



Koffie

JUMBO

Product: Koffie

Herkomst: Brazilië, Vietnam, Peru, Colombia, Honduras, Rwanda, Mexico, Indonesië, El Salvador en Ethiopië

De koffie die we bij Jumbo verkopen is UTZ/Rainforest Alliance of Fairtrade gecertificeerd. Keurmerken dekken een aantal belangrijke risico's af op het gebied van mens, maatschappij, dier en milieu. We realiseren ons ook dat certificeringen niet altijd toereikend zijn voor het aanpakken van diepgewortelde risico's. Uitdagingen zoals structurele armoede van boeren en arbeiders, milieuschade en klimaatverandering zijn vaak van structurele aard en terug te voeren op hardnekkige economische, sociale en culturele ongelijkheden, en de manier waarop toeleveringsketens internationaal zijn georganiseerd. We zien dat de problematiek in de koffieketen complex en omvangrijk is, waardoor het werken aan oplossingen uitdagingen meebrengt. Tegelijkertijd willen we – binnen de invloed die we hebben – stappen zetten om beter grip te krijgen te krijgen op die problematiek die zich voordoet.

In 2020 heeft Jumbo ImpactBuying opdracht gegeven om in twee fases een impact assessment uit te voeren voor de koffieproducten van het Jumbo Huismerk. In de eerste fase is door middel van bureauonderzoek inzichtelijk gemaakt wat de landen van herkomst zijn van onze huismerkkoffie en de risico's die specifiek voor deze gebieden gelden. Ook is beoordeeld was de huidige positieve impact is op het niveau van de individuele koffieboer als gevolg van de premiebetaling via de certificeringsprogramma's. In de tweede fase heeft Jumbo op basis van de bevindingen en aanbevelingen de stap gezet om bovenop de bestaande certificering extra positieve impact in de keten te realiseren. Het resultaat hiervan is een gecertificeerde, speciale range koffie onder het Jumbo Huismerk die een zichtbare bijdrage levert aan de verbetering van de leef- en arbeidsomstandigheden van koffieboeren in Rwanda. Aan het onderzoek hebben meegewerkt de koffieleveranciers van Jumbo, de lokale boeren in Rwanda, en de certificeringsprogramma's UTZ/Rainforest Alliance en Fairtrade.

Belangrijkste bevindingen fase 1

- De audits op basis van Fairtrade en UTZ/Rainforest Alliance bevatten een breed scala aan criteria en dekken zodoende grotendeels de duurzaamheidsrisico's af die Jumbo in haar due diligence-studie heeft geïdentificeerd;
- De duurzaamheidsrisico's verschillen van land tot land, maar in alle herkomstlanden is de economische kwetsbaarheid van individuele koffieboeren een relevant risico;
- Het risico op uitbuiting van arbeidskrachten, in het bijzonder seizoen- of tijdelijke arbeiders, is het grootst in landen met veel grootschalige koffieplantages;
- Uit het bureauonderzoek blijkt dat door gebrekkige en beperkte beschikbaarheid van betrouwbare informatie en bronnen en ondanks certificering verschillende relevante risico's onopgemerkt blijven;
- Het eigendom van het auditrapport ligt bij de certificaathouder (vereniging, coöperatie of een andere verbond). Het beschikbaar stellen van auditrapporten over de onderzochte en geconstateerde non-conformiteiten aan andere schakels in de keten is niet onderdeel van de standaard werkwijze van Fairtrade en UTZ/Rainforest Alliance”;

- Sommige leveranciers gebruiken koffie van één bepaalde oorsprong (single origin), maar de meeste gecertificeerde koffieproducten van Jumbo zijn melanges van gemixte oorsprong, variëteit en kwaliteit. Door deze variatie is de traceerbaarheid tot op het niveau van de individuele boer doorgaans een grote uitdaging. Een single origin koffie heeft een stabiele en transparante aanleverketen;
- De leveranciers van Jumbo, noch Jumbo zelf, hebben toegang tot informatie over de verdeling en/of besteding van de premies vanuit certificeringsprogramma's door coöperaties of andere producentenorganisaties;
- Op het moment van de beoordeling hebben Fairtrade en UTZ/Rainforest Alliance (nog) geen directe toegang tot gegevens over of van individuele koffieboeren en de positieve impact die de premies op hen zou kunnen hebben;
- Jumbo kan daarom geen direct verband leggen tussen de betaalde premies en de mogelijk positieve impact op de situatie van individuele koffieboeren;

Belangrijkste aanbevelingen fase 1

- Zet gezamenlijke actieplannen op met koffieleveranciers om tot meer transparantie in de toeleveringsketens te komen;
- Neem het verkrijgen van inzicht in de auditrapportages of samenvattingen van de verschillende coöperaties op in de actieplannen;
- Wil Jumbo daadwerkelijk ervaring opdoen met het maken van aantoonbare stappen om de geïdentificeerde risico's aan te pakken en van compliance naar impact te gaan, dan is het raadzaam te starten met een eigen Jumbo single origin koffie. Het herkomstgebied is overzichtelijker, waardoor de koffie beter traceerbaar is en de impactresultaten beter zijn te monitoren.

