



Izbrani geografski vidiki kavne industrije s poudarkom na Sloveniji

IZVLEČEK

Prispevek obravnava razširjenost pridelave kave po celinah in s pomočjo analize izbranih ekonomskih kazalnikov podaja vpogled v obseg trgovanja s to dobrino po svetu ter v državah Evropske unije. V drugem delu prispevka se s pomočjo izkušenj in mnenj, pridobljenih z intervjuji z izbranimi deležniki, ki delujejo v kavni industriji, osredotoča na glavne značilnosti in stanje na slovenskem kavnem trgu, osvetljuje pa tudi nekatere socialne posledice pridelave kave in trgovanja z njo.

Ključne besede: kava, kavna industrija, kavni trg, Slovenija, ekonomska geografija.

ABSTRACT

Selected geographical aspects of coffee industry with an emphasis on Slovenia
The article deals with the distribution of coffee production by continents and by analysing selected economic indicators presents the extent of its trade in the world and in the countries of the European Union. The main characteristics of the Slovenian coffee market are revealed in the second part of the article, where the authors synthesize experiences and opinions of the selected coffee stakeholders in Slovenia, with a special focus on the social consequences of coffee production and trade.

Key words: coffee, coffee industry, coffee market, Slovenia, economic geography.

Kultiviranje kavnega drevesa, pridelovanje kavnih česenj in uživanje kavnega napitka imajo bogato in dolgoletno tradicijo. Kava se je v zadnjih petih stoletjih kljub številnim poskusom prepovedi, ukinitve ali uveljavljanju posebnih zakonov zoper njo uspela razširiti v vse države sveta in vse družbene sloje. Njenega širjenja ni uspela preprečiti nobena politična, geografska, verska ali kulturna ovira (Jezernik 2012). Znanje o kavi je danes na najvišji ravni v zgodovini, od kavnega pridelka pa je odvisno življenje več kot 125 milijonov ljudi na našem planetu (Hoffmann 2018).

Ob razpravljanju o pomembnosti kave kot tržnega blaga lahko v literaturi in spletnih virih naletimo na trditev, da je kava takoj za nafto drugo najbolj prodajano blago na svetu. Gre za zmotno prepričanje, ki ga lahko s preučitvijo statističnih podatkov o obsegu trgovanja ovzremo, saj moramo upoštevati razliko med blagom (*commodity*) in proizvodom (*product*). Pri prvem gre za surov proizvod oziroma surovino, ki v kavni industriji opisuje tako surova (zelena) kot pražena kavna zrna, medtem ko za produkt velja pripravljen kavni napitek, ki ga kupimo v trgovini. Tako kavna zrna kot surovina in kava kot končni proizvod vsekakor nista na drugem mestu (Newton 2017). Po podatkih študije *Observatory of Economic Complexity* raziskovalnega inštituta Massachusetts Institute of Technology iz leta 2018 je kava na 121. mestu lestvice proizvodov, s katerimi se največ trguje (OEC 2020a). V primeru ločenih kategorij zelene kave in pražene kave je slednja šele na 298. mestu (OEC 2020b), medtem ko je zelena kava na 146. mestu (OEC 2020c). Kljub navedenim dejstvom pa pridelava kave velja za pomembno gospodarsko panogo, v katero se stekajo velike količine denarja. Kavna industrija je bila z vidika izvoza v letu 2018 vredna 30,9 milijarde dolarjev (OEC 2020a) in njeni proizvodi so bili v številnih državah ključno izvozno blago.

Avtorja besedila:

JAKOB ERCEGOVIČ, magister geografije
Novljanska cesta 17, 4205 Preddvor
E-pošta: jakc.ercegovic@gmail.com

MIHA KODERMAN, doktor
geografskih znanosti, izredni
profesor, Fakulteta za humanistične
študije Univerze na Primorskem
Titov trg 5, 6000 Koper
E-pošta: miha.koderman@fhs.upr.si

Avtor naslovne fotografije:

MIHA KODERMAN

COBISS 1.02 pregledni znanstveni članek

Ob tem lahko izpostavimo tudi pomembno dejstvo, da znaten del pridelovalcev kave živi na odročnih območjih (višje ležeča, od urbanih središč oddaljena in težko dostopna območja), v težkih življenjskih razmerah in s slabimi možnostmi izobraževanja. Aktualne problematike kavne industrije, kot so prenizke cene pridelka in vplivi podnebnih sprememb, ki hkrati predstavljajo izzive za prihodnost, v največji meri prizadenejo prav pridelovalce, za katere je gojenje kavnih dreves pogosto pomembno poslanstvo, na katerega so izrazito ponosni. V današnjem globaliziranem svetu in ideologiji prostega trga so pridelovalci večinoma izključeni iz velikega bogastva, ki je ustvarjeno, ko pridelalec vstopi v globalni sistem trgovanja. Socialno problematiko pridelovalcev, ki jo v tej milijardni industriji spodbujajo nedostojni finančni dohodki, lahko nazorno orišemo z dejstvom, da je pridelovalec pogosto plačan slabše kot pred tridesetimi leti; ob skodelici kave, ki se prodaja za 2,5 ameriškega dolarja, natakark prejme 25 centov napitnine, medtem ko pridelovalec z največjo mero odgovornosti in tveganja od te iste skodelice kave prejme vsega 4 cente (Boydell 2018).

Zgodovinsko gledano je Slovenija na križišču dveh priljubljenih kavnih kultur, turškega in italijanskega espresso načina priprave kave, sodeč po statističnih podatkih pa sta v zadnjih letih tako prodaja kot tudi potrošnja kave v vzponu.

Metode

V prvem delu prispevka smo s pomočjo statističnih podatkov, ki jih zbirajo Evropski statistični urad – Eurostat, Mednarodna organizacija za kavo (*International Coffee Organization*) in Statistični urad Republike Slovenije, analizirali izbrane kazalnike, ki prikazujejo obseg pridelave kave in trgovanja z njo v zadnjem desetletju.

Nadalje smo s pomočjo strukturirane intervjuja zbrali mnenja osmih deležnikov, ki poznajo razvoj in značilnosti kavnega trga in kulture pitja kave v Sloveniji. Intervjuji so bili opravljeni med septembrom in novembrom 2019. Sogovorniki so bili pražarji kave, posamezniki z znanjem na področju ekonomije in trgovanja s kavo, vodje izbranih kavarn ali baristi, ki se s kavo profesionalno ukvarjajo, ter vodje ali uslužbenci kavnih podjetij, ki dobavljajo kavo gostinskim obratom po Sloveniji. V nadaljevanju podajamo kratko predstavitev posameznih sogovornikov.

