiên thảo luận và đã trở thành hội viên sáng lập của Tổ chức, đó là Hiệp hội 4C.

Được thành lập tháng 12 năm 2006, Hiệp hội 4C đã bầu ra Ban chấp hành vào tháng 4 năm 2007. VICOFA cũng đã có 1 đại diện của mình trong Ban chấp hành này. Tiêu ngữ của Hiệp hội 4C là “vì một thế giới cà phê tốt đẹp hơn”. Và cho tới nay, Hiệp hội 4C tuy ra đời chưa lâu nhưng đã có mặt ở các châu lục. Ở Việt Nam, đã tổ chức 1 cơ quan đại diện. Tính đến 31 tháng 12 năm 2008, Hiệp hội 4C đã có tổng số 99 hội viên trong đó:

Các nước sản xuất	26
Khối công nghệ kinh doanh	35
Hoạt động xã hội	5
Tổ chức liên kết	15
Tư nhân	18

Năm 2009, Hiệp hội cũng đã mở rộng thêm.

Cà phê có chứng chỉ ở Việt Nam

Ngành cà phê Việt Nam cũng đã từng bước hội nhập với Cộng đồng cà phê quốc tế. Trong mấy năm gần đây nhiều doanh nghiệp cà phê Việt Nam, nhiều người nông dân trồng cà phê đã tiếp cận và tham gia các chương trình sản xuất cà phê có chứng chỉ.

Ví dụ: năm 2008 đã có 21 doanh nghiệp sản xuất 53.597 tấn cà phê nhân trên diện tích 17.855 ha được cấp chứng chỉ Utz certified ‘good inside’.

Tổ công tác của Bộ nông nghiệp được sự giúp đỡ của Hiệp hội 4C quốc tế đã tổ chức 6 lớp tập huấn về Bộ quy tắc chung cho cộng đồng cà phê ở 4 tỉnh: Đaklak, Lâm Đồng, Quảng Trị và Sơn La. Có 10 doanh nghiệp đã tham gia sản xuất trên 80.000 tấn cà phê nhân trên 24.000 ha cà phê cả arabica và robusta được kiểm tra để công nhận sản phẩm phù hợp với Bộ quy tắc chung. Ngoài ra, chúng ta cũng có rải rác một số nơi tham gia chương trình Thương mại công bằng, Liên minh Rừng mưa và cà phê hữu cơ.

Qua nghiên cứu thị trường cà phê thế giới có thể có 1 số đề xuất sau.

1. Trước hết cần tiếp tục tham gia các chương trình cà phê chứng chỉ đã có, và quan tâm đến Bộ nguyên tắc chung (4C) vì nó đề cập đến cà phê đại trà.

2. Quan tâm sản xuất cà phê đặc biệt, cà phê hảo hạng với nguyên liệu là cà phê Robusta.

Với cà phê robusta nếu thực hành chế biến ướt, làm đúng thực hành công nghệ chế biến có thể tham gia thị trường cà phê robusta đặc biệt.

3. Cà phê arabica nếu được trồng ở những vùng có độ cao mặt biển trên 800m như cao nguyên Đà Lạt hoặc ở vĩ độ bắc như Sơn La, với giống được đổi mới chúng ta có thể sản xuất ra cà phê đạt chất lượng kiểu mẫu không thua các loại cà phê tốt của Ethiopia, Kenya hay Indonesia và cả Colombia. Đó là hướng phấn đấu của ngành cà phê Việt Nam.



TRỒNG CÀ PHÊ TÁI CANH Ở CÔNG TY CÀ PHÊ IAGRAI

Đoàn Triệu Nhận ghi chép

Trong những ngày vừa qua, TS Phạm Tiến Dinh, chuyên gia công ty Tam nông Đồng Nai đã về thăm công ty cà phê laGrai thuộc Tổng công ty cà phê Việt Nam trên địa bàn tỉnh Gia Lai. Qua thực tế, hàng trăm hecta cà phê trồng tái canh năm 2009, TS Dinh đã được giám đốc công ty cà phê laGrai, Nguyễn Đại Ngọc, giới thiệu nhiều kinh nghiệm quý báu, tôi xin tóm lược một số ý chính để cùng bạn đọc, nhất là các nhà hoạch định chính sách tham khảo.

Công ty laGrai trước đây là một đơn vị quân đội, thuộc Trung đoàn 2, Đoàn 359 chuyển sang làm kinh tế trồng cà phê thực hiện hiệp định hợp tác Việt Nam -Tiệp Khắc từ những năm đầu thập niên 1980. Ông Nguyễn Đại Ngọc nguyên là một sỹ quan của Trung đoàn nay là giám đốc công ty.

Một diện tích lớn cà phê công ty trồng trước đây nay đã già cỗi cần được trồng thay thế. Qua thực tế sản xuất, ông Ngọc thấy đất trồng cà phê nhiều năm đã thoái hóa, cần được cải tạo, phục hồi độ phì nhiêu, đặc biệt là xử lý nạn tuyến trùng hại bộ rễ cây cà phê. Ông đã cho máy nhỏ cây cà phê lên làm củi, gom tất cả cành lá, rễ thành từng đồng rồi đốt và san phẳng. Vườn cà phê già có hiện tượng bị sâu bệnh buộc phải gieo trồng cây hàng năm, chủ yếu là cây họ đậu, 2 năm sau mới trồng lại cà phê. Nếu vườn cây khỏe mạnh ông cho trồng cà phê ngay. Sau Tết bắt đầu đào hố. Không trồng trên hố cũ. Hố đào to hơn bình thường, sâu 0.80m đường kính 1m. Công đào hố cao hơn, bình thường mỗi hố trả công 7000đ, vườn tái canh phải trả 15000đ. Sang cuối tháng 4 bón phân lót bằng vỏ cà phê trộn phân lân và phân vi sinh. Mùa thu là mùa

trồng mới, khi trồng rải thêm thuốc trị tuyến trùng. Cà phê trồng 2 cây một hố. Công ty laGrai rất chú ý trồng cây che bóng, và đai rừng chắn gió. Ở đây trồng muồng hoa vàng làm cây che bóng tạm, cây muồng đen làm cây che bóng lâu dài.

Với cách trồng và chăm sóc như thế vườn cà phê tái canh của công ty phát triển tốt, chỉ sau 2 năm đã cho thu mỗi hố cà phê 15kg quả tươi.

Khó khăn nhất của công ty hiện nay là vấn đề vốn. Nếu mỗi năm trồng tái canh 50ha cà phê công ty phải có gần 7 tỷ đồng, một khoản tiền không nhỏ. Nếu có vốn đầu tư chỉ sau vài năm có thể thu hồi vốn. Không có nguồn đầu tư kế hoạch tái canh đành phải kéo dài, hạn chế kết quả sản xuất kinh doanh của công ty cũng như đóng góp cho nhà nước và xã hội

Thị trường cà phê thế giới tháng 8-2011

Lượng xuất khẩu trong 9 tháng đầu năm 2010/11 tăng hơn 15,9% so với cùng kỳ

Các quốc gia thành viên của tổ chức cà phê quốc tế (ICO) đã xuất khẩu 8,758 triệu bao loại 60kg trong tháng 6 năm 2011, tăng 9,2% so với mức 8,019 triệu bao trong cùng kỳ. Như vậy tổng lượng xuất khẩu trong 9 tháng đầu năm 2010/11 là 80,725 triệu bao, tăng hơn 15,9% so với mức 69,670 triệu bao trong cùng kỳ năm 2009/10.

Lượng xuất khẩu cà phê chè từ Colombia tăng 22,9% lên 7,683 triệu bao trong khi các loại khác tăng 17,2% lên 19,534 triệu. Xuất khẩu cà phê tự nhiên của Brazil tăng lên 12,0% ở mức 25,290 triệu bao trong khi đó xuất khẩu cà phê Robusta tăng 16,7% lên 28,217 triệu bao.

ĐỨC

Nhập khẩu cà phê nhân của Đức tăng 8,9% trong quý 1/ 2011

Đức nhập khẩu 4,904 triệu bao (60 kg/bao) cà phê nhân trong quý 1 năm 2011, tăng 8,9% so với mức 4,502 triệu bao được nhập khẩu trong cùng kỳ năm 2010. Lượng cà phê nhân được tái xuất tăng 827.695 bao so với mức 793.823 trong cùng kỳ năm trước.

Chế biến cà phê của Đức giảm 1.0% trong năm 2010

Theo số liệu từ cơ quan thống kê liên bang, Đức chế biến khoảng 532.371 tấn trong năm 2010, giảm 1,0% so với mức 537.495 trong 2009 và 535.034 tấn trong năm 2008.

Lượng cà phê hòa tan giảm xuống



còn 99.794 tấn so với 107.629 tấn trong cùng kỳ năm 2008.

Lượng cà phê và chè pha sẵn tăng lên 529.653 triệu lít trong năm 2010 so với mức 509.814 triệu bao trong năm 2009, con số này thấp hơn nhiều so với mức 593.116 triệu lít trong năm 2008.

Thuế doanh thu cà phê của Đức tăng 1,4% từ tháng 1-4 năm 2011

Thuế doanh thu cà phê của Đức tăng 343.0 triệu EUR trong 4 tháng đầu năm 2011, tăng nhẹ so với mức

338,3 triệu EUR trong cùng kỳ năm ngoái, dữ liệu do Hiệp hội cà phê Đức công bố.

Đức là 1 trong rất ít nước trên thế giới đánh thuế đối với mặt hàng cà phê, theo đó, khoảng 2,19 EUR trên 1 kg cà phê đen và 4,78 EUR trên 1 kg cà phê hòa tan. Bên cạnh đó, các sản phẩm có chứa cà phê được đánh thuế tùy thuộc vào thành phần trong đó. Mức đánh thuế không thay đổi kể từ năm 1993 và doanh thu hàng năm từ thuế khá lớn ổn định ở mức 1 tỉ EUR mỗi năm.

