

Robusta... Loại Cà phê đặc sản đang lên?

Bài phát biểu của ông Pierre E. Leblache, thành viên sáng lập của Liên minh Cà phê Robusta Gourmet Thế giới, Cúp Trà & Cà phê Thế giới, Singapore, ngày 10/10/2004.

Thưa quý bà, quý ông,

Hai năm đã qua nhưng dường như mới ngày hôm qua, tại Cúp Trà & Cà phê Thế giới 2002 diễn ra tại Kuala Lumpur, chúng ta đã có cuộc trao đổi về cà phê Robusta và những diễn biến xung quanh nó: Vào lúc ấy, giá cả của tất cả các loại cà phê xuống rất thấp, khoảng 58 cent đối với cà phê arabica, thấp hơn một nửa so với giá của robusta. Người ta đã hy vọng rất nhiều rằng mọi việc rồi sẽ tốt đẹp hơn, rằng chúng ta đang ở điểm thấp của một chu kỳ, và rằng hàng triệu người trồng cà phê trên toàn thế giới sẽ lại sớm có một cuộc sống sung túc. Quan điểm của chúng ta lúc đó là giá cà phê sẽ thật sự cải thiện đối với các loại arabica, và quả thực là thế: Giá các loại cà phê này hiện trên 80 cent cho một pound, tăng 40% trong vòng 2 năm, và quan trọng hơn mức giá này cao hơn nhiều so với chi phí sản xuất nhiều loại sản phẩm khác. Không may thay, giá của các loại cà phê robusta vẫn chẳng có gì thay đổi và phải 3 pound robusta mới mua nổi 1 pound arabica.

Lý do thì nhiều người cũng đã biết và cũng chẳng có mấy thay đổi: Sản xuất thừa, quy trình sấy khô đại trà mà làm ảnh hưởng đến chất lượng, việc sử dụng các loại cà phê không tên tuổi làm cà phê hoà tan hay pha trộn với loại kém chất lượng, thiếu đầu tư cho quảng bá, hoàn toàn thiếu hẳn thương hiệu, tất cả đã tạo nên một hình ảnh thảm hại, hay tệ hơn, là chẳng có hình ảnh gì.

Đối với hầu hết đa số các loại cà phê robusta, triển vọng dường như rất âm ảm, vì rất hiếm có lý do nào trong các lý do trên sẽ mất đi trong mười năm tới. Ngược lại, việc sản xuất thừa cà phê robusta sẽ tiếp tục tăng lên. Cứ mỗi một nơi giảm sản lượng hay ngưng sản xuất thì hai hay ba nơi lại nổi lên như những nhà sản xuất lớn hơn. Chỉ trong khu vực châu Á, 5 nước: Lào, Campuchia, Butan, Nepal, và Myanmar đột nhiên trở thành những nhà sản xuất cà phê robusta quan trọng, y hệt như cái cách đã từng diễn ra trước đây trong những năm 1990 đối với Việt Nam.

Trong vòng 15 năm qua, đã có 3 lần vào các năm 1989, 1992, và sau đó 2001, khi mà tình trạng tồi tệ về giá cả xảy ra không chỉ đối với các loại cà phê robusta, mà còn đối với các loại arabica. Có lẽ cũng có một điều tốt bên cạnh tất cả những điều tồi tệ, là năm 1989 đánh dấu một cú sốc mở đầu việc tạo ra những loại cà phê đặc sản, khi mà các nhà sản xuất có đầu óc sáng tạo và thực tế nhận ra rằng cách duy nhất để bù đắp lại mức giá thấp không ổn định là tạo ra khoảng lợi nhuận thông qua chất lượng, thương hiệu, và sự trung thành của người tiêu dùng. Thành thật mà nói, người tiêu dùng Mỹ đã giúp họ rất nhiều, vì ngày càng có nhiều người chống lại ý tưởng uống loại nước nóng màu đen thay vì thật sự thưởng thức hương vị cà phê. Đó là lúc nhiều quán cà phê có thể làm được 200 tách cà phê từ một pound cà phê thay vì thông thường 50 tách, và kết quả là: Loại nước nóng màu đen thật sự không đen đui như thế...