Intervju smo opravili z dvema baristoma. Prvi je lastnik gostinskega obrata *Kana bar* v Ljubljani, ki je del kavne industrije že 32 let, poleg tega pa je v preteklosti predajal znanje s področja dela barista oziroma strokovnjaka na področju priprave kavnih napitkov, drugi pa pražar pri podjetju *Hi*

Ko Fi d. o. o., ki se že 20 let ukvarja s praženjem in distribucijo kave, v okviru podjetja pa obratuje tudi kavarna v Mariboru, ki jo uporabljajo kot razstavni prostor lastnih izdelkov in ostale ponudbe. Intervjuvali smo tudi kavnega strokovnjaka, ki je med raziskovanjem kulture pitja kave in same surovine s pomočjo dveh sodelavcev leta 2014 ustanovil zadrugo z imenom *Buna*. Ta ima v prvi vrsti izobraževalni namen in med drugim spodbuja ozaveščanje o poreklu določene surovine in njenem spoštovanju, konceptu pravične trgovine, večji transparentnosti ponudnikov, spodbujanju majhnih pridelovalcev in številnih drugih vidikov, predvsem trajnostnega in pravičnega trgovanja ter dojemanja surovine. Omenjeni sogovornik je tudi vodja ene izmed redkih združenih kavarn z imenom *Cafe Čokl*, v kateri skuša potrošnike prek kave ozaveščati in izobraževati o številnih dejavnikih in korakih, potrebnih za skodelico kavnega napitka, hkrati pa deluje kot pražar in trgovec s kavnimi zrni, ki prihajajo izključno iz sistema pravične trgovine. Nadalje je bil intervju opravljen s podjetnikom, ki živi in dela v Braziliji ter deluje kot povezovalni člen med brazilskimi pridelovalci kave in pražarji, hkrati pa opravlja tudi kontrolo kakovosti in klasifikacijo ter dostavo surove kave pražarnam po svetu. Med intervjuvanimi je bil še direktor podjetja *Segafredo Zanetti, d. o. o.*, Slovenija, ki se primarno ukvarja s prodajo in distribucijo kave; na območju Slovenije deluje od leta 2005. Spada pod okrilje italijanskega multinacionalnega podjetja *Massimo Zanetti Beverage Group*, ki velja za eno največjih svetovnih

podjetij na področju kavne industrije. Naš sogovornik je bil tudi idejni vodja gibanja *Eksperiment; no Art=no Fun*, ki je bilo osnovano v Kranju leta 2012 in si prizadeva gostu približati kulturo pitja kave in kavne recepture. V sklopu tega gibanja potekajo delavnice za izobraževanje, soustvarjanje novih trendov ter pomoč pri vzpostavitvi sistema in organizacije v delovnem okolju. Med intervjuvanimi je bil še kavni strokovnjak in predstavnik podjetja *Stow Coffee Roasters*, ki obratuje od leta 2015 in ima lastno mikropražarno v Kamniku, specializirano kavarno v središču Ljubljane in kavno akademijo, kjer omenjeni intervjuvanec deluje kot certificiran kavni trener pod okriljem organizacije *Specialty Coffee Association*. Edina sogovornica je bila poslovodkinja podjetja *Tittrade - trgovina in storitve, d. o. o.*, iz Izole, ki se s trgovanjem s surovo kavo in čajem ukvarja že 25 let, poleg tega pa deluje kot posrednica med pridelovalci in pražarji in ima dolgoletne izkušnje s področja trgovanja, analize kavnih vzorcev in priprave mešanic za različne kupce.

Geografska razširjenost pridelave kave

Po Koppenovi podnebni klasifikaciji so razne vrste kavovca najbolj razširjene v tropskih vlažnih (Af), monsunskih (Am) in savanskih (Aw) podnebjih v pasu med približno 25° severno in južno od ekvatorja, kjer povprečne mesečne temperature ne padejo pod 18 °C (Strahler 2010). Gre za splošno znano opredelitev razširjenosti kavnih vrst, ki pa je marsikod pogojena z nekaterimi makro- in mikropodnebnimi značilnostmi. Makropodnebni

dejavniki niso enotni in morajo biti natančneje določeni glede na vplive nadmorske višine in zemljepisne širine na povprečne temperature območij držav, pridelovalk kavnih zrn. Določimo jih lahko s pomočjo dolgoročno zbranih in analiziranih podatkov meteoroloških postaj v neposredni bližini kavnih nasadov. Najbolj reprezentativni podatki so količina padavin, maksimalna in minimalna temperatura zraka, relativna zračna vlažnost, jakost in smer vetra ter sončno obsevanje.

Na zniževanje povprečnih temperatur ima znaten vpliv nadmorska višina (0,6 °C/100 m), prav tako kot se ocenjena temperatura z vsako stopinjo zemljepisne širine oddaljenosti od ekvatorja zniža za približno 0,5 °C. Kot primer je lahko primerjava gojenja sort arabike v Keniji in Braziliji. V slednji so glavne kavne regije med 15 in 25° južne zemljepisne širine, na nadmorski višini večinoma od 600 do 1200 m, saj se v višjih legah že pojavlja zmrzal. V Keniji so glavne razlike njena ekvatorialna lega in ugo-

odnejsje temperaturne razmere, ki omogočajo gojenje kavnih dreves tudi na nadmorski višini med 1200 in 2200 m. Podobno velja tudi za gojenje sort robuste, ki ob ekvatorju lahko uspeva tako v neposredni bližini morja kot na nadmorski višini od 1000 do 1200 m, medtem ko je na otoku Nova Kaledonija, ki je na 20–25° južne zemljepisne širine, omejeno zgolj na nekaj metrov nad gladino morja (Wintgens in Descroix 2004).

Topografske značilnosti obenem spreminjajo makropodnebne razmere in na razmeroma majhnih območjih oblikujejo številne mikropodnebne lege (Wintgens in Descroix 2004) oziroma podnebja manjših območij ali krajev (Kladnik, Lovrenčak in Orožen Adamič 2005). To lahko podkrepimo z naslednjimi primeri: v subtropskih regijah severne poloble imajo proti jugu nagnjena pobočja v povprečju od 2 do 4 °C višje temperature kot pobočja, obrnjena proti severu, kar je lahko pomemben dejavnik pri gojenju kavovca. Na vlažnih območjih kapljice

rose na kavnih drevesih z večjo izpostavljenostjo jutranjemu soncu hitreje izhlapijo, kar zmanjšuje verjetnost razvoja glivičnih bolezni. Prav tako ima lahko topografija izrazito pomemben vpliv na temperature ponoči in pojav zmrzali, saj se hladen zrak po pobočjih steka v doline, kjer se nakopiči, povzroča zmrzovanje tal in s tem negativno vpliva na kavna drevesa. Zato je tovrstne pojave treba upoštevati pri izbiri lege kavnih plantaž (Descroix in Wintgens 2004).

Število držav, kjer pridelujejo kavna zrna in tako prispevajo k svetovnemu kavnemu trgu, se v literaturi razlikuje. Po podatkih organizacije *National Coffee Association* iz ZDA je držav pridelovalk več kot 50 (National Coffee Association USA 2018). Agronom in specialist za tropske skupine rastlin Jean Nicolas Wintgens v članku *The Coffee Plant* iz leta 2004 (Wintgens 2004) posplošeno navaja območja gojenja sort arabike, robuste in liberike po ključu, predstavljenem v preglednici 1.

Preglednica 1: Območja gojenja različnih vrst kavnih dreves (prirejeno po Wintgens 2004, 3).

celina	<i>Coffea Arabica</i>	<i>Coffea Canephora</i>	<i>Coffea Liberica</i>
Srednja in Južna Amerika	visoke planote tropskega pasu, srednje visoka območja Južne Amerike in gorski predeli Karibskih otokov	vlažne in tropske regije severovzhodne Brazilije, Ekvador, Mehika, Gvajana, Trinidad in Tobago itd.	Gvajana in Surinam
Afrika	višje ležeče planote osrednjega dela celine, Madagaskar in zahodna obala	zahodna in osrenjeafriška nižavja in srednje visoka območja vzhodne Afrike	zahodna obala, območje ekvatorialne Afrike, Liberija
Azija in Oceanija	višje ležeča območja celine od Arabskega polotoka do Filipinov, vključujoč Jemen, Indijo, Papuo Novo Gvinejo, Mavricij, Reunion, Novo Kaledonijo, Vietnam in Havaje	nižja in srednje visoka območja Indije, Indonezije, Filipinov, Malezije, Tajske, Kitajske itd.	nižje ležeča območja predvsem Malezije, Indonezije, Filipinov, Vietnama in Tajske

Razširjenost kavnih zrn glede na poreklo delimo v tri glavne skupine: srednje- in južnoameriška, afriška in azijska. Mednarodna organizacija za kavo za leto 2020 na svoji uradni spletni strani navaja 42 držav, članic organizacije, ki pridelajo 97 % svetovnega pridelka kave; predstavljamo jih na slikah 1, 2 in 3 (International Coffee Organization 2021). Pridelava kavnih zrn poteka tudi v nekaterih državah, ki niso članice omenjene organizacije (med drugim tudi v delih avstralskih zveznih držav Queensland in Novi južni Wales), vendar je njihov delež v količini pridelka na svetovni ravni skoraj zanemarljiv (Ercegović 2019).