ANH

Dự trữ cà phê trên sàn giao dịch cà phê kì hạn London (Iiffe)

Dự trữ cà phê LIFFE giảm 728 lô loại 10 tấn trong 2 tuần đến 25/7, khiến cho khối lượng giảm xuống còn 40.958 lô. Đây là lần đầu tiên khối lượng dự trữ cà phê LIFFE giảm sau khi tăng liên tục kể từ giữa tháng 12 năm 2010 đến tháng 7/2011 nhưng lượng dự trữ hiện nay vẫn cao.

Starbucks thay người điều hành tại Anh và Ireland

Chuỗi cửa hàng cà phê của Hoa Kỳ với thương hiệu Starbucks đã chỉ định Kris Engskov, vốn là một phụ tá thân cận của tổng thống Bill Clinton, làm người điều hành các chi nhánh của hãng tại Anh và Ireland (theo báo "the Guardian"). Kris Engskov sẽ thay Darcy Willson-Rymer, người vừa rời Starbucks để "theo đuổi các cơ hội khác".

Engskov sẽ bắt đầu vị trí mới bắt đầu từ tháng 9. Ông gia nhập Starbucks từ 2003 với vai trò giám đốc chính sách công và là phó chủ tịch mới nhất của hãng tại khu vực Tây Bắc Thái Bình Dương.

THỤY SĨ

Starbucks giành được toàn bộ quyền kiểm soát Starbucks Thụy sĩ và Áo

Vào ngày 28/7, tập đoàn cà phê Starbucks đã công bố sở hữu và kiểm soát 100% chuỗi cà phê tại Thụy Sĩ và Áo thông qua việc mua lại (acquisition) cổ phần của đối tác Marinopoulos Holdings SARL.

Trước đó, chuỗi cà phê Starbucks tại Thụy Sĩ và Áo được kiểm soát bởi 50% vốn của tập đoàn Starbucks và 50% của Marinopoulos Holdings SARL.

Hiện nay, có khoảng 45 chuỗi nhà hàng tại Thụy Sĩ và 12 cửa hàng tại Áo do Starbucks điều hành, cùng với 1 cửa hàng do SSP điều hành

tại sân bay Geneva. Việc mua bán giữa Tập đoàn cà phê Starbucks quốc tế và Marinopoulos Holdings SARL được thực hiện kể từ ngày 7/7/2011. Marinopoulos Bros S.A. sẽ vẫn là 1 đối tác với Starbucks trong việc điều hành các chuỗi cửa hàng tại Hi Lạp, đảo Cyprus, Bulgaria và Romania.

Starbucks Coffee Thụy Sĩ đã bắt đầu mở cửa từ cách đây 10 năm tại Zurich, và đây cũng là cửa hàng đầu tiên của hãng tại châu Âu. Trên thế giới, tất cả các cửa hàng cà phê của Starbucks đều được trang bị hệ thống máy pha chế cà phê do công ty Thermoplan của Thụy Sĩ sản xuất. Starbucks cũng chọn Thụy Sĩ như là trung tâm thu mua nguyên liệu. Công ty Thương Mại Starbucks Coffee tại Lausanne là đơn vị có trách nhiệm thu mua toàn bộ nguyên liệu cà phê để phục vụ hệ thống các chuỗi cà phê trên toàn thế giới của hãng.

Denner phải dừng bán sản phẩm dùng với máy của nespresso

Nhà bán lẻ Denner, đối thủ đang đấu tranh với Nespresso trong một cuộc chiến pháp lý để giành quyền bán loại bao cà phê Nexpod của mình vốn có thể sử dụng với hệ thống máy Nespresso, đã phải dừng việc bán hàng của mình tại Thụy Sĩ theo phán quyết mới nhất của tòa án.

Sự việc bắt đầu từ cuối tháng Sáu, khi tòa án tối cao Thụy Sĩ yêu cầu tòa án tại bang Gallen xem xét việc xóa bỏ lệnh cấm kinh doanh cà phê gói của Denner. Dựa vào đó, Denner (thuộc sở hữu của hợp tác xã Migros) cho rằng như vậy là chưa rõ liệu lệnh cấm trước đó có được áp dụng hay không, và hãng này vẫn muốn tiếp tục bán hàng.

Tuy nhiên, nay thì Tòa án tối cao liên bang đã gửi văn bản xác thực cho quyết định cuối tháng Sáu, theo đó, khẳng định lệnh cấm bán các sản phẩm đóng gói của Denner sẽ được tiếp tục. Cũng theo văn bản này, tòa án cấp dưới tại bang Gallen có quyền quyết định việc tiếp tục hoặc xóa bỏ lệnh cấm tạm thời

đã ban ngành. Denner đã thực hiện lệnh của tòa án, tuy nhiên họ cũng đang tiến hành làm việc với các luật sư để có thể tiếp tục bán sản phẩm trong thời gian tới.

Phiên tòa sắp tới tại bang Gallen sẽ được diễn ra trong 2 đến 3 tháng tới nhưng thời gian cụ thể vẫn chưa được xác định.

CANADA

Kế hoạch hành động kinh tế nhằm trợ giúp Van Houtte

Bộ trưởng bộ công nghiệp Canada, Chris tian Paradis, đã công bố mức một khoản đầu tư trị giá 1,83 triệu đô Canada (1 USD=0,95 CND) để hỗ trợ công ty Van Houtte trong việc đổi mới các thiết bị chế biến nhằm giúp công ty nâng cao năng lực sản xuất và thâm nhập được thêm nhiều thị trường xuất khẩu mới. Đây chính là một phần trong kế hoạch hành động nhằm thúc đẩy nền kinh tế của Canada.

Van Houtte là công ty cà phê có trụ sở tại thành phố Montreal (bang Quebec) với hoạt động kinh doanh bao gồm dịch vụ rang xay và bán lẻ, thiết bị cà phê và các quán cà phê. Công ty đã mua và lắp đặt 2 hệ thống máy chế biến K-Cup với 2 tầng máy tốc độ cao và 2 gian đóng gói. Việc mua hệ thống này được Quỹ Nông Nghiệp hỗ trợ theo chính sách hỗ trợ chế biến nông sản của Canada (với thời hạn 5 năm). Quỹ này có tổng mức đầu tư ban đầu là 50 triệu đô Canada và có mục đích tăng cường sức cạnh tranh của ngành chế biến nông sản tại Canada thông qua việc hỗ trợ các công ty trong việc áp dụng các công nghệ, kỹ thuật và quy trình chế biến mới nhằm duy trì và nâng cao vị thế trên thị trường thế giới.

HOA KỲ

"Global partnership" và "Sustainable Harvest" liên kết hỗ trợ người trồng cà phê Trung Mỹ

"Global Partnerships", nhà đầu tư phi lợi nhuận có trụ sở tại Seattle

(Hoa Kỳ) và “Sustainable Harvest”, nhà nhập khẩu cà phê đặc sản có trụ sở tại Portland, đã công bố việc hợp tác cùng nhau để phát triển ngành thương mại cà phê tại Mexico và Peru.

Global Partnerships đã giải ngân được các khoản vay cho hai hợp tác xã Aprocassi tại Peru và Café y Desarrollo/Redcafes tại Mexico vào tháng 7/2011 và tháng 3/2011 với giá trị lần lượt là 465.000 USD và 498.000 USD.

Cả 2 khoản vay này đều được bảo đảm bằng các hợp đồng thương mại cà phê được kí giữa mỗi hợp tác xã và Sustainable Harvest.

Đồng thời, các quy định về khoản vay đều cho phép các hợp tác xã này được nhận một khoản chi trả ban đầu, và chỉ thanh toán các khoản vay khi cà phê đã được xuất khẩu, và sau đó nhận thêm các khoản chi trả bổ xung từ Global Partnerships mà không cần thông qua trình tự nào khác.

Điều này được thực hiện nhằm giảm bớt các chi phí cho các hợp tác xã và cho phép họ có các điều khoản linh động hơn cho các thành viên hợp tác xã như hỗ trợ tín dụng cho những người cần nhất trước khi cà phê tới vụ thu hoạch, thời điểm mà nông dân thường cần vốn để mua vật tư đầu vào như hạt giống và phân bón cũng như các khoản chi phí khác cho cuộc sống.

Các thành viên hợp tác xã thuộc Café y Desarrollo/Redcafes hoạt động trong 5 bang nghèo nhất tại Mexico như: Veracruz, Puebla, Oaxaca, Guerrero và Chiapas. Tất cả 1.500 thành viên của hợp tác xã này đều đã có chứng chỉ thương mại công bằng (fair trade) và 80% trong số đó được cấp chứng chỉ hàng hóa hữu cơ (organic). Trong khi đó, tất cả 400 thành viên của Aprocassi đều được cấp chứng chỉ thương mại công bằng, và hơn 80% trong đó được cấp chứng chỉ sản phẩm hữu cơ.

Starbucks tăng lợi nhuận ở quý 3

Tập đoàn Starbucks Corp. đã tăng số liệu dự đoán về doanh thu trong năm tài chính 2011 của mình cao hơn so với ước đoán của Wall Street dựa vào việc lượng khách hàng mua tăng cao và giá cổ phiếu của

vào quý 3 (3/7/2011) tăng 34.0% lên 279.1 triệu đôla. Doanh thu tăng 12.0% lên 2.93 tỉ đôla sau khi việc kinh doanh tăng 8% tại Hoa Kỳ. Doanh số bán hàng của hãng trên toàn thế giới cũng tăng 5%.

Công ty dự đoán sẽ vượt qua mức kỷ lục về lượng khách hàng trong



hãng tăng nhẹ. Lợi nhuận cổ phiếu của hàng hiện được ước đoán là 1,5-1,51 đôla trên 1 cổ phiếu cho cả năm 2011, tăng cao hơn so với mức 1,46-1,48 đôla vào hồi tháng 4.