Từ lúc đó, con số những người tiêu dùng cà phê loại trên tăng lên vài chục triệu, thị trường cà phê Gourmet bùng nổ, đứng trên góc độ nhà xuất khẩu, trên 20 nhà cung cấp tham gia vào thị trường này, một vài trong số đó tham gia chỉ với vài trăm gói, một số với trên một triệu, và với hơn 150 loại và nhãn hiệu khác nhau kiểm soát phần lợi nhuận tăng thêm 100% hay hơn thế nữa so với các loại cà phê thông thường khác. Ở góc độ người tiêu dùng, con số các nhãn hiệu có đến hàng trăm.

Cho đến năm 2000, loại cà phê tham gia vào thị trường cà phê cao cấp này chỉ có độc nhất các loại arabica, không có lấy một loại robusta nào thậm chí có ý định khẳng định mình như là loại cà phê cao cấp xứng đáng được thừa nhận và chiếm vị trí riêng biệt. Đối với một người bắt đầu, rất hiếm loại robusta nào được chế biến như những loại cà phê được làm sạch. Bề ngoài của nó vì vậy cũng kém hấp dẫn, một trở ngại lớn để được xem là có giá trị. Cũng có một vài nước đã sản xuất cà phê robusta, như là Ấn Độ hay Uganda, nhưng vì họ cũng là những nhà xuất khẩu cà phê arabica, họ xem loại robusta như đứa con nuôi và việc nâng cấp chúng lên vì thế thường không là một ưu tiên. Sau đó Elk Hill Estate ở nam Ấn Độ đã tạo ra Raigode, một loại cà phê được làm sạch màu xanh dương pha xanh lá cây với hạt tròn và không có khuyết điểm, và trở thành nhà sản xuất robusta Gourmet hàng đầu. Raigode được giới thiệu ra thị trường như là một loại cà phê đặc sản, giữa lúc người tiêu dùng còn hoài nghi và sự lưỡng lự có thể hiểu được của giới nhập khẩu về việc phải trả thêm bất kỳ khoản nào so với mức Kaapi Royal được lấy làm chuẩn. Tuy nhiên, nó đã thành công và nhanh chóng kiểm soát giá cả gần bằng với các loại cà phê arabica của Ấn Độ. Thị phần tuy còn rất nhỏ nhưng hành động này đã gây được sự chú ý thích đáng, và được một số nhà sản xuất khác của Ấn Độ học theo. Số lượng còn rất ít, nhưng điều đó không gặp khó khăn gì trong việc mua bán trên thị trường cà phê Gourmet: Những người tiêu dùng cao cấp mong muốn hàng độc, không phải là loại hàng có mặt tràn ngập trên thị trường, và những loại chỉ bao gồm vài trăm, hay thậm chí chỉ vài chục gói có thể tiếp cận mức giá cao nhất một cách thành công như đối với trường hợp thị trường Ý hay Mỹ.

Trong hai năm qua, Ecuador, Madagascar và Brazil đã sử dụng những sáng kiến tương tự để tạo và đưa ra thị trường các loại robusta được làm sạch chất lượng cao như là những loại cà phê cao cấp, trong khi Uganda, Cameroon và thậm chí Guatemala cũng đang dự định làm như thế. Tại Mexico, các loại cà phê robusta chiếm khoảng 8 đến 10% tổng sản lượng, và việc xuất khẩu, cho đến gần đây là hoàn toàn bị cấm. Tại Guatemala, robusta chiếm dưới 1% tổng sản lượng và sự hiện diện của nó hầu như thậm chí không được biết đến. Nhưng những nước này có một bí quyết truyền thống và việc làm sạch tốt và số lượng với họ không phải là vấn đề: Chỉ với 2000 gói cà phê robusta Guatemala được làm sạch tốt và đưa vào thị trường cà phê đặc sản thay vì làm cà phê hoà tan hay tiêu dùng nội địa, nó sẽ đem lại khoản phụ thu trên 60000 đô la Mỹ cho người bán và một khoản lời lớn cho người sản xuất.