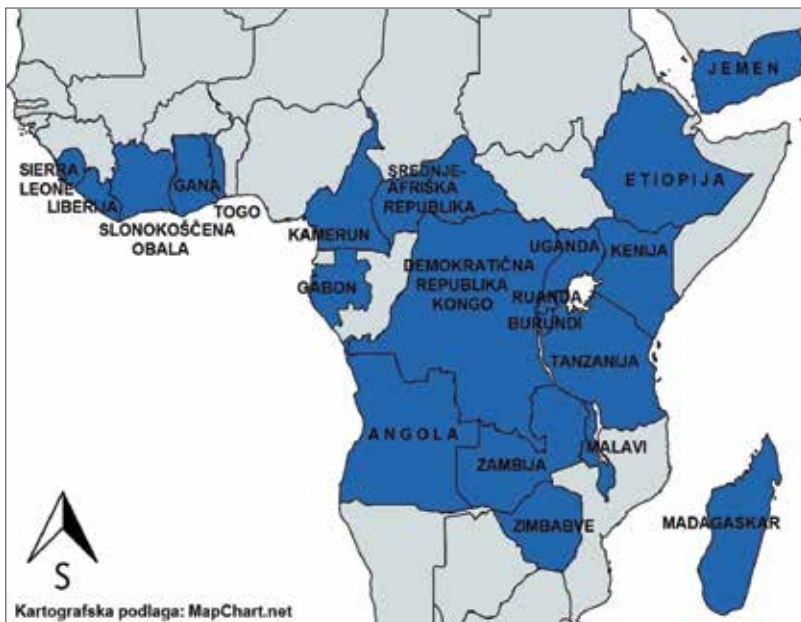
Analiza izbranih ekonomskih kazalnikov držav pridelovalk, izvoznic in uvoznic kave

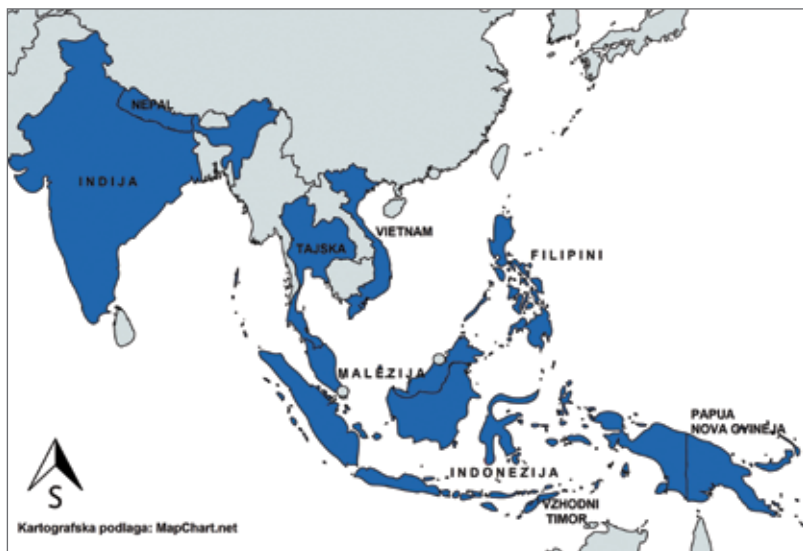
V kavni industriji smo kljub številnim težavam, ki se večinoma nanašajo na pridelovalce, pričra postopnemu razvoju in rasti produktivnosti. Raven znanja o kavovcu, njegovem plodu, procesih in trudu, ki so potrebni za skodelico napitka, se tako pri uvoznikih, pražarjih, baristih kot pri končnih potrošnikih postopoma dviguje. Dandanes po večini svetovnih prestolnic najdemo vse več specializiranih kavarn, ki poleg prodaje kave in kavnih napitkov nudijo tudi različna usposabljanja, predvsem pa ozaveščajo potrošnike in spodbujajo širše razumevanje kavne verige. Vse to razumljivo vpliva na večanje povpraševanja po kavi, kar se odraža tudi v količini pridelka (Hoffmann 2018). Še vedno pa trgovanje s kavo v veliki meri vodijo zasebne družbe. Podatki o natančnem obsegu trgovine s kavo kot blagom so zato težko dosegljivi,



Slika 1: Izvozne države - članice Svetovne kavne organizacije v Srednji in Južni Ameriki v letu 2020 (International Coffee Organization 2021).

Slika 2: Izvozne države - članice Svetovne kavne organizacije v Afriki in Jugovzhodni Aziji v letu 2020 (International Coffee Organization 2021).





Slika 3: Izvozne države - članice Svetovne kavne organizacije v Aziji v letu 2020 (International Coffee Organization 2021).

saj tovrstna zasebna podjetja niso vezana na zahteve javnega objavljanja statističnih podatkov. Zato je njihov tržni vpliv težko razumeti v popolnosti, vendar ni nobenega dvoma, da je trgovina s kavo močno koncentrirana. Vodilna podjetja (na primer *Neumann Kaffee Gruppe* iz Nemčije, *ED&F Man Volcafe* iz Združenega kraljestva in *ECOM Agroindustrial* iz Švice) kupejo dobičke predvsem s trgovanjem z obsežnimi količinami surove kave in oskrbovanjem mednarodnih pražarskih podjetij, medtem ko srednje velika podjetja v večji meri delujejo na posebnih oziroma nišnih trgih, kot sta pravična trgovina (*fairtrade*) in neposredno trgovanje (*direct trade*), kjer gre za dogovor med pridelovalcem in pražarjem brez posrednikov (Panhuysen in Pierrot 2018).

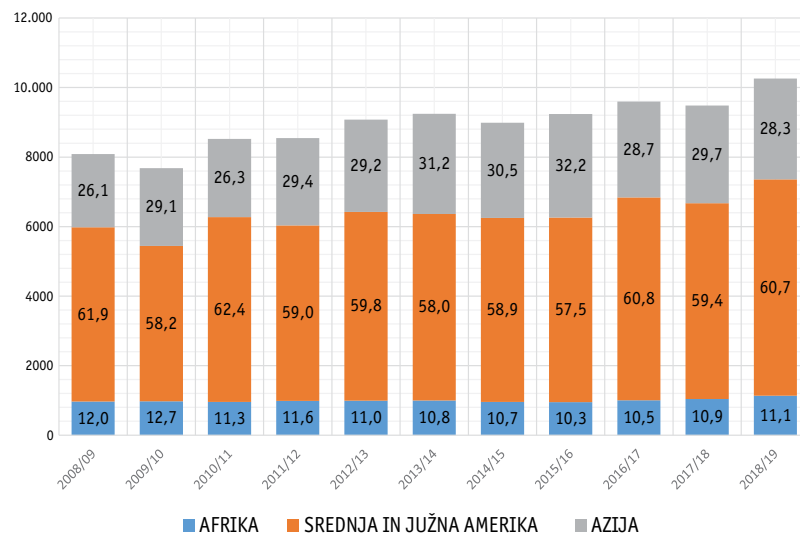
Glede na geografsko poreklo sta v enajstletnem obdobju med sezona 2008/09 in 2018/19 Srednja in Južna Amerika prispevali največji,