Thu nhập trước thuế của công ty

năm nay, kỉ lục trước đó được lập vào năm 2006 khi doanh thu trên mỗi cửa hàng của hãng tại Mỹ trung bình đạt 1 triệu.

Trong điều kiện giá cà phê tăng cao, mặc dù Starbucks đã có 3 tháng

kinh doanh tương đối dễ chịu, tuy nhiên, hãng này vẫn quyết định sẽ thiết lập mức giá cà phê mới cao hơn so với mức hiện nay trong năm tài khóa 2012, thậm chí là cho cả từ đầu năm 2013.

Starbucks có kế hoạch mở thêm 200 gian hàng tại Hoa Kỳ vào năm tới và 600 gian trên thế giới, trong đó khoảng 1/4 là tại Trung Quốc. Một số sẽ ở Ấn Độ nơi Starbucks có kế hoạch sẽ bắt đầu vào năm tới. Tổng giám đốc Howard Schultz của hãng cũng cho rằng Brazil sẽ trở thành thị trường tiêu thụ cà phê lớn và cần có ít nhất khoảng 1.000 cửa hàng tại đây, trong khi số hiện nay mới là hơn 100. Việt Nam cũng được Starbucks coi là 1 thị trường tiềm năng cho năm tài khóa tới.

Hiện nay Starbucks có khoảng 17.000 cửa hàng, trong đó khoảng 11.000 tại Mỹ và 6.000 trên toàn thế giới.

Ice xác nhận dự trữ cà phê chè giảm 3.3%

Sàn giao dịch cà phê quốc tế (International Coffee Exchange-ICE) xác nhận dự trữ cà phê chè đã giảm 3.3%, tương đương khoảng 52.265 bao loại 60 kg, trong khoảng từ tháng 18/7 đến 3/8 xuống còn 1.529.423 bao.

Mức dự trữ đã giảm nhẹ khoảng 1.938 bao xuống còn 901.324 bao tại Châu Âu trong khi lượng dự trữ tại Hoa Kỳ đã giảm nhanh hơn, khoảng 50.327 bao, xuống còn 628.099 bao.

Mức giảm mạnh nhất tại New York với mức 36.400 bao xuống còn 173.775. Dự trữ tại New Orleans đã giảm 7.606 bao xuống còn 242.832 bao, trong khi đó lượng dự trữ tại Houston giảm 5.071 bao xuống còn 187.395 bao. Mức giảm ít nhất được ghi lại tại các cảng Hoa Kỳ là tại Miami với mức giảm 1.250 bao xuống còn 24.097 bao.

Mức dự trữ tại cảng Antwerp (Bỉ) châu Âu giảm xuống còn 646.497 bao, giảm 1.493 bao, trong khi

đó mức dự trữ tại Hamburg/Bremen (Đức) là 445 bao, xuống còn 254.187 bao.

COSTARICA

Xuất khẩu tháng 7 giảm 2.8%

Costa Rica đã xuất khẩu 76.822 bao loại 60kg trong tháng 7/2011, giảm 2.8% so với mức 79.019 bao trong cùng kì năm trước. Tổng lượng xuất khẩu trong 10 tháng đầu niên vụ 2010/11 (tháng 10 năm trước/tháng 9 năm sau) đạt 1,162 triệu bao so với 1,136 triệu bao trong cùng kì năm 2009/10.

Hiệp định thương mại tự do giữa Trung Quốc - Costa Rica bắt đầu có hiệu lực từ 1/8

Hiệp định thương mại tự do giữa Trung Quốc và Costa Rica được kí vào tháng 4 năm ngoái sẽ có hiệu lực kể từ 1/8. Về giao dịch thương mại hàng hóa, ít nhất 90% hàng hóa của hai nước sẽ dần dần áp dụng mức thuế quan bằng không. Cà phê của Costa Rica cũng sẽ được hưởng lợi từ việc giảm thuế xuất này.

GUATEMALA

Xuất khẩu cà phê tháng 7 tăng 10.5%

Guatemala xuất khẩu khoảng 315.720 bao loại 60kg trong tháng 7/2011, tăng 10.5% so với 285.842 bao trong cùng kì năm trước, theo thông báo của Hiệp hội cà phê nước này (Anacafe). Như vậy, tổng lượng xuất khẩu trong 10 tháng niên vụ 2010/11 là 3,099 triệu bao, tăng 3,0% so với mức 3,009 triệu bao trong cùng kì năm 2009/10. Trong cả niên vụ 2009/10, Guatemala đã xuất khẩu khoảng 3,4 triệu bao, và vào đầu năm nay, lượng xuất khẩu ước tính cho niên vụ 2010/11 vẫn ổn định khi các nhà xuất khẩu tập trung vào chất lượng nhiều hơn là số lượng.

Chính phủ cắt giảm lãi suất cho vay để hỗ trợ nông dân

Quý đặc biệt của chính phủ Guatemala nhằm hỗ trợ nông dân trồng cà phê do Hiệp hội cà phê quốc gia quản lý đang thực hiện cắt giảm lãi suất xuống còn 6,5% cho những người sản xuất quy mô nhỏ và 7,5% cho các trang trại sản xuất lớn để giúp họ trồng mới lại các diện tích cây cà phê đã già cỗi, đồng thời, giúp họ giảm giá bán thông qua hỗ trợ đầu tư canh tác. Thực tế, lãi suất cho vay tại Guatemala đã chỉ ở mức 8,5% trong suốt 5 năm qua.

Trước đó, người trồng cà phê tại Guatemala đã được quỹ với số vốn 82 triệu đô hỗ trợ trong việc đa dạng hóa cây trồng hoặc xây dựng cơ sở hạ tầng chế biến, nhưng không được hỗ trợ trong việc tái canh cà phê.

Mục tiêu của chương trình mới này là nhằm thúc đẩy sản lượng tăng cao trong những năm tới sau khi nước này (1 trong những nước Trung Mỹ đứng đầu về trồng cà phê) đã giảm về sản lượng và đứng sau Honduras. Sản lượng trong niên vụ 2011/12 của Guatemala được dự đoán xung quanh mức 3,5 triệu bao loại 60 kg.

HONDURAS

Xuất khẩu cà phê tháng 7 giảm 7.3%

Xuất khẩu cà phê tại Honduras giảm 7,3% trong tháng 7/2011 xuống còn 199.228 bao loại 60kg so với 214.840 bao trong cùng kì năm trước, theo số liệu của Viện cà phê quốc gia của nước này.

Tổng lượng xuất khẩu trong 10 tháng đầu niên vụ 2010/11 là 3,781 triệu bao, tăng 25,0% so với mức 3,026 triệu bao trong cùng kì năm 2009/10.

Điều này đi ngược với công bố trước đây vào cuối tháng 6 là xuất khẩu trong 9 tháng đầu niên vụ là 3,816 triệu bao. Xuất khẩu tháng 6 ở mức 465,749 bao nhưng hiện giờ vẫn chưa đạt được 396,110 bao.



MEXICO

Amecafe đánh giá hệ thống phân bổ nguồn lực dựa trên năng suất

Hiệp hội sản xuất cà phê Mexico (Amecafe) đang đánh giá lại cách phân bổ nguồn lực đối với ngành cà phê và muốn thay đổi cách đánh giá để áp dụng cho việc triển khai ngân sách năm nay, khoảng 790 triệu peso (\$1=11,71 peso).

Trong thập kỷ qua, quy mô trung bình của các vườn cà phê tại Mexico đã bị hẹp lại còn 1,35 ha đối với mỗi người sản xuất, giảm mạnh so với mức 2,44 ha trong năm 2001. Nguyên nhân chính là do những người sản xuất cà phê tại nước này chia nhỏ diện tích cà phê của mình cho con cái họ nhằm nhận được nhiều hơn hỗ trợ từ nhà nước. Mexico có 680.000 ha cà phê, giảm nhẹ so với 700.000 ha trong 2001, trong khi đó số lượng người trồng lại tăng 76%, lên 504.000 người.

Amecafe hiện hướng tới mục tiêu thiết lập một hệ thống mới về phân bổ nguồn lực dựa trên năng suất.

Sản lượng cafe đạt 4,1 triệu bao, xuất khẩu là 2,4 triệu bao

Bộ Nông nghiệp Mexico cho biết sản lượng cà phê niên vụ 2010/11 của nước này đạt trên 4,1 triệu bao

loại 60 kg, giảm nhẹ so với mức 4,2 triệu bao trong niên vụ 2009/10.

Con số ước tính mới này thấp hơn so với dự đoán ban đầu của chính phủ là 4,4 triệu bao. Tuy nhiên, nó vẫn cao hơn so với mức dự đoán do Hiệp Hội sản Xuất cà phê Amecafe với mức dự đoán là 4,0 triệu bao.

Bộ Nông nghiệp nước này cũng dự đoán mức xuất khẩu sẽ đạt 2,4 triệu bao, trong đó 1,6 triệu bao là cà phê nguyên hạt và còn lại là cà phê hòa tan hoặc hỗn hợp cà phê đen. Theo Amecafe, xuất khẩu cà phê nước này cho niên vụ 2010/11 cho tới cuối tháng 6 đạt tổng 2,047 triệu bao.

Mưa bão làm sạt lún hệ thống giao thông đường bộ nhưng lại giúp cây trồng phát triển

Mưa lớn tại bang Guerrero, phía nam Mexico đã giúp cho cây trồng cà phê phát triển tốt nhưng lại làm sạt lún đường xung quanh các vườn trồng cà phê.

Trước đây, đường xá sạt lún chính là những khó khăn cho việc chuyên chở cà phê đến các cảng, nhưng mùa vụ thu hoạch tới vẫn chưa bắt đầu cho đến tháng 10 và lúc đó giao thông đường bộ đã kịp thời được sửa chữa. Theo Francisco Piedragil, người đứng đầu ủy ban

cà phê bang Guerrero, đường xá có thể vẫn chưa được sửa chữa do thiếu nguồn lực, điều này có nghĩa là sản lượng được dự đoán ở mức 130,330 loại bao 60 kg, tăng 62% so với vụ trước có thể bị tồn lại.