Bây giờ, quý vị có thể hỏi, tại sao thị trường cà phê đặc sản cần robusta khi mà có rất nhiều loại arabica được xem như là cà phê Gourmet? Câu trả lời rất đơn giản: Sự đa dạng, và thực tế là một loại cà phê robusta tốt được chế biến kỹ lưỡng sẽ luôn luôn ngon hơn so với một loại arabica hạng xoàng không được chuẩn bị kỹ càng: cách đây 15 năm, thị trường cà phê đặc sản luôn chọn những loại cà phê tốt nhất, được chọn lựa và chế biến

kỹ càng. Khi thị trường mở rộng ra, thu hút nhiều loại hạt hơn, và nhiều loại cà phê mà chỉ cần qua được phần kiểm tra và bán không giảm giá là đã được xem như là cà phê “Gourmet”, miễn là nó được ghép từ thần kỳ “Arabica”. Có một lần tôi nhìn thấy một hộp cà phê ghi “Cà phê Arabica Gourmet Hoà tan Tuyệt hảo...” Không có ý kiến, ngoại trừ thêm vào, “Tuyệt hảo” là ngôn từ bóng bẩy thay cho “Giả mạo” hay “Nhân tạo”. Đó là một sự lố bịch: Không phải người mê cà phê nào cũng thích vị chua và không có gì sai hay kém cỏi đối với một loại cà phê robusta được làm sạch, chuẩn bị kỹ lưỡng, không có khuyết điểm, mà cuối cùng là nguồn nguyên liệu cho món cà phê espresso Italia. Vấn đề duy nhất là, trong mười năm qua, có rất ít loại này...

Một lý do khác khiến các loại cà phê robusta chất lượng có thể tham gia được vào thị trường cà phê đặc sản là vì tính cạnh tranh giá cả của nó. Khi mà số lượng người tiêu dùng tăng lên, họ không những tìm kiếm sự phong phú trong hương vị, hình dáng hay mùi thơm, mà còn đối với giá cả. Bởi sự khác biệt rất lớn giữa hai chủng loại này, cà phê robusta Gourmet có thể được bán ở một mức thấp hơn nhiều so với những người anh em của nó và vì vậy góp phần vào sự nhận thức và nhu cầu của người tiêu dùng.

Năm 2002, chúng ta nhận ra rằng trong khi có hàng tá các cơ quan, hiệp hội, tổ chức và diễn đàn dành cho cà phê, nhưng không có lấy một tổ chức dành riêng cho cà phê robusta, một nơi mà tất cả các thành viên của việc sản xuất và tiêu thụ robusta có thể trao đổi ý kiến, thảo luận việc sử dụng, tăng cường chất lượng và thúc đẩy việc tăng giá. Điều này khiến chúng ta quyết định lập ra Liên minh cà phê Robusta Gourmet Thế giới, một nhóm được lập ra để cải thiện số phận của dòng cà phê robusta mà chúng ta có thể cứu được và xứng đáng một tương lai tốt đẹp hơn. Cụ thể hơn, mục tiêu của chúng ta đã và sẽ tiếp tục là những điểm sau:

- Tạo ra, và thông qua thị trường Gourmet, sự nhận thức về việc tồn tại của một chủng loại cà phê đặc sản mặc dù khác nhưng chất lượng và tính chất tương đương, và tích cực thúc đẩy những loại cà phê robusta Gourmet mà đã hiện diện trên thị trường này.
- Quảng bá đến tất cả những người liên quan đến chu trình sản xuất cà phê đặc sản những lợi ích của việc sản xuất và bán những loại mới mà có thể tạo ra khoản lợi nhuận tăng thêm ở các công đoạn khác nhau, trong khi vẫn có thể duy trì lợi thế giá cả cạnh tranh.
- Phát triển nhiều loại cà phê ở các nước mà có thể sản xuất, nâng cấp các loại robusta được làm sạch nhất lên tiêu chuẩn Gourmet, và tăng tỷ trọng loại được chế biến làm sạch tại những nơi có thể.
- Xây dựng nhanh đến mức có thể nhiều loại robusta đặc sản với mức sản lượng có thể và quảng bá chúng tại các sự kiện của cà phê Gourmet.
- Cho đến trước 2006, có thể tổ chức một sự kiện chủ yếu nhằm tôn vinh các loại cà phê robusta Gourmet.