okrog 60-odstotni delež celotnega pridelka surove kave (slika 4), predvsem zaradi masovne pridelave v Braziliji, ki prispeva več kot tretjino vseh pridelanih kavnih zrn (3,8 milijona ton v sezoni 2018/19). Druga največja pridelovalka Južne Amerike je Kolumbija, ki je v izbranem obdobju

svojo zastopanost povečala z 10,5 % na dobrih 13 % (831.000 ton v sezoni 2018/19), sledi ji Honduras, ki je svoj delež z 4,1 % povečal na 7 % (439.000 ton) (International Coffee Organization 2019). Na kolebanja v pridelavi vplivajo naravni dejavniki, kot so zmrzali, poplave ali suše, pa tudi bolezni in škodljivci, ki lahko prizadenejo obsežne kavnopridelovalne regije, zato je večji izpad pridelka lahko zaznaven tudi na svetovni ravni. Eden od glavnih razlogov za upad donosa v sezoni 2014/2015 je spopadanje s sušo v številnih kavnih regijah Brazilije (International Coffee Organization 2016).

V drugo skupino spadajo azijske države, med katerimi Vietnam z masovno pridelavo sort robuste prispeva približno 17-odstotni delež svetovne pridelave. Predpostavlja se, da bo k rasti pridelave v čedalje večji meri prispeval tudi rastoči kitajski trg, kjer povečana poraba v načeloma tradicionalni

Slika 4: Pridelava kavnih zrn v tisočih ton po celinskih skupinah držav in njihov delež v odstotkih (International Coffee Organization 2019).



porabniki čaja kaže na rastoče zanimanje za kulturo pitja kave, zato vse hitreje narašča tudi pridelava v južnokitajskih kavnih regijah (Hoffmann 2018). Vietnam je iz 1,1 milijona tonami in 52,5 % deleža azijske pridelave v sezoni 2008/09 svoj delež povečal na več kot 64 %, pri čemer je v sezoni 2018/19 pridelava dosegla 1,9 milijona ton. Druga najpomembnejša azijska pridelovalka je Indonezija (565.000 ton v sezoni 2018/19), kjer je pridelava v primerjalnem obdobju precej kolebala, vendar je delež zaradi povečane zastopanosti Vietnama padel za skoraj 8 odstotnih točk in je sedaj dobrih 19 %. V Indiji, ki prispeva 11 %, se pridelava v primerjalnem obdobju ni bistveno spremenila in je v sezoni 2018/19 dosegla 318.000 ton (International Coffee Organization 2019).

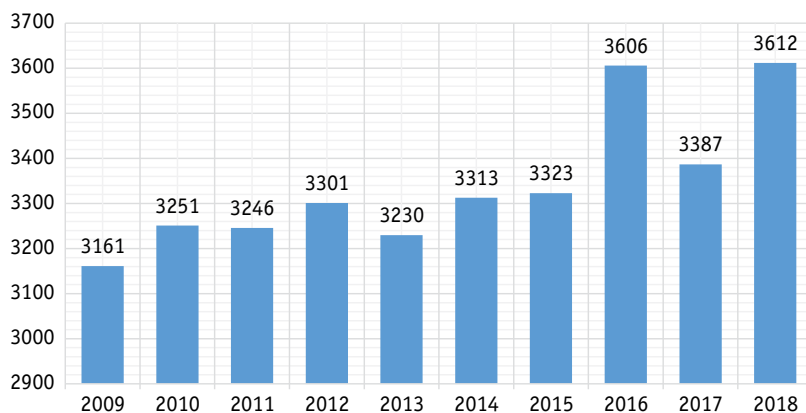
Afriške države prispevajo najmanjši delež, vendar so tamkajšnja kavna zrna med najbolj cenjenimi na svetu. Delež afriškega pridelka na svetovni ravni se je v primerjalnem obdobju nenehno gibal med 10 in 13 %, med pridelovalkami sta v ospredju Etiopija in Uganda. Zaradi nižjih donosov so tudi kolebanja iz leta v leto veliko bolj opazna, kar je bilo mogoče zaznati tudi v obeh najpomembnejših pridelovalkah. V obeh pa je v primerjalnem obdobju prišlo do povečanja količine pridelka. V Etiopiji je bilo v sezoni 2018/19 v primerjavi s sezono 2008/09 zabeleženo skoraj 12-odstotno povečanje, medtem ko je bilo v Ugandi povečanje štiriodstotno. Nekateri afriške države, med katerimi sta tudi obe vodilni pridelovalki, so v zadnjih letih v sklopu projektov

financiranja razvoja kavno-pridelovalnega sektorja iz različnih virov in prizadevanj za enakost med spoloma deležne različnih vzpodbud, predvsem žensk in mlajše populacije. Za približno 35-odstotno rast pridelka (78.720 ton) v Ugandi med sezonama 2015/16 in 2016/17 so delno odgovorne tudi tovrstne razvojne spodbude (International Coffee Organization 2017). Etiopija je pridelok v primerjalnem obdobju pridelok kave povečala za okrog 170.000 ton (na 466.500 ton v sezoni 2018/19), pri čemer je bila največja, 34-odstona rast (153.060 ton) zabeležena med sezonama 2008/09 in 2010/11. V Ugandi je pridelava med posameznimi leti kolebala, v enajstletnem primerjalnem obdobju pa je narasla za 82.100 ton (na 282.200 ton v sezoni 2018/19) (International Coffee Organization 2019).

Evropski prostor je pomembno vplival na širjenje kavovca in vseskozi postopoma oblikoval pomemben evropski uvozni trg kave in kulturo njene uporabe. V sodobnosti je Evropa naj-

večji svetovni kavni trg tako z vidika maloprodaje kave in njenih proizvodov kot uvoza surovih kavnih zrn iz držav pridelovalk. Evropski kavni trg se nenehno razvija, pojem trajnostnega razvoja se vse bolj uveljavlja tudi na kavnem področju in postaja ena izmed prioritet sodobnega kupca, zato vse več potrošnikov povprašuje po proizvodih, tako imenovanih *specialty* kavne industrije, ki s poudarkom na kavnih zrnih z znanim poreklom in z več informacijami o pridelku ponuja priložnost predvsem majhnim pridelovalcem in srednje velikim dobaviteljem (Centre for the Promotion of Imports 2019a). Prodajalci na drobno v čedalje večji meri uporabljajo različne certifikate, s katerimi želijo predstaviti svoja prizadevanja za trajnostno delovanje znotraj kavne verige. Potrošnikovo vse večje povpraševanje po sledljivosti in preglednosti kupljenega proizvoda hkrati vpliva na porast neposrednega trgovanja med pridelovalci in evropskimi pražarji. Obenem vse pogostejše vključevanje večjih multinacionalnih podjetij v tovrsten

Slika 5: Uvoz surove kave v Evropsko unijo (vključujoč Norveško, Islandijo in Švico) v letih 2009–2018, v tisočih ton (European Coffee Federation 2012; 2014; 2015; 2019).



način trgovanja in praženja kavnih zrn utrjuje kavni trg in povzroča cenovni pritisk vzdolž celotne kavne verige (Centre for the Promotion of Imports 2019b). Vse večje zanimanje za kavo v Evropi dokazuje tudi grafikon na sliki 5, kjer je jasno vidna postopna rast uvoza surovih kavnih zrn.