Guerrero là bang sản xuất cà phê chè tự nhiên lớn nhất Mexico trong khi các vùng khác chủ yếu là sản xuất cà phê chè ướt.

Theo Piedragil, 2 vụ thu hoạch vừa qua của bang đạt mức kém bởi vì mưa diễn ra sai thời điểm, quá sớm hoặc quá muộn, khiến cho cây cà phê ra hoa không đúng thời điểm. Nhưng vào mùa tới, mưa đã diễn ra rất lý tưởng và họ hi vọng sẽ có một mùa thu hoạch đạt năng suất cao.

Tuy nhiên, chưa có khoản hỗ trợ nào của chính phủ trong năm nay (được gọi là "Fomento Productivo") đến được với người nông dân, dẫn tới những tranh luận về việc nên thực hiện chính sách hỗ trợ dựa trên năng suất hay đất đai sẽ hiệu quả hơn.

Ngân sách năm 2011 cho chương trình hỗ trợ chỉ ở mức 21,6 triệu đô la so với 47,4 triệu đô la như dự định vì lý do chương trình chưa thực sự hiệu quả trong việc cải thiện năng suất.

Vào tháng 8, các quan chức trong ngành này sẽ đi đến thống nhất để phân bổ lại khoản hỗ trợ chủ yếu dựa vào năng suất.

BRAZIL

Thiếu lao động nông thôn tạo tiền đề cho cách mạng công nghiệp

Một cuộc cách mạng công nghiệp thầm lặng đang diễn ra trong các trang trại cà phê tại Brazil, nơi lực lượng lao động thời vụ đang giảm dần đã tạo sức ép lên người trồng cà phê buộc họ phải sử dụng các loại máy móc thu hoạch, điều mà họ không muốn làm trong suốt nhiều năm qua.

Trải qua 100 năm với sức hút về sự giàu có và thịnh vượng đã kéo

2 triệu người dân di cư đến với các trang trại cà phê. Việc xây dựng và mở rộng Brazil đã lôi kéo rất nhiều công nhân lao động và trả với mức chi phí đắt đỏ để tuyển dụng, chính vì vậy đã khiến cho một số vùng thiếu nhân công lao động

Cuộc di cư này đang khiến cho lương của người lao động tăng cao, trong một vài trường hợp mức tăng lên đến 50% hoặc hơn thế nữa kể từ năm ngoái. Người lao động nông thôn tại Varginha, một thành phố lớn tại bang Minas Gerais cho biết lương của họ trong năm 2011 là 10-15 R\$/60 lít cà phê (1USD = 1.56 BRL), tăng so với mức 6-10 BRL năm ngoái.

Mức lương tăng nhanh như vậy khiến cho tổng chi phí thu hoạch, nếu chỉ sử dụng nhân công, tăng lên mức 400.000 đô la, trong đó hơn một nửa là chi phí nhân công trên mỗi bao cà phê. Máy thu hoạch và mô hình máy kéo cánh quạt với mức giá 200.000 đô có thể thu hoạch cà phê nhanh tương đương với 100 công nhân và tiết kiệm được 60% chi phí gặt hái trên các nông trại lớn.

Cocamar, một hợp tác xã tại Parama, trong năm 2011, lần đầu tiên đã thuê một giàn máy thu hái để thu hoạch cà phê với mức giá là 250 BRL/1 giờ, như vậy, giá thành đã giảm xuống còn 7 BRL trên 1 bao so với mức 12-15 BRL khi hái thủ công. Tuy nhiên, rất nhiều các nông

trại lại quá nhỏ để thực hiện việc thu hoạch này. Do vậy, cách duy nhất mà các thành viên của Parama có thể thực hiện đó là chia sẻ cùng nhau việc sử dụng máy.

Mặt hạn chế của việc thu hoạch bằng máy là do máy móc không thể làm việc trên các bề mặt dốc và khi cây cà phê được trồng quá dày sẽ khiến cho máy móc khó có thể vượt qua để thu hái. Các nhà sản xuất cà phê tại các vùng cao không thể sử dụng các máy lớn nhất bởi độ nghiêng ở các nông trang. Tuy nhiên họ vẫn có thể sử dụng mô hình máy hái điều khiển bằng tay với giá khoảng 500 đô la để tăng hiệu suất của người công nhân lên gấp 3 lần.

CHILE

Công đoàn Starbucks đứng sau cuộc đình công

Ba lãnh đạo trong một công đoàn lao động của Starbucks tại Chile đã bắt đầu tuyệt thực từ ngày 23/7 trong khi các thành viên của họ tham gia vào cuộc đình công đầu tiên bắt đầu từ mùng 7/7 tại các công ty do Starbucks quản lý.

Các công nhân ở 30 trong 31 cửa hàng của Starbucks tại Chile đang đòi mức chi phí ăn trưa phải ngang bằng với những người quản lý tại Starbucks nhận được, và đòi phải được trả toàn bộ bảo hiểm y tế và một số yêu sách khác. Về phần

mình, Starbucks cho rằng tổng chi phí chi trả của họ cho công nhân đã cao hơn 30% so với mức trung bình của ngành, ngoài ra công nhân còn được tạo điều kiện mua cổ phần và được hỗ trợ 70% chi phí chăm sóc sức khỏe. Danh sách 25 điểm mà công đoàn hiện nay đang đề cập đến bao gồm quà cưới, chi phí thai sản là vượt quá xa so với thực tế tại Chile, theo lời người phát ngôn của Starbucks.

Lương khởi điểm cho một công nhân làm việc tại Starbucks Chile tương ứng ở mức 2,5 đô/giờ không hề thay đổi trong suốt 8 năm qua, theo thời báo phố Wall.

Trong khi các cuộc bãi công vẫn diễn ra, tất cả các cửa hàng của Starbucks tại Chile vẫn mở cửa và người phát ngôn của Starbucks tin rằng cuộc bãi công này sẽ kết thúc vào 5/8 khi những công nhân trong liên hiệp công đoàn quay trở lại làm việc theo luật lao động của Chile.

COLOMBIA

Hiệp định thương mại Mexico-Colombia không áp dụng đối với ngành hàng cà phê

Tổng thống Colombia Juan Manuel Santos kêu gọi ký kết một hiệp ước thương mại song phương mới với Mexico và nhấn mạnh đến những cơ hội lớn cho việc kinh doanh mà nước này đã đưa ra cho Mexico. Tổng thống Colombia cũng nhắc lại rằng hiệp định thương mại năm 1996 với Mexico là hiệp định thương mại đầu tiên mà Bogota ký kết.

Hiệp ước thương mại mới không áp dụng đối với cà phê, chuối lá, đường, thuốc lá và ca cao, những mặt hàng mà Colombia có giá trị xuất khẩu đạt khoảng 2,83 tỉ đô nhưng là những mặt hàng nhạy cảm đối với nông dân Mexico.

Kể từ khi hiệp định thương mại năm 1996 có hiệu lực, xuất khẩu hàng năm của Mexico sang Colombia tăng 12 lần, từ 306 triệu đô lên 3,76 tỉ đô, trong khi đó, xuất khẩu của Colombia sang Mexico đã tăng từ



121 triệu đô lên 759 triệu đô.

Mùa vụ 2011/12 tăng nhờ vào điều kiện thuận lợi trong thời kỳ trổ hoa

Vụ thu hoạch cà phê thứ hai của Colombia trong niên vụ 2011/12 từ tháng 4 đến tháng 7 được dự đoán sẽ tăng tại các tỉnh Narino, Cauca, Tolima và Huila, những nơi chiếm đến 37% tổng sản lượng cà phê hàng năm của nước này, nhờ vào việc ra hoa đúng vào thời tiết nắng đẹp.

Người trồng cà phê nói thời tiết khô rất lý tưởng giúp thúc nở hoa nhưng trời mưa cũng rất cần để giúp đậu quả sau thời kỳ ra hoa.

7 khu đô thị tự trị tại Cauca, những nơi đóng góp 7,5% tổng sản lượng cà phê hàng năm của nước này, cũng cho biết việc nở hoa cà phê rất tốt do điều kiện thời tiết khô từ nửa sau tháng 7.

Tỉnh Tolima nắng nhiều hơn so với các tỉnh khác và theo người đứng đầu hợp tác xã cà phê Asprounion, Luis Carlos Burbaro, hi vọng sản lượng trong năm tới sẽ tăng nếu thời tiết khô vẫn tiếp tục diễn ra mà không quá hạn hán và có một vài ngày mưa.

Narino, một trong những nơi sản xuất cà phê đặc sản hàng đầu của nước này, đã có 1 vụ hoa nở rộ kể từ cuối tháng 6 tại các vùng phía nam của La Union và Taminango nơi có các vườn trồng cà phê tại độ cao thấp hơn. Trong nửa đầu năm tới, sản lượng cà phê tại Narino sẽ có thể đạt 306.000 bao loại 60 kg, tăng 15% so với mức 260.000 bao trong 6 tháng đầu năm 2011.

PERU

Xuất khẩu trong 6 tháng đầu năm 2011 tăng 10,9%

Peru xuất khẩu được khoảng 893.420 bao loại 60 kg từ đầu năm đến cuối tháng 6/2011, tăng 10,9% so với mức 805.370 bao trong cùng kỳ năm 2010. Mức tăng mạnh về giá



trung bình của cà phê so với năm ngoái đã đẩy tổng giá trị xuất khẩu lên mức 278 triệu đô trong 6 tháng đầu năm 2011, tăng so với mức 154 triệu đô trong cùng kỳ.