- Tìm ra những nơi có thể sản xuất được các loại cà phê robusta đặc sản được làm sạch.
- Tạo điều kiện cho việc phát triển những chương trình cải thiện cà phê robusta thông qua việc tư vấn các công đoạn từ sản xuất, chế biến cho đến tiếp cận thị trường, và quảng bá những nguồn lực tư vấn có sẵn đến các chính phủ, cơ quan, tổ chức phi chính phủ, và các công ty tư nhân.
- Tạo những mối liên lạc cho người mua và người bán để nhanh chóng tìm ra những nguồn cung cấp và các đại lý tiêu thụ và đẩy nhanh sự hiện diện đầy ý nghĩa của các loại cà phê robusta trên thị trường cà phê đặc sản.

Tôi rất vui được thông báo rằng chúng ta đang trên đường đạt được rất nhiều trong số những mục tiêu trên, và rằng trong một số trường hợp các nước khác cũng đang nắm bắt cơ hội và theo đuổi mục tiêu chung: Tôi xin đưa một ví dụ, sự kiện đầu tiên dành riêng cho các loại cà phê robusta sẽ diễn ra chỉ trong vài tuần tới và được tổ chức ở Brazil in Vitória, thủ đô của vùng sản xuất cà phê robusta. Tôi biết rằng một số trong số các quý vị ở đây dự định sẽ tham gia, và tôi hoan nghênh các quý vị vì điều đó.

Có những tin vui khác, như là việc Việt Nam, nước xuất khẩu cà phê robusta hàng đầu của thế giới dự định sẽ tham gia thị trường cà phê Gourmet và đang tìm kiếm cách tạo ra những thương hiệu và chủng loại riêng biệt. Tin vui đến từ một nhà sản xuất lớn, điều đó có nghĩa là chỉ cần nâng cấp 2 hay 3% sản lượng lên tiêu chuẩn Gourmet, thị phần của Việt Nam trên thị trường cà phê Gourmet có thể nhanh chóng bằng với El Salvador... Quả là một sự khởi động...

Châu Á có 3 trong số 6 nước xuất khẩu cà phê robusta lớn nhất và chiếm đến hai phần ba sản lượng thế giới. Hơn bất kỳ khu vực nào khác, nó sẽ được rất nhiều và mất cũng rất nhiều không chỉ với vấn đề giá cả mà còn với hình ảnh của cà phê robusta. Ấn Độ có một tiềm năng to lớn để tận dụng những nỗ lực tiên phong của mình, và các nước khác như tôi đề cập trước đó: Lào, Campuchia, Butan, Nepal và Myanmar sẽ chỉ có thể cạnh tranh và có được một chỗ đứng trên thị trường nếu một phần sản lượng của họ được chú ý. Khi mà thế giới ngày càng thưởng thức cà phê Gourmet nhiều hơn, cà phê robusta góp phần tạo nên một tiềm năng chưa được khai thác lớn nhất vì tính đa dạng của chúng.

Trên khắp thế giới, bức tranh cà phê đang thay đổi và chúng ta có thể nhìn nhận điều đó với một niềm lạc quan thận trọng: Quyết định của Mỹ tái ra nhập ICO là một tín hiệu khả quan, nhưng những nhà lập pháp Mỹ đã nói rõ rằng họ vẫn tiếp tục ý định về một thị trường tự do và rằng những quy định giá cả sẽ không thay đổi. Hơn lúc nào hết, tương lai các loại cà phê robusta nằm trong tay họ, và đối với mọi người, tham gia vào việc buôn bán cà phê robusta là sự lựa chọn duy nhất góp phần vào sự phát triển. Người Pháp có câu châm ngôn “Aide toi, le Ciel t’aidera”, có nghĩa là “Hãy tự cứu lấy mình trước khi Trời cứu”. Đây có lẽ là lúc chúng ta nên bắt đầu điều đó.

Chúng tôi rất vui được thảo luận với tất cả các quý vị tại buổi triển lãm này, và xin chân thành cảm ơn quý vị đã chú ý lắng nghe.