Evropska unija (skupaj s Švico, Norveško in Islandijo) je največja uvoznica surovih kavnih zrn na svetu. V letih 2009–2018 je količina uvoženih kavnih zrn tako iz držav pridelovalk kot med državami Evropske unije povprečno naraščala za 1,3 % in količinsko leta 2018 dosegla približno 3,6 milijona ton (European Coffee Federation 2019). Pri interpretaciji slike 5 moramo poudariti, da podatki vključujejo tudi nezanimljiv delež izvoza in uvoza, ki poteka med evropskimi državami, ko kavna zrna že prispejo v Evropo iz držav pridelovalk (gre za tako imenovani ponovni izvoz oziroma *re-export*). Vrednost uvoženih surovih kavnih zrn v letu 2018 je bila okrog 8,1 milijarde evrov. Treba pa je omeniti, da vrednosti nenehno kolebajo glede na kakovost pridelovalne sezone, spremenljivost valutnih trgov in tudi glede na stanje na trgu terminskih pogodb newyorške in londonske borze.

Rast količine uvoza kavnih zrn v obravnavanem obdobju sovпада tudi z rastjo obsega pridelave. Leta 2018 so evropski uvozniki približno 87 % surove kave pridobili neposredno iz držav pridelovalk, kar ustreza količini okrog 3,2 milijona ton v vrednosti 6,9 milijarde evrov (Centre for the Promotion of Imports 2019a). Glavne

države uvoznice so Nemčija, ki uvozi slabo tretjino celotnega evropskega uvoza (31 %; več kot 1,1 milijona ton), Italija (17 %; nekaj manj kot 605.000 ton) ter Belgija in Španija, ki k skupni uvoženi količini prispevata vsaka po dobrih 7 % (281.000 ton oziroma 261.500 ton). Ostale pomembnejše zahodnoevropske uvoznice surovih kavnih zrn so Francija, Združeno kraljestvo in Nizozemska (European Coffee Federation 2019). Prevladujočim zahodnoevropskim državam se postopoma priključujejo tudi deli vzhodne in jugovzhodne Evrope. Predvsem Poljska beleži skokovito rast števila manjših butičnih pražarn in kavarn, ki posledično vplivajo na rast količine uvoženih surovih zrn, izvoz praženih zrn in tudi porabe kave v domači državi. Poljska je največja uvoznica surovih kavnih zrn v vzhodni Evropi, saj se je njihov uvoz na letni ravni v letih 2014–2018 povečeval za 12 % (Centre for the Promotion of Imports 2019a) in je v letu 2018 dosegel več kot 122.500 ton (European Coffee Federation 2019). Postopno naraščanje uvoženih kavnih zrn je zaznati tudi na Češkem, v Bolgariji, Romuniji in Sloveniji, ki glede na majhnost trga uvozi razmeroma veliko količino surove kave (Centre for the Promotion of Imports 2019a), kar je razvidno iz slike 6.

Nemčija je leta 2018 uvozila približno 1,1 milijona ton kavnih zrn, večinoma prek pristanišč v Hamburgu, Bremnu in Bremerhavnu. Nemčija je pomembno evropsko središče za trgovanje s kavo, kar se odraža tudi v količini ponovnega izvoza (*re-export*). Leta 2018 je Nemčija ponovno iz-

vozila okrog 360.000 ton kavnih zrn, kar je več kot polovica celotnega evropskega ponovnega izvoza. Glavni ciljni območji nemškega ponovnega izvoza so bile Poljska (25 %) in Združene države Amerike (22 %). Nemčija kot največja uvoznica med evropskimi državami je potencialna ciljna destinacija za pridelovalce in izvoznike iz številnih delov sveta, z različnimi razredi kakovosti kavnih zrn, ki so bodisi pražena v domačem okolju bodisi ponovno izvožena na druge trge. Italija kot druga najpomembnejša evropska uvoznica surovih kavnih zrn jih je leta 2018 uvozila okrog 606.000 ton v vrednosti 1,3 milijarde evrov. Razmeroma velik delež uvoza odpade na kavna zrna sort robuste, ki se uporabljajo predvsem v proizvodnji kavnih mešanic. Uvoz večinoma poteka prek pristanišč v Trstu in Genovi (Centre for the Promotion of Imports 2019a).

Pomembna panoga evropskega kavnega trga je tudi praženje kavnih zrn. Za praženje in mletje v Evropi skrbi nekaj velikih podjetij, kot so *Nestlé* (s kavo med drugim oskrbuje verigi *McDonalds* in *Starbucks*), *JAB Coffee* (del investicijskega podjetja *JAB Holding*, ki je v zadnjih letih z ogromnimi vlaganji začelo resno ogrožati monopol podjetja *Nestlé*), *Lavazza*, *Jacobs Douwe Egberts*, *Tchibo*, *Massimo Zanetti* in še nekatera. Prvih 10 svetovnih pražarn poskrbi za praženje približno 35 % celotnega kavnega pridelka (Panhuysen in Pierrot 2018).

V preglednici 2 prikazujemo količino prodanih kavnih zrn, ki so bila pražena v posameznih državah, in količino prodanih kavnih zrn, uvoženih

iz tujine v letih 2009 in 2018. Med obema letoma je opazna rast prodaje uvoženih praženih kavnih zrn v vseh izbranih državah. V Nemčiji se proizvede približno 31,7 % celotne količine surove kave, pražene v Evropski uniji. Nemčiji sledijo Italija (22,9 %), Francija (8,1 %), Nizozemska (7,8 %) in Španija (7,1 %). Italijanska podjetja, kot so *Lavazza*, *Segafredo* in *Illy*, izvozijo veliko količino kavnih mešanic (*Italian blends*), v največji meri v druge dele Evrope in Združene države Amerike. V zadnjih letih njihov izvoz stalno narašča in je v letu 2018 dosegel približno 215.800 ton praženih kavnih zrn v vrednosti 1,4 milijarde evrov, kar je največ med vsemi članicami Evropske unije (Eurostat 2019). V Sloveniji podatka o količini praženih kavnih zrn za leto 2009 ni na razpolago, dostopen pa je podatek za leto 2018, medtem ko se je koli-

čina uvoženih praženih kavnih zrn v 10-ih letih povečala za 114 %. Na Švedskem in Finskem, v Belgiji in na Hrvaškem je leta 2018 količina prodanih, v domačih državah praženih kavnih zrn, v primerjavi z letom 2009 nazadovala, medtem ko se je količina uvoženih kavnih zrn znatno povečala (Eurostat 2019). Kljub rastočemu številu majhnih butičnih pražarn v državah Evropske unije te z majhnimi količinami sprazene kave v večji meri ne vplivajo na skupne vrednosti, saj se velika večina kavnih zrn še vedno prazi v velikih industrijskih obratih.

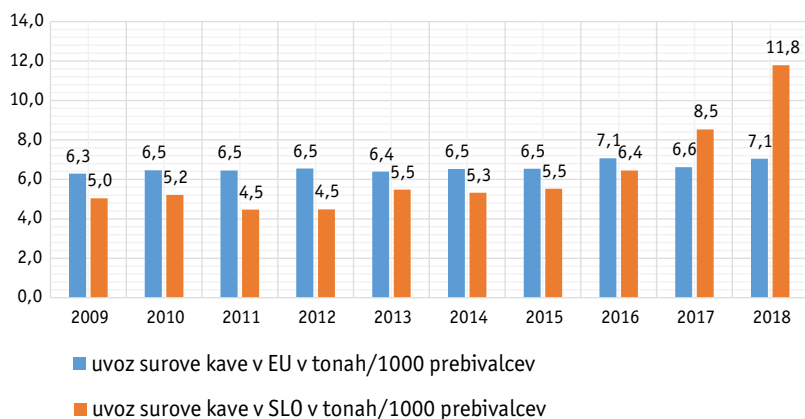
Dogajanje na slovenskem kavnem trgu razkriva slika 6, ki prikazuje primerjavo Slovenije z Evropsko unijo z vidika uvoza surove kave na tisoč prebivalcev. Do leta 2017 je Slovenija v primerjavi z EU zaostajala za približno tona na tisoč prebivalcev. Leta

2018 je količina narasla na 11,8 tone in količino v Evropski uniji preseгла za skoraj 5 ton. Po mnenju sogovornice iz podjetja Titrade iz Izole lahko del povečanega uvoza surovih kavnih zrn v zadnjih letih pripišemo povečanemu pretovoru v Luki Koper, od koder zatem kava potuje v druge države v naši regiji. Dobiček od maloprodaje kave in kavnih proizvodov se je v Sloveniji v obdobju 2016–2018 povečal za 17,5 % in je v letu 2018 dosegel približno 148 milijonov evrov (SURS 2020).