Phòng thương mại cà phê của Peru không cho rằng sản lượng cà phê niên vụ 2011 sẽ đạt mức 4,64 triệu bao do mưa quá nhiều và thiếu công nhân thu hoạch, tuy nhiên đơn vị này lại không đưa ra con số ước lượng cụ thể. Trong khi đó, Ủy Ban Cà Phê Quốc Gia của nước này cho rằng sản lượng cà phê 2011 sẽ ở mức 4,45 triệu bao, tăng so với mức 4,10 triệu bao trong năm 2011.

CAMEROON

Xuất khẩu cà phê chè giảm trong tháng 6/2011

Cameroon đã xuất khẩu khoảng 8.420 bao loại 60 kg cà phê chè trong tháng 6/2011, giảm so với mức 11.820 bao cùng kỳ năm trước. Như vậy, tổng lượng xuất khẩu cà

phê chè trong 9 tháng đầu niên vụ 2010/11 của nước này là 30.320 bao so với 41.250 bao cùng kỳ năm 2009/10.

Xuất khẩu cà phê vối giảm 66.2% trong tháng 6/2011

Cameroon đã xuất khẩu 41.430 bao loại 60 kg cà phê vối trong tháng 6/2011, giảm 66.2% so với mức 122.420 bao trong cùng kỳ năm trước. Tổng lượng xuất khẩu cà phê vối trong 7 tháng đầu năm 2010/11 giảm xuống còn 405.970 bao, thấp hơn 24.8% so với mức 539.900 được xuất đi trong cùng kỳ năm trước.

ETHIOPIA

Xuất khẩu cà phê 2010/2011 đạt mức kỷ lục

Ethiopia đạt doanh thu kỷ lục 841.6 triệu đôla nhờ vào việc xuất khẩu cà phê trong 2010/11, tăng mạnh so với mức 528 triệu đô la trong năm tài khóa 2009/10 và 375,8 triệu bao



trong niên vụ 2008/09. Trong tháng 4, thủ tướng nước này, ông Zenawi thậm chí còn rất lạc quan và hi vọng sẽ đạt được doanh thu xuất khẩu là 939,5 triệu đô.

Doanh thu xuất khẩu từ 3.3 triệu bao loại 60 kg tăng cao là nhờ giá tăng cao. Giá cà phê đặc sản vùng Sidamo đạt mức 1.500 ETB (1 đô = 16,9 ETB) trên 17 kg trong niên vụ 2010/11, tăng so với mức 600 ETB trong vụ trước.

Ethiopia giảm giá khoảng 16,7% đồng birr của nước này trong tháng 9/2010 để tăng cường khả năng cạnh tranh. Đây là lần thứ tư nước này tiến hành giảm giá đồng nội tệ kể từ năm 2009. Đầu năm 2011, việc giảm giá đồng tiền đã thúc đẩy xuất khẩu và giúp thu hẹp thặng dư nhập siêu mặc dù các nhà phân tích vẫn thể hiện mối quan ngại về sự giảm giá này có thể dẫn đến rủi ro về lạm phát nhập khẩu.

Ethiopia đặt mục tiêu đạt 5,3 tỉ đô la từ xuất khẩu trong năm nay sau khi

doanh số bán cà phê tăng mạnh, và việc đa dạng hóa các ngành hàng mới đã mang lại khoảng 2 tỉ đô trong năm tài chính trước.

Vụ cà phê 2011/12 ước đoán đạt 4,5 triệu bao

Sản lượng cà phê của Ethiopia niên vụ 2011/12 được dự đoán đạt 4,5 triệu bao loại 60 kg, như vậy nó đã giảm khoảng 60% so với vụ trước.

Hạn hán khắc nghiệt trong các thập kỷ qua đã khiến cho cây trồng bị khô héo, và dẫn đến giảm thấp về số lượng.

Sản lượng cà phê ước tính của Ethiopia từ các nguồn khác nhau rất chênh lệch. Tổ chức cà phê thế giới (ICO) dự đoán sản lượng 2010/11 là 7,45 triệu bao, như vậy đã giảm 40% xuống còn 4,5 triệu bao trong 2011/12. Licht lại dự đoán sản lượng chỉ ở mức 5,1 triệu bao. Sản lượng ước tính của chính phủ trong niên vụ 2010/11 khoảng 11 triệu bao, dựa theo mức giảm 60% ở trên.

GHANA

Sản lượng cà phê tăng lên mức 167.000

Theo Francis Oppong, phó tổng giám đốc Viện nghiên cứu cao cấp của Ghana (một đơn vị trực thuộc cơ quan quản lý nhà nước về coca và cà phê của Ghana - Cocobold), nước này dự kiến sẽ thực hiện một dự án trong vòng 4 năm để tăng sản lượng cà phê lên mức 167.000 bao loại 60kg và đạt 333.000 bao loại 60 kg vào năm 2021.

Trong dự án, khoảng 500 ha nông trại cà phê đã được xác định để hỗ trợ vật tư nông nghiệp đầu vào, tăng sản lượng. Những cây cà phê già cỗi sẽ bị chặt bỏ để trồng các cây mới.

Cocobod ước tính rằng, nước này hiện có khoảng 250.000 người trồng cà phê. Sản lượng cà phê của Ghana chỉ đạt mức thấp 9.733 bao loại 60 kg trong năm 2005 tăng lên mức 28.250 bao trong 2008, nhưng

giảm xuống còn 15.500 bao trong năm 2009.

Theo Oppong, 82.850 bao cà phê được xuất khẩu từ Ghana vào năm ngoái. Con số này do Ủy Ban Xúc Tiến Xuất Khẩu Ghana (GEPC) cung cấp nhưng các quan chức của Cocobod lại nghi ngờ về một số lượng lớn cà phê được xuất bởi các cá nhân đã vượt ra ngoài tầm kiểm soát của GEPC.

Oppong cho rằng tại Ghana chưa có hệ thống báo cáo nào đủ khả năng ghi lại được đúng lượng cà phê xuất khẩu và nói rằng cơ quan này có ý định thiết lập các thủ tục cần thiết tại đây để kiểm soát. Sản xuất cà phê tại Ghana đã sụt giảm mạnh sau giai đoạn khủng hoảng 2001-2004 khiến cho phần lớn nông dân chuyển sang trồng coca.

BỜ BIỂN NGÀ

Xuất khẩu cà phê tháng 6/2011 giảm 52.8%

Bờ Biển Ngà đã xuất khẩu khoảng 6.765 tấn cà phê vối trong tháng 6/2011, giảm 52,8% so với mức 14.327 tấn trong cùng kỳ năm 2010. Tổng lượng xuất khẩu trong 9 tháng đầu năm 2010/11 của nước này là 41.882 tấn, giảm 53.7% so với mức 90.392 tấn trong 9 tháng cùng kỳ năm 2009/10. Xuất khẩu cà phê của Bờ biển ngà có thể vẫn bị chịu ảnh hưởng bởi lệnh cấm xuất khẩu cà phê (và ca cao) của chính phủ Alasane Ouattara lập lên từ tháng 1/2011 tới ngày 14/4 sau khi Laurent Gbagbo bị đánh bại.

UGANDA

AFDB thông qua khoản cho vay 40 triệu USD giúp sửa chữa đường sắt từ Kenya đến Uganda

Ngân hàng phát triển châu Phi (AFDB) đã thông qua khoản vay trị giá 40 triệu đô la để sửa chữa đường sắt nhằm cải thiện lại dịch vụ vận tải hàng hóa tại khu vực Đông và Trung Phi. AFDB nói rằng khoản vay này sẽ giúp nâng cấp lại cơ sở hạ tầng đường sắt đã cũ

nát tại Kenya và Uganda. Hệ thống đường sắt Kenya-Uganda liên kết giữa biên giới Uganda, Rwanda, Burundi và miền tây giàu khoáng sản của Congo đến cảng Mombasa của Kenya đã có tuổi đời 100 năm. Việc thiếu đầu tư trong các năm qua đã khiến cho hệ thống đường ray hư hỏng nặng, gây khó khăn trong việc chuyên chở hàng hóa. Đông và Trung Phi là khu vực xuất khẩu lớn các mặt hàng như cà phê, cotton và chè cũng như khoáng sản như quặng, coban và vàng.

ẤN ĐỘ

Sản lượng cà phê sẽ tăng 7% trong 2011/12

Sản lượng cà phê trong niên vụ 2011/12 của Ấn Độ ước tính tăng khoảng 7% lên mức kỷ lục 322.250 tấn. Sản lượng cà phê vối được dự đoán tăng 0.7% lên mức 217.725 tấn so với cà phê chè là 104.525 tấn tăng 11%. Vùng sản xuất cà phê hàng đầu Karnataka của nước này dự đoán sản lượng tăng 6.5% lên mức 227.675 tấn. Sản lượng tại Kerala, vùng sản xuất lớn thứ 2 tăng 5.3% lên 69.125 tấn trong khi sản lượng tại Tamil Nadu dự đoán tăng 11.4% lên mức 18.540 tấn.

Ủy ban nhà nước về cà phê của Ấn Độ cũng ước tính sản lượng niên vụ 2010/11 tăng nhẹ lên 302.000 tấn so với con số ước tính ở mức 299.000 tấn trong tháng 12.

Điều kiện thời tiết tốt như việc phân bổ mưa hợp lý trong suốt năm ngoái giúp giữ độ ẩm lâu hơn, qua đó làm tăng sản lượng trong mùa

vụ. Hơn thế nữa, thời điểm nở hoa và mưa rào vẫn diễn ra bình thường tại các vùng trồng cà phê tại 3 bang mặc dù Karnataka đã có thời gian bị thiếu mưa. Thời tiết và điều kiện cây trồng tốt cũng như giá cả ổn định đã khuyến khích việc chăm sóc cây trồng và tăng sản lượng. Bên cạnh đó, mức tăng tại Tamil Nadu là nhờ vào sự gia tăng sản lượng theo chu kỳ 2 năm một lần với vườn cà phê chè.