Fase 2: Mpanga koffie

Op basis van de bevindingen en uitkomsten van fase 1 is besloten om in samenwerking met lokale boeren een eigen koffierange te ontwikkelen. De keuze is gevallen op een coöperatie in het Mpanga gebied in oostelijk Rwanda, tegen de grens van Tanzania. Sinds najaar 2021 is de exclusieve Mpanga koffie in de smaakvarianties light roast, medium roast en dark roast opgenomen in het Jumbo assortiment. Voor deze smaakvolle specialty koffie zijn de bonen gebruikt van ruim 800 kleinere boeren uit de vruchtbare groene heuvels van oostelijk Rwanda die zijn aangesloten bij het Mpanga washing station. Voor iedere kilo Mpanga koffie die wordt verkocht, keert Jumbo een extra premie uit van 62 cent. De boeren kunnen daarmee de opbrengst van hun landbouwgrond verhogen en de levensomstandigheden van hun gezinnen verbeteren. Met behulp van zogeheten True-code.org locatiepaspoorten is nauwgezet in kaart gebracht van welke boeren de koffiebonen afkomstig zijn. De extra premie wordt besteed aan middelen waarvan de boeren zelf hebben aangegeven het meest mee geholpen te zijn, zoals de aanschaf van organische mest en goed gereedschap, en een bijdrage aan de ziektekostenverzekering.

De reis van de Mpanga koffie

Het Mpanga washing station is onderdeel van de Ruwacof coöperatie, dat haar kantoor in de Rwandese hoofdstad Kigali heeft. Ruwacof is onderdeel van Sucafina Specialty in Antwerpen. De 807 boeren die de Mpanga koffie verbouwen transporteren hun opbrengst naar het washing station in het Kihere district. Van daaruit wordt de koffie over de weg getransporteerd naar het Ruwacof hoofdkantoor in Kigali; daar worden de groene bonen geselecteerd. De vracht wordt vanuit de haven van het Keniase Mombassa per gecontracteerd schip van Sucafina Specialty vervoerd naar Antwerpen, om aldaar te worden ingeklaard. Vanuit Antwerpen gaan de bonen vervolgens naar Cornelissen Coffeeroasters in Veghel voor branden en verpakken. Cornelissen levert het eindproduct direct aan de distributiecentra van Jumbo voor verdere verspreiding naar de winkels in Nederland en België.

Adressen:

807 boeren	Mpanga washing station	Rwacof hoofdkantoor in Kigali	Sucafina Specialty	Cornelissen Cofferoasters	Jumbo Supermarkten bv
in Kihere district in Rwanda	Mpanga washing station heeft geen adres, ligt op een heuvel in het Kirehe district in Rwanda: GPS coördinaties: - 2.138382, 30.79929.	Street: KK 625 Kanserege-Gikondo, Kigali, Rwanda	Brederodestraat 186, 2018 Antwerpen, België	Huygensweg 10, 5466 AN Veghel	Rijksweg 15, Veghel

Belangrijkste lessen

- Jumbo heeft op een beperkte schaal een stap gezet om een positieve impact te maken. Hiermee zijn zeker niet alle lokale issues opgelost, maar niets doen is geen optie. Met deze eerste stap zorgen we in elk geval voor een verbetering van leef- en arbeidsomstandigheden voor 809 boerenfamilies;
- Het is cruciaal dat de te selecteren leverancier transparantie kan bieden in de gehele keten. Dat draagt in zeer belangrijke mate bij aan een goede samenwerking en de mogelijkheid om positieve impact te genereren. Het meten van die impact is niet of nauwelijks mogelijk als je niet weet op wie of wat het betrekking heeft;
- Ga uit van de wensen en behoeften die de leveranciers zelf formuleren. In het geval van de Rwandese boeren waren deze allemaal erg praktisch. Ze hadden weinig te maken met financiële beloning, maar des te meer met het terugdringen van de kosten.

Vervolgacties Jumbo

Jumbo volgt de aanbevelingen van fase 1 op en neemt de lessen van Mpanga koffie mee in de gesprekken met leveranciers, Fairtrade en Rainforest Alliance. In 2022 stellen we hiervoor een concreet plan van aanpak op, inclusief routemap. Daarnaast delen we bevindingen, aanbevelingen en geleerde lessen via verschillende platforms met diverse stakeholders.

Meer weten over dit onderzoek? Download het [complete rapport](#).