Slovenija surova kavna zrna uvažava večinoma iz Brazilije, Indije in Vietnama. Leta 2018 so bile iz teh treh držav uvožene rekordne količine surove kave. Brazilija je leta 2018 glede na leto 2009 svoj izvoz v Slovenijo povečala za več kot 85 %, Vietnam za 47 %, Indija pa celo za 833 %. Na

Preglednica 2: Količina v domači državi praženih kavnih zrn in uvoženih praženih kavnih zrn v izbranih članicah Evropske unije in v celotni Evropski uniji v letih 2009 in 2018, v tonah (Eurostat 2019).

leto / država	2009		2018		2009		2018	
	praženo v domači državi	izhodiščni indeks	praženo v domači državi	izhodiščni indeks	uvoz praženih kavnih zrn	izhodiščni indeks	uvoz praženih kavnih zrn	izhodiščni indeks
Nemčija	511.415	100,0	534.444	104,5	57.029	100,0	79.011	138,5
Italija	384.383	100,0	386.729	100,6	12.452	100,0	14.350	115,2
Nizozemska	109.631	100,0	130.959	119,5	52.098	100,0	72.029	138,3
Francija	119.700	100,0	137.029	114,5	76.449	100,0	152.859	199,9
Španija	115.000	100,0	119.785	104,2	11.618	100,0	24.759	213,1
Švedska	102.061	100,0	91.169	89,3	8806	100,0	12.989	147,5
Belgija	63.382	100,0	39.498	62,3	18.436	100,0	37.953	205,9
Finska	57.740	100,0	43.544	75,4	5195	100,0	11.238	216,3
Slovenija	ni podatka	ni podatka	8219	ni podatka	2370	100,0	5074	214,1
Hrvaška	13.284	100,0	12.865	96,8	1880	100,0	5106	271,6
EU-28	1.724.757	100,0	1.688.290	97,9	488.468	100,0	801.198	164,0



Slika 6: Primerjava količine uvoženih surovih kavnih zrn med Evropsko unijo in Slovenijo v obdobju 2009–2018 (European Coffee Federation 2012; 2014; 2015; 2019, Eurostat 2020, SURS 2020).

četrtim in petem mestu po izvočeni količini kave v Slovenijo sta Kolumbija in Italija (European Coffee Federation 2010; 2012; 2014; 2015; 2019). Vodilna država glede na uvožena pražena kavna zrna v Slovenijo je Italija, katere delež se je v obdobju 2009–2018 povečal za 144 % in leta 2018 količinsko dosegel 2973 ton. Dopolnjujejo jo sosednji državi Hrvaška (1000 ton) in Avstrija (361 ton) ter Bosna in Hercegovina (414 ton) in Nemčija (184 ton). Avstrija je svoj izvoz v primerjavi z letom 2009 zmanjšala za skoraj 15 %. Leta 2013 je največ pražene kave v Slovenijo izvozila Madžarska (1607 ton), ki se je v tem letu prvič znašla med petimi največjimi izvoznici v Slovenijo. Omeniti velja še, da je Slovenija leta 2018 večino svojega izvoza surove in pražene kave namenila sosednji Hrvaški (6876 ton surovih in 1901 tona praženih kavnih zrn) (European Coffee Federation 2019). Predpostavljamo lahko, da je večji del izvoza pod blagovno znamko *Barcaffè*, ki je v lasti podjetja *Droga Kolinska, d. d.*, to pa

spada pod okrilje hrvaškega podjetja *Atlantic Grupa, d. d.* (Kovič 2019).

Izsledki intervjujev z deležniki slovenske kavne industrije

V nadaljevanju povzemamo izsledke strukturiranih intervjujev z osmimi deležniki, ki so na različne načine prispevali k razvoju slovenskega kavnega trga in imajo dolgoletne izkušnje na številnih področjih delovanja kavnega sektorja.

Analiza stanja in perspektive slovenskega kavnega trga

Na vprašanje o svojskih lastnostih slovenskega pivca kave oziroma slovenske kulture pitja kave in razlikah v primerjavi z drugimi državami v regiji so se vsi sogovorniki strinjali, da je v slovenski kavni kulturi zaznavna velika zmeda. Zaradi zemljepisne lege povzemamo navade italijanske espresso kulture in jo kombiniramo z dunajskim načinom, ki skodelico kave z dodajanjem velikih količin mleka, sladkorja, smetane in podobnih do-

datkov v določeni meri dojema kot slaščico. Zaradi bližine območja Balkana je močna tudi tradicija turškega načina priprave kave, ki smo ga prav tako priredili in oblikovali po svoje.

Sploh starejše generacije se v veliki meri poistovetijo z blagovno znamko *Barcaffè*, na katero prisegajo in so težko dovzetne za spremembo določenih navad. Vodja zadruga *Buna* navaja zanimiv lokalni pojav v povezavi z znamko *Loka kava*, s katero se radi identificirajo prebivalci gorenjske regije in se zato tam v primerjavi z ostalimi regijami izrazito dobro prodaja. Večina sogovornikov je izpostavila tudi močno zakoreninjen socialni vidik pitja kave kot način druženja in preživljanja prostega časa, pri čemer se zelo malo pozornosti namenja napitku, njegovemu okusu, načinu priprave in podobno. Za primerjavo lahko izpostavimo italijansko kulturo pitja kave, pri kateri tovrstna navada ni tako izrazita in je pitje kave v večji meri rutina, za katero se porabi manj časa. Nekateri so mnenja, da se večinoma kupuje izključno kavo, ki jo ponuja industrija, zato se ne zavrača slabe kave in tako kavne akterje spodbuja k razmisleku in morebitnim spremembam. Lastnik gostinskega obrata *Kana bar* v Ljubljani je opozoril na višjo raven ozaveščenosti in kulture pitja kave v Skandinaviji in izpostavil nekatere primere zavajanja slovenskega potrošnika v reklamnih oglaših in promoviranja kavnih proizvodov, s katerimi se kaže zaničljiv odnos do surovine in dolgoletnih tradicij (denimo promocija instant turške kave »za na pot«, pri čemer tradicionalne turške kave sploh ni mogoče pripraviti na tovrsten način).