INDONESIA

Xuất khẩu cà phê với vùng Sumatra giảm 40% trong tháng

Theo số liệu của Văn phòng Thương mại của chính phủ Indonesia, xuất

Xuất khẩu cà phê năm 2011 giảm 5 triệu bao 60 kg

Theo Rachim Kartabrata, Giám đốc điều hành của Hiệp hội các nhà xuất khẩu cà phê Indonesia (AEKI), lượng xuất khẩu cà phê từ Indonesia có thể giảm 1/3 xuống còn 5 triệu bao 60 kg trong năm 2011 so với 7.3 triệu bao của năm trước. Ông này cũng ước tính dự trữ cà phê cuối kỳ của Indonesia ở mức 167.000 bao, giảm so với mức trung bình là 1 triệu bao do tiêu thụ trong nước đang tăng.

Theo AEKI, tiêu thụ trong nước sẽ ở mức 3,3 triệu bao trong năm 2011, tăng so với mức 3 triệu bao trong năm 2009. Kartabrata nói sản lượng có thể giảm 30% so với năm 2011 xuống còn 9.17 triệu bao loại 60kg.

ISRAEL

Cà phê Strauss mua nhãn hiệu Ambassador với mức giá 8 triệu đô

Cà phê Strauss, tập đoàn sản xuất đồ ăn đã đồng ý để mua nhãn hiệu Ambassador bao gồm cà phê tan và cà phê đen bán tại Nga, Ukraina và Moldavia của tập đoàn Sucarina. Strauss sẽ trả 8 triệu đô cho nhãn hiệu này và thêm 2,4 triệu đô để mua quyền không cạnh tranh từ Sucarina (non-competition from the sellers).

Nhãn hiệu Ambassadors có doanh thu là 10 triệu đô trong năm 2010 và Strauss có ý định phát triển thêm nhãn hiệu ra rộng cả vùng. Vào cuối 2010, Strauss Coffee đã mua Lecafe tại Nga và các nước Liên xô cũ với mức giá 37 triệu đô để tăng cường vị trí thứ 3 trong kinh doanh cà phê tan và thứ 2 trong ngành cà phê đen tại Nga.

NHẬT BẢN

Dự trữ cà phê tăng 6% trong tháng 5

Dự trữ cà phê nhân tại các cảng Nhật Bản là 2,222 triệu bao loại 60



khẩu cà phê vối tại vùng phía nam Sumatra của nước này trong tháng 7/2011 đã giảm 40% xuống còn 351.900 bao loại 60 kg trong cùng kỳ năm 2010. Tổng xuất khẩu trong 7 tháng đầu năm 2011 của nước này là 2,452 triệu bao, tăng 1,859 triệu trong 2010 nhưng giảm so với 3,190 triệu bao trong năm 2009.

Chính phủ Hà Lan và Indonesia ký hiệp định thương mại bền vững

Hà Lan và Indonesia sẽ triển khai chương trình sản xuất và thương mại bền vững trong 5 năm đối với các loại hàng hóa như cacao, cà phê, chè, gia vị, dầu cọ, gỗ và cá. Tổng giá trị nhập khẩu của Hà Lan đối với sản phẩm này là khoảng 2 tỉ đô la một năm, trong khi tổng giá trị xuất khẩu các sản phẩm này của Indonesia đến châu Âu là khoảng 12 tỉ đô la.

kg vào cuối tháng 5, tăng khoảng 6% so với cuối tháng 4. Trong đó, 402.000 bao được nhập khẩu từ Brazil, 56.400 từ Colombia, 539.900 từ Trung Mỹ và 204.000 bao từ Indonesia. 567.700 số bao còn lại được nhập từ các nước khác.

Lợi nhuận ròng của Key coffee giảm trong quý 1

Key Coffee đạt lợi nhuận ròng là 106 triệu yên (1 USD = 78.3 yên) trong quý đầu tính cho tới 30/6, giảm so với mức 137 triệu yên của cùng kì năm ngoái. Doanh thu tăng nhẹ lên 13.01 tỉ yên so với 12,55 tỉ cùng kì năm ngoái. Công ty này ước tính lợi nhuận ròng là 100 triệu yên so với doanh thu 55,2 tỉ yên trong năm tài khóa 2011/12 tính tới 31/3. Lợi nhuận ròng cho đến cuối tháng 9/2011 ước tính là 150 triệu yên trên tổng doanh thu là 25.80 tỉ yên.

VIỆT NAM

Xuất khẩu cà phê vào Trung Quốc tăng gấp đôi từ tháng 1-tháng 5

Theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và PTNT, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Trung Quốc tăng gấp đôi lên mức 280.000 bao loại 60 kg trong 5 tháng đầu so với mức 165.000 bao trong cùng kì năm trước. Tiêu thụ cà phê tại Trung Quốc và Nga đang tăng và được xem như thị trường tiềm năng cho xuất khẩu của Việt Nam, nhà sản xuất cà phê lớn thứ 2 thế giới sau Brazil.



Cà phê Việt Nam

Sản lượng cà phê 2011/12 thấp hơn nhiều so với mức 18 triệu bao

Theo ông Lương Văn Tự, chủ tịch Hiệp hội cà phê cao Việt Nam (VICOFA), sản lượng cà phê của Việt Nam trong niên vụ 2011/12 có thể thấp hơn nhiều so với mức 18 triệu bao loại 60 kg được dự đoán trong tháng 6, nguyên nhân chủ yếu là do mất mùa tại Lâm Đồng nơi chiếm khoảng 20% tổng sản lượng cà phê của cả nước.

Chủ tịch VICOFA cũng cho biết Việt Nam có thể thu lợi phí xuất khẩu cà phê từ 0,4 đô/1 tấn đến hơn 2 USD/1 tấn từ tháng 1/2012. Phí xuất khẩu sẽ giúp tăng sản lượng cà phê thông qua hỗ trợ đầu tư trồng mới cà phê và ghép cành, bởi khoảng 25% diện tích cà phê của Việt Nam đã quá già và cần được trồng mới.

Đề xuất thành lập Ủy ban cà phê

Bộ Công Thương của Việt Nam đã đề xuất lập Ủy ban quốc gia về điều phối cà phê nhằm hỗ trợ chính phủ xây dựng và thực hiện các chính sách liên quan đến ngành cà phê. Ủy ban này sẽ có trách nhiệm điều tiết giá cà phê tại thị trường trong nước và nước ngoài cũng như các hoạt động xuất khẩu.

Với việc các nhà kinh doanh quốc tế mở rộng hoạt động tại thị trường Việt Nam, các công ty xuất khẩu cà phê trong nước ngày càng bị cạnh tranh trong việc thu mua hạt cà phê nguyên liệu từ người nông dân

trồng cà phê.

Xuất khẩu cà phê giảm mạnh trong tháng 7/2011

Theo Tổng cục Thống kê, Việt Nam đã xuất khẩu khoảng 55.000 tấn cà phê (tương đương khoảng 917.000 bao loại 60 kg) trong tháng 7/2011, giảm 38.2% so với 89.000 tấn trong cùng kì năm trước. Cơ quan này cũng sửa lại số liệu xuất khẩu trong tháng 6 giảm xuống còn 67.300 tấn so với ước tính trước đó là 80.000 tấn. Như vậy tổng xuất khẩu trong 10 tháng đầu năm 2010/11 là 1,170 triệu tấn, tương đương với mức 19,5 triệu bao.

Lượng xuất khẩu thấp trong tháng 7 tiếp sau việc doanh số tăng mạnh nhờ vào giá cao trong thời gian từ đầu năm cao là một trong những chỉ báo cho thấy dự trữ cà phê của Việt Nam đang cạn dần, và tiếp theo có thể sẽ là một thời kì thiếu hụt. Dữ liệu xuất khẩu cà phê chỉ được đưa ra sau khi các nhà xuất khẩu được thông quan, do vậy cà phê nhân có thể vẫn đang ở trong các kho chứa hàng tại cảng hoặc đã rời khỏi cảng Việt Nam. Dữ liệu này chỉ bao gồm cà phê sơ chế (cà phê nhân), loại cà phê xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam, chứ không bao gồm cà phê đã qua chế biến (hòa tan).

Khối lượng xuất khẩu năm 2011 giảm xuống còn 20 triệu bao

Bộ nông nghiệp Việt Nam đã giảm dự đoán xuất khẩu cà phê trong năm 2011 khoảng 4.8% xuống còn 20 triệu bao loại 60 kg. Trong đầu tháng 7, dự đoán là giảm 3% xuống còn 21 triệu bao, đánh dấu 1 mức giảm thấp của nguồn dự trữ trong nước. Trước đây, dự đoán xuất khẩu tăng lên 21,67 triệu bao vào giữa tháng 5 so với ước tính ban đầu 20,83 triệu vào giữa tháng 4. Việt Nam đã xuất khẩu được tổng 19,5 triệu bao trong năm 2010

Nguồn: F.O.L.ICHTS, 5/8/2011
Biên dịch: Lê Bình

HƯƠNG HOA NÀO MỜI GỌI

Mùa xuân người khách lạ đến đây
Ngõ ngàng trước muôn cánh hoa trong trắng
Bạt ngàn mệnh mông, trời Tây Nguyên rực nắng
Gió đại ngàn, ngát hương hoa cà phê
Người khách phương xa chân chẳng muốn về
Bởi hương thơm ngọt ngào quyến rũ
Qua mùa hè quả xanh tươi ắp ủ
Đợi thu về khoe sắc thắm đỏ tươi
Ngàn triệu cây xanh đeo hồng ngọc gọi mời
Bừng thức dậy gọi đất trời rạo rực
Hương nào say gọi bao niềm ký ức
Đợi đông về ấm mãi ly cà phê
Chỉ một lần ai đã đến Ban Mê
Kỷ niệm cuộc đời khó mà quên được
Bên ly cà phê gọi bao niềm mơ ước
Xáo động con tim rộn rã tình đời.