Na vprašanje o glavnih značilnosti grosistične prodaje na slovenskem kavnem trgu je bil v največji meri izpostavljen cenovni dejavnik in nasičenost blagovnih znamk, ki z namenom povečevanja tržnega deleža razvrednotijo kavno pot od plantaže do skodelice. Tako fizični potrošniki kot gostinski obrati še vedno prisegajo na tradicionalno temno pražena, grenka, nearomatična kavna zrna z večinoma neznanim geografskim poreklom. Ker veliki večini potrošnikov pravi okus kave ni bil nikoli predstavljen, prisegajo na obstoječo tradicionalno ponudbo. Običajno lastniki gostinskih obratov ob odločitvi za določeno znamko kave dobijo vso potrebno opremo, s čimer tej znamki obljubijo zvestobo in v številnih primerih ne razvijejo primerne odnosa do opreme, kar posledično lahko vpliva na kakovost storitve. Še vedno pa je glavni dejavnik izbire cena, kar po mnenju vodje projekta *Ekperiment* lahko pomen znamke postavlja pred pomembnost gosta. Po mnenju nekaterih pa se še posebno pri mlajših generacijah pojavlja vse večje zanimanje za sledenje novim trendom (*specialty* kavna industrija) in s tem povečuje dovzetnost za izstop iz tradicionalnih okvirov.

V nadaljevanju smo se osredotočili na prihodnje izzive kulture pitja kave tako na globalni ravni kot na ravni Slovenije. Sogovorniki so razvoj večinoma povezovali s spremembami stanja na borzi in finančno stabilnostjo največjih korporacij, ki so del kavne industrije, pa tudi njihove tržne prijeme. Pomembna bo odločitev, ali se bo stremelo h kakovosti pridelka ali

sledilo zgolj vodilu zaslužka. Trenutni trendi v čedalje večji meri stremijo k zagotavljanju pridelka višje kakovosti za višjo ceno, vendar se tovrsten pristop uveljavlja dokaj počasi in dosega le določen del potrošnikov. Po mnenju nekaterih se bo nadaljevala segmentacija trga, znotraj katere bo cena kavnih zrn slabše kakovosti še naprej določala borzo, medtem ko se bo kakovostnejši pridelek po vzoru vin še naprej oddaljeval od borzne cene in se cenovno umeščal skladno z uspešnostjo tržnega komuniciranja. Pričakovati je, da bo postopoma povečeval svoj tržni delež. Pogosto se omenja vpliv podnebnih sprememb, ki na več pridelovalnih območjih že kažejo svoj vpliv in so zato pridelovalci plantaže primorani seliti na višje ležeča območja. To lahko zaradi morebitnega zmanjšanja donosa in vse manj primernih zemljišč za gojenje kavovca vpliva tudi na dvig cene kavnih zrn nižje kakovosti. Sogovornik, ki svoje delo večinoma opravlja v Braziliji, izpostavlja, da se nekateri pridelovalci zaradi prenizkih cen kavnih zrn na svetovnem trgu že preusmerjajo v druge dejavnosti ali pa prodajajo svoje nepremičnine in se odseljujejo v mesta. Podano je bilo tudi mnenje, da je na majhnem slovenskem trgu prisotna kakovostna kulinarika, katere del postopoma postaja tudi kava kot surovina s poreklom, pripravljena z veliko mero znanja. Tako globalno kot v Sloveniji pa sogovorniki napovedujejo nadaljnjo rast zanimanja za področja kavne industrije, postopen dvig ozaveščenosti glede surovin, porekla, postopkov priprave in okoljevarstva, kar naj bi tudi kulturo pitja kave dvignilo na višjo raven.

Socialni vidiki kavne industrije

Znanje in zavedanje povprečnega slovenskega potrošnika o kavni verigi oziroma poti od zrna do skodelice je po mnenju vseh sogovornikov razmeroma skromno oziroma površinsko. Kava je postala tako samoumevna in dostopna dobrina, da se na splošno vanjo pretirano ne poglobljamo, čeprav je sestavni del našega vsakdana. K temu prispevata tudi precejšnja količina informacij, potrebnih za temeljno razumevanje kavne verige, in dejstvo, da surova kavna zrna uspevajo daleč od naših oči, kar sta po mnenju nekaterih sogovornikov ključna dejavnika za slabo poznavanje tematike. Ob tem nekateri sogovorniki omenjajo, da so ljudje, ki se seznanijo z osnovami pridelave kavnih zrn, večinoma začudeni in presenečeni nad količino dela in prizadevanj, potrebnih za pridelavo kilograma surovih kavnih zrn. Vodja zadruga *Buna*, ki posebno pozornost namenja izobraževanju slovenskega potrošnika o raznih segmentih kavne industrije, omenja pozitivno plat vse pogostejših s kavo povezanih dogodkov in festivalov v Sloveniji, katerih glavni namen so promocija, izobraževanje in seznanjanje s sodobnimi trendi. Ob tem pa še vedno pogreša temeljitejši način komuniciranja s potrošniki, ki se tovrstnih dogodkov udeležijo in izkažejo določeno mero zanimanja.

Sogovorniki so večinoma izpostavili tudi izrazito podcenjenost pridelovalcev in nepravilčen sistem, proti kateremu se je globalno zelo težko boriti, in dejstvo, da nekatere države pridelovalke še vedno niso uspele odpraviti posledic kolonializma.

Nekateri od njih so se že pred časom oddaljili od cene kave na borzi in pridelek po pravičnejših cenah odkupujejo neposredno od pridelovalcev. Neposredno trgovanje in trgovanje znotraj sistema pravične trgovine sta po mnenju nekaterih tudi glavni in trajnostnejši alternativi obstoječemu sistemu. Poslovodja podjetja *Tittrade* se zaveda nepravičnega obravnavanja pridelovalcev, pri čemer poudarja, da to ni le značilnost kavne industrije, ampak tudi trgovanja z drugimi poljščinami in surovinami (kakav, riž, pšenica ...). Izpostavlja, da so nekatere države s pridelovanjem kave zaživele in s prihodki od kave poskrbele za postopen razvoj obsežnih regij (kot primer navaja Vietnam). Po mnenju nekaterih *specialty* kavni trend vse večjemu številu pridelovalcev, ki so dovzetni za izobraževanje o novih pristopih k pridelovanju in njegovih načinih, pomaga pri pridelavi kakovostnejšega pridelka, za katerega je na trgu vse večje povpraševanje. Prav tako je pomembno, da pridelovalci svoj pridelek pogosteje okušajo in bolj zavzeto spremljajo, kaj se z njim dogaja, s čimer spreminjajo navade iz preteklosti, ko se je ves kakovostnejši pridelek nemudoma prodal brez njihovega angažmaja. Predstavniki zadruga *Buna* pravi, da že pritegnitev pozornosti od 10 do največ 15 % populacije potrošnikov zadostuje za vidnejše spremembe, ki naj bi omogočile vpogled v poreklo pridelovalca, regijo izvora in sorto kave, kar bi lahko povzročilo nekaj manjši dobiček velikih korporacij. Sogovornik, ki sodeluje z brazilskimi pridelovalci, prav tako navaja, da je pomemben negativen dejavnik tudi


neizobraženost pridelovalcev, ki verjamejo izključno v pridelovalne pristope svojih prednikov in niso dovzetni ne za kakršnekoli spremembe ne morebitno učenje.

Ker zavedanje slovenskega potrošnika o tovrstni problematiki sovpada z ravni znanja in obveščenosti o dogajanju na področju kavne industrije, je razumljivo na nizki ravni. Dva sogovornika poudarjata, da gre za pomembno gospodarsko panogo, v kateri se obračajo milijardni zneski, kar je velika težava pri uvajanju korenitih sprememb.