NGHIÊN

Ngây ngất hôn em buổi bình minh
Hương thơm ngan ngát tỏa quanh mình
Say giấc vẫn còn, vương hình bóng
Thắm ướt làn môi, cõi đa tình.

Chẳng có thứ gì ở trên đời
Mà nghiền đến thế, Cà phê ơi!
Thiên đàng ẩn hiện, trên mặt đất
Xáo động con tim chẳng thể rời

VẤN VƯƠNG HƯƠNG TRỜI

Ban mai nào chẳng gần em
Vấn vương hình bóng, ngày đêm chẳng rời
Tình trao ướt đẫm đôi môi
Lâng lâng bay bổng, tưởng nơi thiên đàng
Nhớ nhau đến hẹn lại sang
Hương thơm ngào ngạt, tấm nàng, tấm ta
Giọt huyền, châu ngọc, kiều sa
Nâng ta bay bổng, la đà cõi tiên



Tác giả: Phan Quốc Sùng

LOÀI HOA TA YÊU

Hương hoa nào, hồn ta ngây ngất
Màu trắng nào, xáo động con tim
Để tình ta tươi mát dịu êm
Bỗng thấy cuộc đời triệu lần đáng sống.

Xuân Tây Nguyên, trời cao lồng lộng
Hoa trắng bạt ngàn, gió ngát hương
Nơi trần gian, cứ ngỡ thiên đường
Màu trắng ngọc ngà, màu xanh huyền diệu. (1)

Để mãi đến giờ ta chợt hiểu
Hoa trắng tinh khôi, khoe sắc với trăng sao
Đâu phải bông hồng, bông huệ hay bất cứ hoa nào
Loài hoa ta yêu, hoa cà phê thơm ngát.

Từ đất đỏ cho hương hoa ngào ngạt
Từ gió ngàn hương đậm sắc cuộc đời
Hương cà phê, anh say đắm em ơi!
Bởi trong đó có tình mình năm tháng

Bởi trong đó có tương lai ngời sáng
Có tình yêu và hạnh phúc bền lâu
Hoa cà phê, hương cà phê
Hẹn gặp lại xuân sau. (2)

(1) Màu trắng của hoa, màu xanh của lá cà phê

(2) Hoa cà phê nở một lần vào dịp xuân sang



CÀ PHÊ - BÓNG ĐÁ: SỰ ĐAM MÊ HOÀ QUYỀN

Đỗ Tiên Thường - AGROINFO

Đó các bạn biết: Cà phê xuất hiện trước hay bóng đá ra đời trước? Phải là một người vừa say mê những đường lăn của trái bóng tròn và yêu thích hương vị ngào ngạt cùng tiếng tí tách của từng giọt cà phê mới đưa ra câu trả lời ngay được.

Theo truyền thuyết, cây cà phê được phát hiện vào khoảng những năm 600 bởi một người chăn dê tên Kaldi. Và tác dụng của hạt cà phê cũng được biết đến từ đó. Trải qua hàng trăm năm phát triển, cà phê đã trở thành thức uống không thể thiếu của đa số dân cư trên thế giới. Còn bóng đá thì sao? Xin bật mí, bóng đá do người Trung Quốc phát minh ra vào thế kỷ thứ 2 trước công nguyên và gọi môn thể thao này là "cuju", vốn là một bài tập luyện của quân đội nhà Hán thời đó. Các binh sĩ tranh giành nhau trái bóng bằng da, tìm cách sút vào cầu môn làm bằng vải lụa có khoét lỗ. Mãi đến năm 2004, FIFA mới chính thức công nhận Trung Quốc là "cái nôi" của bóng đá. Trải qua một khoảng thời gian dài, bóng đá đã phát triển và trở thành môn thể thao "vua" dành cho tất cả mọi người.

Không biết từ khi nào, cà phê và bóng đá lại trở nên rất "thân thiết" với nhau trong cuộc sống, nhất là tại Việt Nam? Dường như ở đâu có cà phê thì đó cũng chính là địa điểm có thể xem bóng đá. Điển hình như

tại Hà Nội, những quán cà phê chạy dọc các tuyến phố như Tô Hiệu, Triệu Việt Vương, Nguyễn Du, Tạ Quang Bửu... đã trở thành những địa điểm lý tưởng cho giới hâm mộ túc cầu giáo tới để xem, bàn luận, cổ vũ và trên hết là cùng nhau thưởng thức trực tiếp một trận cầu nóng bỏng qua màn hình lớn. Một trong những trải nghiệm mà bạn không thể có khi chỉ xem ở nhà.

Tại sao nhiều người Việt Nam lại chọn uống cà phê khi xem bóng đá mà không phải một thứ đồ uống nào khác? Cà phê là thứ đồ uống ưa thích của đệ tử túc cầu giáo một phần bởi cà phê giúp họ có thể ngồi hàng giờ nhâm nhi một ly cà phê và theo dõi một trận bóng. Cà phê là đồ uống có chất cafein, giúp tinh thần thoải mái khi làm việc và đạt được sự tỉnh táo để, không bỏ lỡ một tình huống nào trong trận bóng, kể cả nó được diễn ra về đêm khuya. Bên cạnh đó, có lẽ quan trọng hơn, quán cà phê thực sự là nơi có tính cộng đồng cao, gắn kết người yêu bóng đá với nhau. Chỉ cần có một màn hình lớn, những bộ bàn ghế được xếp gọn gàng đã đủ tạo nên một không gian xem bóng độc đáo. Ngay cả người chủ hay những nhân viên của quán cũng là những người đam mê bóng đá với phong cách phục vụ nhiệt tình chu đáo. Và ở đó có sự xuất hiện của nhiều thành phần như giới kinh doanh, nhà tri thức, sinh viên... tất cả đều có chung một tình

yêu bóng đá.

Trong khoảng thời gian ngồi xem bóng và nhâm nhi ly cà phê, ta sẽ được nghe vô số điều chưa biết về kiến thức bóng đá cả trong và ngoài sân cỏ, được bình luận và đưa ra những nhận xét, dự báo kết quả trận đấu, và được kết giao bạn bè...

Chắc bạn sẽ không ngạc nhiên khi đi vào một quán cà phê – bóng đá nếu thấy có những "fan" nữ cũng đang reo hò, cổ vũ cuồng nhiệt. Chính họ đã tạo nên một nét đặc trưng cho khái niệm "bóng đá không khoảng cách". Một ví dụ tuyệt vời nữa cho sự gắn kết "không biên giới" giữa cà phê và bóng đá, đó là trung tuần tháng 5/2008, các chân sút của câu lạc bộ bóng đá hàng đầu nước Anh Arsenal đã có mặt tại Việt Nam để quảng bá sản phẩm và nhãn hiệu cà phê Moment cho Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk).

Chính vì những lý do đó, chúng ta có thể hiểu được sức hút lớn như thế nào của môn thể thao vua đồng thời cũng phải nhắc đến ly cà phê - người bạn đồng hành thân thiết. Uống cà phê và xem bóng đá đã trở thành một nét văn hóa đặc trưng của người hâm mộ bóng đá Việt Nam. Khi thưởng thức một ly cà phê với bạn bè và cùng nhau xem một trận bóng, chiêm ngưỡng những đôi chân kỳ diệu tạo nên những đường bóng hoa mỹ. Lúc đó, khoảng không gian chật hẹp, sự xa lạ giữa những người không quen biết đã không còn nữa. Thay vào đó là tiếng hò reo, cổ vũ và cả những pha ăn mừng bàn thắng đến ngất ngây. Hương vị bùi bùi, ngọt ngọt của cà phê đã kích thích thêm niềm đam mê bóng đá cháy bỏng.

Nếu bạn là một người yêu bóng đá, hãy thử ra khỏi nhà và cùng bạn bè tới quán cà phê để xem bóng đá. Bạn sẽ thấy khả năng về kiến thức bóng đá của mình, sẽ được là chính mình, mạnh mẽ, phong độ, được tự do thể hiện, học hỏi và hòa nhập vào cộng đồng đam mê túc cầu giáo. Bạn đã tới những nơi đó chưa? Hãy trải nghiệm nhé!...

Giá cà phê thế giới tháng 8/2011
Đơn vị: US cents per pound (lb)

	ICO composite indicator	Colombian Milds		Other Milds		Brazilian Naturals		Robustas	
		Thị trường		Thị trường		Thị trường		Thị trường	
		USA	Europe	USA	Europe	USA	Europe	USA	Europe
01-8	200.06	275.25	272.01	256.63	255.08	233.25	234.31	109.92	104.67
02-8	201.76	276.25	274.06	258.63	256.82	236.25	236.38	110.92	105.80
03-8	200.44	274.00	272.59	257.63	255.59	236.00	234.84	109.67	104.43
04-8	195.85	267.75	266.69	251.38	249.99	231.75	229.07	107.42	101.93
05-8	196.98	270.00	267.62	253.63	251.09	234.00	229.97	110.17	102.14
08-8	195.96	271.00	264.88	254.13	247.67	234.00	227.23	111.83	102.41
09-8	197.03	271.50	265.60	254.13	247.99	234.50	228.03	113.83	104.56
10-8	197.78	272.25	265.93	253.88	248.78	234.25	229.78	115.33	105.02
11-8	202.41	276.00	270.95	259.63	253.65	240.00	234.71	118.33	109.04
12-8	203.01	274.75	270.52	259.38	253.60	239.75	234.35	120.83	111.47
15-8	206.85	280.50	274.89	264.88	258.02	245.50	238.66	123.08	113.41
16-8	210.91	286.00	281.06	270.38	263.65	251.00	244.96	123.25	113.99
17-8	218.74	294.75	291.31	282.13	274.55	262.75	255.89	124.33	116.05
18-8	218.39	298.50	291.76	283.88	275.63	264.50	256.21	121.83	112.70
19-8	219.81	298.75	294.61	285.38	277.83	265.75	259.22	122.25	112.54
22-8	220.19	299.25	295.34	283.88	277.83	263.25	259.31	124.25	114.27
23-8	223.05	301.50	299.07	287.13	281.09	264.50	262.97	126.08	116.68
24-8	224.34	301.75	301.79	288.50	283.20	264.75	265.65	124.75	117.06
25-8	224.81	303.50	303.12	290.25	284.73	264.50	266.95	124.25	115.87
Trung bình									
Cao	224.81	303.50	303.12	290.25	284.73	265.75	266.95	126.08	117.06
Thấp	195.85	267.75	264.88	251.38	247.67	231.75	227.23	107.42	101.93