Sklep

Pridelava in trgovanje s kavo sta bila že v preteklosti razmeroma pomemben segment družbenega vsakdanjika prebivalcev mnogih območij po svetu, v sodobnosti pa se je njun obseg še dodatno razširil in diverzificiral. Na podlagi intervjujev lahko zaključimo, da je v Sloveniji raven znanja o kavovcu in postopkih, ki so potrebni za skodelico kavnega napitka, pa tudi o problemih, povezanih s kavno industrijo, nizka. Zdi se, da lahko za obstoječe stanje bolj krivimo industrijo kot potrošnika, saj predstavniki predelovalnih podjetij z zavajajočimi prijemi trženja pogosto skrbijo le za dobiček in tako potrošnika ohranjajo v nevednosti. Primerjava z vinogradništvom razkriva, da je v Sloveniji splošna razgledanost o njem na neprimerljivo višji ravni. Pri nas ima namreč vinogradništvo zaradi primernih podnebnih in drugih razmer dolgo tradicijo. Ker je pomemben del slovenske kulturne dediščine (Kerma 2018), lahko o vinski trti v vsakdanjem življenju

izvemo bistveno več kot o kavovcu, ki uspeva daleč od naših oči. Gre za logično in razumljivo posledico, čeprav smo Slovenci znani tudi kot ljubitelji kave, kar dokazujejo statistični kazalniki. Vendar se še vedno (pre-)redko vprašamo, kaj pravzaprav pijemo in kakšne so zgodbe, povezane s tem napitkom.

Sodeč po analiziranih kazalnikih sta na večini področij kavne industrije opazna stalna rast in širjenje kulture pitja kave. Kam bo to kavno industrijo popeljalo v naslednjih letih in kako se bo spopadla z novimi izzivi (opuščanje dejavnosti zaradi nezanimanja mladih in podnebnih sprememb, ki že vplivajo na zmanjšanje primernih zemljišč za pridelavo), je težko napovedati, vendar je dejstvo, da sistem, v katerem prodaja in maloprodajne cene postopoma rastejo, večje število pridelovalcev pa se še vedno spopada z različnimi oblikami revščine, ni vzdržen. Vse to lahko s kavne industrije preslikamo tudi na številna druga področja, kar je dodaten dokaz, da so potrebne določene spremembe. Z optimizmom lahko izpostavimo dejstvo, da del kavne industrije spodbuja nenehno izobraževanje tako pridelovalcev kot pražarjev in baristov. To bo dolgoročno zagotovo vplivalo na dvig kakovosti pridelka, njegovega praženja in navsezadnje tudi kakovostnejše storitve. Ob tem se vse bolj uveljavljajo drugačne, bolj moralne in bolj trajnostne oblike trgovanja (neposredno trgovanje, pravična trgovina), ki stvari počasi spreminjajo na bolje in se kažejo kot mogoča alternativa obstoječim sistemom znotraj kavne industrije. 

Viri in literatura

1. Boydell, H. 2018: What Should We Have Learned From The 2001 Coffee Price Crisis? Medmrežje: <https://www.perfectdailygrind.com/2018/09/what-should-we-have-learned-from-the-2001-coffee-price-crisis/> (18. 10. 2019).
2. Centre for the Promotion of Imports, Ministry of Foreign Affairs 2019a: What is the demand for coffee in the European market? Medmrežje: <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/trade-statistics/> (27. 9. 2020).
3. Centre for the Promotion of Imports, Ministry of Foreign Affairs 2019b: Which trends offer opportunities or risks in the European coffee market? Medmrežje: <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/trends/> (27. 9. 2020).
4. Ercegović, J. 2019: Geografija kave: prostorski in ekonomski vidiki kavne industrije v svetu in Sloveniji. Magistrsko delo, Oddelek za geografijo Fakultete za humanistične študije Univerze na Primorskem. Koper.
5. European Coffee Federation. 2010: European Coffee Report 2009/10. Bruselj.
6. European Coffee Federation. 2012: European Coffee Report 2011/12. Bruselj.
7. European Coffee Federation. 2014: European Coffee Report 2013/14. Bruselj.
8. European Coffee Federation. 2015: European Coffee Report 2014/15. Bruselj.
9. European Coffee Federation. 2019: European Coffee Report 2018/19. Bruselj.
10. Eurostat 2020: Population on 1st of January. Bruselj. Medmrežje: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tps00001&plugin=1> (30. 9. 2020).
11. Eurostat 2019: Sold production, exports and imports by PRODCOM list (NACE Rev. 2) - annual data. Bruselj. Medmrežje: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query> (30. 9. 2020).
12. Hoffmann, J. 2018: The World Atlas of Coffee: From Beans to Brewing-coffees Explored, Explained and Enjoyed. London.
13. International Coffee Organization 2016: Annual Review 2014/15. London. Medmrežje: <http://www.ico.org/documents/cy2015-16/annual-review-2014-15-e.pdf> (27. 9. 2020).
14. International Coffee Organization. 2017: Annual Review 2016/17. London. Medmrežje: <http://www.ico.org/documents/cy2017-18/annual-review-website-e.pdf> (27. 9. 2020).
15. International Coffee Organization 2019: Total production by all exporting countries. London. Medmrežje: <http://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf> (27. 9. 2020).
16. International Coffee Organization 2021: Members of the International Coffee Organization. London. Medmrežje: http://www.ico.org/members_e.asp (10. 10. 2021).
17. Jezernik, B. 2012: Kava: čarobni napoj. Ljubljana.
18. Kerma, S. 2018: Vinski turizem z geografskim poreklom. Koper. DOI: <https://doi.org/10.26493/978-961-7055-32-0>.
19. Kladnik, D., Lovrenčak, F., Orožen Adamič, M. (ur.) 2005: Geografski terminološki slovar. Ljubljana.
20. Kovič, K. 2019: Vsakdanje navade uspešnih ljudi: Andrej Bele, oče kave naše regije. Svet Kapitala (12. 7. 2019). Medmrežje: <https://svetkapitala.delo.si/trendi/vsakdanje-navade-uspešnih-ljudi-andrej-bele-oce-kave-v-regiji-205128> (30. 6. 2020).
21. National Coffee Association USA 2018: Coffee Around the World. Medmrežje: <http://www.ncausa.org/about-coffee/coffee-around-the-world> (18. 9. 2019).
22. Newton, T. 2017: Coffee Isn't World's 2nd-Most Traded Commodity (But It's Important). Medmrežje: <https://www.perfectdailygrind.com/2017/05/coffee-isnt-worlds-2nd-traded-commodity-important/> (28. 10. 2019).
23. Observatory of Economic Complexity (OEC) 2020a: Coffee. Medmrežje: <https://oec.world/en/profile/hs92/0901/> (27. 9. 2020).
24. Observatory of Economic Complexity (OEC) 2020b: Coffee, roasted, not decaffeinated. Medmrežje: <https://oec.world/en/profile/hs92/090121/> (27. 9. 2020).
25. Observatory of Economic Complexity (OEC) 2020c: Coffee, not roasted, not decaffeinated. Medmrežje: <https://oec.world/en/profile/hs92/090111/> (27. 9. 2020).
26. Panhuysen, S., Pierrot, J. 2018: Coffee Barometer. Haag.
27. Statistični urad Republike Slovenije: Število prebivalcev in naravno gibanje prebivalstva, Slovenija, letno. Ljubljana, 2020. Medmrežje: https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/sl/10_Dem_soc/10_Dem_soc_05_prebivalstvo_05_osnovni_podatki_preb_10_05A20_prebivalstvo_letno/05A2010S.px/table/tableViewLayout2/ (30. 6. 2020).
28. Strahler, A. 2010: Global Climates. Introducing Physical Geography. Boston.
29. Wintgens, J. N., Descroix, F. 2004: Establishing a Coffee Plantation. Coffee: Growing, Processing, Sustainable Production; A Guidebook for Growers, Processors, Traders, and Researchers. Weinheim.
30. Wintgens, J. N. 2004: The Coffee Plant. Coffee: Growing, Processing, Sustainable Production; A Guidebook for Growers, Processors, Traders, and Researchers. Weinheim.