Nguồn: ICO

**Ước tính sản lượng xuất khẩu cà phê của các nước xuất khẩu
cà phê chính (Tháng 1-6 năm 2011)**
Đơn vị: bao 60 kg

		1/2011	2/2011	3/2011	4/2011	5/2011	6/2011
TOTAL		8,833,931	8,607,312	10,619,185	9,827,873	9,192,720	8,757,503
Colombian Milds		983,616	730,946	1,065,556	701,757	691,878	672,804
Other Milds		2,171,601	2,489,622	2,708,478	2,434,271	2,657,553	2,413,782
Brazilian Naturals		2,790,507	2,741,258	2,518,916	2,480,047	2,407,657	2,358,443
Robustas		2,888,207	2,645,486	4,326,235	4,211,798	3,435,631	3,312,475
Bolivia	A	4,300	3,500	1,900	2,000	2,000	3,000
Brazil	A/R	2,794,758	2,717,895	2,729,479	2,743,768	2,637,467	2,653,487
Burundi	A	25,000	22,000	20,000	18,000	20,000	22,000
Cameroon	R/A	29,266	39,433	100,450	92,831	70,033	65,000
Central African Republic	R	9,473	13,426	26,262	20,081	5,348	2,619
Colombia	A	847,817	650,852	923,671	580,086	592,673	575,894
Congo, Dem. Rep. of	R/A	10,882	11,522	14,381	7,690	15,080	14,000
Costa Rica	A	110,827	158,995	194,710	141,354	137,586	125,768
Côte d'Ivoire	R	96,453	38,867	15,526	6,773	79,903	112,750
Cuba	A	1,200	900	2,900	1,195	302	0
Dominican Republic	A	5,850	6,273	11,883	9,257	7,253	9,140
Ecuador	A/R	101,167	121,780	87,008	102,007	97,256	117,335
El Salvador	A	279,908	311,069	276,142	225,536	211,967	130,379
Ethiopia							
Ghana	R	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Guatemala	A	265,468	373,804	463,819	440,018	465,546	435,982
Guinea	R	40,000	45,000	50,000	40,000	36,000	35,000
Haiti	A	250	250	250	250	250	250
Honduras	A	540,314	598,179	560,744	559,395	552,750	396,110
India	A/R	348,712	544,626	837,187	669,397	669,045	670,031
Indonesia	R/A	345,000	340,000	560,000	420,000	440,000	350,000
Jamaica	A	323	157	1,294	2,280	2,302	2,000
Kenya	A	47,767	27,602	66,894	70,539	73,840	60,000
Madagascar	R	7,191	8,738	7,553	4,000	4,000	5,000
Malawi	A	2,258	1,870	785	500	1,000	1,000
Mexico	A	158,445	232,465	331,311	313,518	380,152	294,465
Nicaragua	A	228,379	179,986	216,270	199,217	207,253	115,119
Panama	A	4,000	5,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Papua New Guinea	A/R	43,149	38,753	35,259	43,307	91,075	134,799
Peru	A	125,064	71,339	74,746	50,000	150,000	300,000
Philippines	R	2,987	42	3,447	520	64	100
Rwanda	A	32,000	30,000	28,000	20,000	20,000	20,000
Tanzania	A/R	154,657	66,884	123,285	94,987	29,935	44,267
Thailand	R	43,100	42,900	40,400	23,900	22,600	18,000
Timor-Leste	A	4,000	3,000	3,000	2,500	2,000	2,000
Togo	R	4,549	15,015	23,686	19,174	14,119	12,000
Uganda	R/A	215,180	193,965	223,099	175,860	253,290	370,924
Vietnam	R	1,700,000	1,400,000	2,300,000	2,400,000	1,575,000	1,300,000
Yemen	A	1,500	500	1,000	1,000	1,000	1,000

Nguồn: ICO

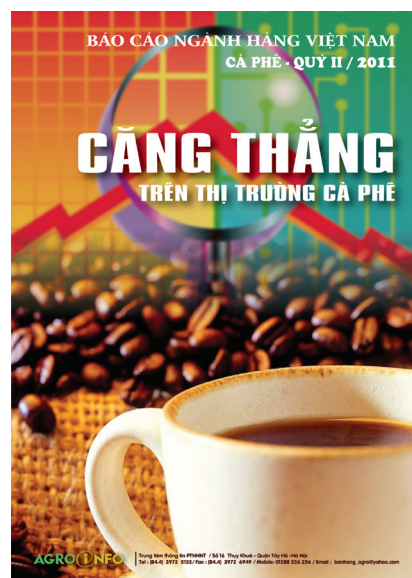
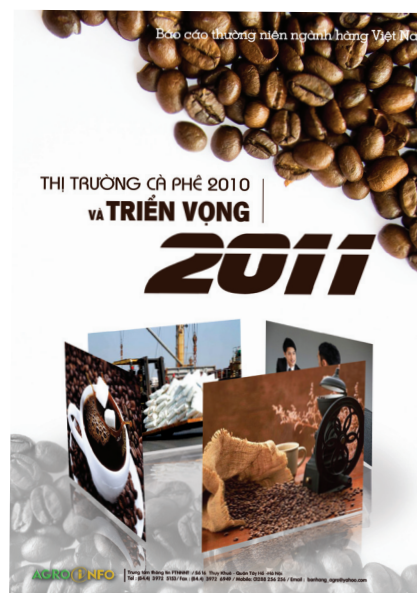
**Ước tính sản lượng cà phê nhập khẩu của các nước nhập khẩu chính
Tháng 10/2010-5/2011**
Đơn vị: bao 60 kg

	12/2010	1/2011	2/2011	3/2011	4/2011	5/2011
TOTAL	8,254,222	9,228,622	8,347,612	9,623,490	8,813,796	
European Union	5,223,679	6,037,715	5,361,600	6,056,402	5,420,572	
Austria	117,750	92,499	106,124	136,160	148,011	
Belgium	394,372	520,567	458,850	547,249	462,985	
Bulgaria	33,659	39,042	33,974	49,319	41,114	
Cyprus	3,814	5,540	6,752	7,637	5,000	
Czech Republic	58,859	77,265	69,668	79,576	85,358	70,513
Denmark	87,372	93,205	80,796	91,198	83,422	23,806
Estonia	15,175	27,120	9,868	11,023	17,926	5,658
Finland	78,005	120,907	67,068	91,946	106,933	
France	598,575	585,041	593,772	595,585	550,261	640,725
Germany	1,594,387	1,880,485	1,734,477	1,909,946	1,726,794	1,794,028
Greece	103,390	89,498	74,740	114,031	65,000	
Hungary	53,114	39,574	44,003	50,033	48,000	
Ireland	12,247	14,018	17,373	17,630	15,104	
Italy	545,833	794,356	685,344	717,451	620,000	
Latvia	10,547	10,238	11,061	16,413	12,811	10,043
Lithuania	42,906	26,076	31,289	21,999	21,687	24,396
Luxembourg	26,719	29,803	30,084	31,378	29,617	24,919
Malta	851	669	2,071	1,357	1,053	
Netherlands	250,105	164,400	179,500	212,900	185,000	
Poland	209,816	274,918	73,089	116,033	118,111	
Portugal	91,215	70,985	68,809	89,866	80,784	103,937
Romania	39,017	71,108	57,973	71,052	77,829	
Slovakia	56,604	42,545	58,658	59,335	59,283	
Slovenia	22,476	17,316	14,484	21,035	13,931	
Spain	353,624	402,288	405,508	466,801	396,019	
Sweden	119,170	154,850	128,917	158,061	129,123	
United Kingdom	304,077	393,401	317,348	371,387	319,418	
Japan	549,892	646,484	652,891	670,733	737,800	
Norway	66,118	98,705	73,251	81,616	74,893	82,457
Switzerland	189,658	206,783	191,214	245,192	220,000	
Tunisia	25,966	18,629	8,458	21,381	15,000	
Turkey	52,114	65,400	56,200	53,100	62,200	
USA	2,146,795	2,154,906	2,003,998	2,495,066	2,283,331	2,226,657

Nguồn: ICO

Báo cáo ngành hàng cà phê Việt Nam

Cập nhật - Tổng hợp - Chuyên sâu



Báo cáo thường niên ngành hàng cà phê ☞

Báo cáo 6 tháng đầu năm ☞

Báo cáo Quý ☞

Để biết thêm thông tin chi tiết xin vui lòng
truy cập Website:
[http:// www.agro.gov.vn](http://www.agro.gov.vn)

www.agro.gov.vn



AGROINFO

Kết nối nghiên cứu với thực tiễn !

TIN TỨC

- Cập nhật
- Tổng hợp
- Chuyên sâu

DỮ LIỆU

- Điều tra cơ bản
- Số liệu thị trường
- Báo cáo nghiên cứu

NGHIÊN CỨU

- Hội nhập quốc tế
- Thị trường ngành hàng
- Hành vi tiêu dùng

XUẤT BẢN

- In ấn và điện tử
- Theo tháng, quý và năm
- Tiếng Việt và tiếng Anh

Ấn phẩm được tài trợ bởi
Cơ quan hợp tác phát triển Quốc tế Tây Ban Nha

