

WAKULI

2021: EEN HOGERE MARKTPRIJS – WAT IS HET EFFECT?

Onze jaarlijkse Impact Report van 2021

Inhoud

- | | | |
|------|--|-----------|
| 1 > | SAMENVATTING VAN 2020
Een eerste blik op de manier waarop
Wakuli de koffiewereld verandert | pagina 4 |
| 2 > | INLEIDING
De koffiewereld van vandaag
en waar wij staan | pagina 6 |
| 3 > | IS DE KOFFIEMARKT EEN DOOS VAN PANDORA?
Inzicht in de resultaten van een ongekende
periode in de wereldwijde koffiehandel | pagina 8 |
| 4 > | EEN PRIJSSTIJGING IS EEN BEGIN, MAAR...
Het belang van
diversificatie in impact | pagina 13 |
| 5 > | DE FOCUS VOOR 2021
Ons plan
van aanpak | pagina 15 |
| 6 > | OEGANDA - UITGELICHT
De onoverzichtelijke complexiteit
van een langdurige samenwerking | pagina 18 |
| 7 > | HONDURAS - UITGELICHT
Transparantie
boven percentages | pagina 21 |
| 8 > | TANZANIA - UITGELICHT
Het hoge risico om een nieuwe supply chain
op te zetten van <i>commodity</i> naar <i>specialty</i> | pagina 25 |
| 9 > | OUTRO
Dankwoord van
het Wakuli team | pagina 29 |
| 10 > | WAAR WE ZIJN IN GETALLEN
Een samenvatting van onze aankopen
sinds het Impact rapport van 2020 | pagina 30 |



Onze partners van
El Pinal, Honduras

1 Samenvatting van 2020.

Als je het Impact Report van 2020 nog niet hebt gelezen, is het handig om deze samenvatting te bekijken. Dit rapport bouwt verder op de baseline van Wakuli's 2020 Impact Report. Dit nieuwe hoofdstuk valt samen met één van de meest ongewone periodes sinds het bestaan van de koffiemarkt.

DE PROBLEMEN MET KOFFIE

probleem 1

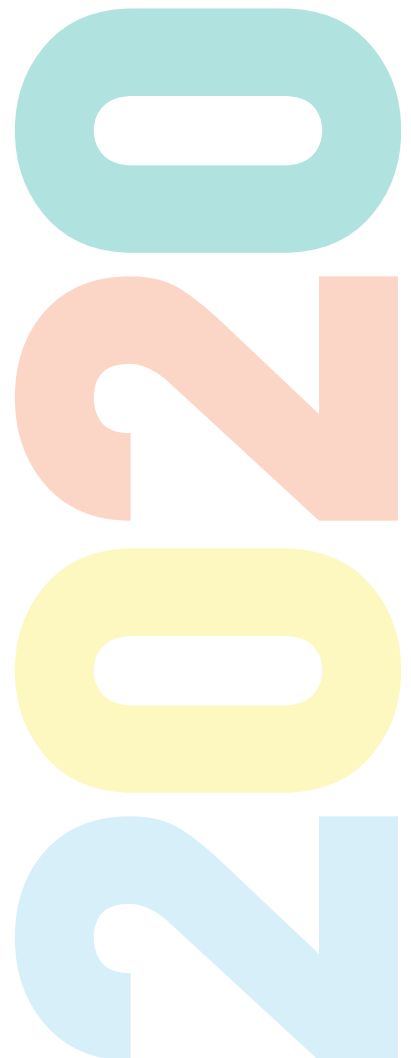
Als één van de meest geconsumeerde dranken ter wereld is koffie op dit moment uitgegroeid tot een industrie van \$200 miljard. Van deze ongelijk en oneerlijk verdeelde welvaart komt slechts 10% terecht in de koffieproducerende landen. De rest wordt vervolgens verdeeld tussen exporteurs, handelaren, lokale transportbedrijven en vele anderen. Slechts de kruimels blijven over voor de ongeveer 12,5 miljoen kleinschalige boeren en 100 miljoen mensen die hiervan direct afhankelijk zijn in hun levensonderhoud.

probleem 2

De prijsbepaling in de globale koffie-industrie is voornamelijk afhankelijk van de C-market (de internationale koffiemarkt). Deze grootschalige handelsmarkt houdt rekening met vraag en aanbod in de prijzen, maar wordt ook sterk beïnvloed door speculatie van de handelaren. Hierbij wordt geen rekening gehouden met de productiekosten en de kwaliteit. Buiten het feit dat de C-market prijs vaak veel te laag is voor kleinschalige boeren om fatsoenlijk koffie te produceren, geeft dit systeem hen te weinig controle en inzicht in de prijsbepaling van deze markt.

probleem 3

Voortdurende wisselvalligheid en de non-rendabele prijzen maken het steeds moeilijker voor boeren om koffie te blijven verbouwen. Hun levensomstandigheden worden slechter, investeren in hun boerderijen wordt moeilijker en de milieu-impact van hun koffieplantages wordt negatiever. Deze neerwaartse spiraal blijft verslechteren, totdat boeren geen andere mogelijkheid meer zien dan hun koffieplanten te verwaarlozen, iets anders te gaan verbouwen, of hun gemeenschap te verlaten en elders beter betaald werk te zoeken.



WAT WIJ AAN HET VERANDEREN ZIJN - THE WAKULI WAY

Ons einddoel is het creëren van een duurzaam leefbaar inkomen op boerderijen die een netto positief impact hebben op het milieu terwijl er een situatie ontstaat waarin de hele waardeketen op zijn minst een behoorlijke levensstandaard kan hebben door middel van koffie.

We delen dit doel met onze boerenpartners en ondersteunen dit via alle onderdelen in ons bedrijf. Met name onze manier van inkopen, handelen en het minimaliseren van de impact op het milieu dragen hieraan bij.

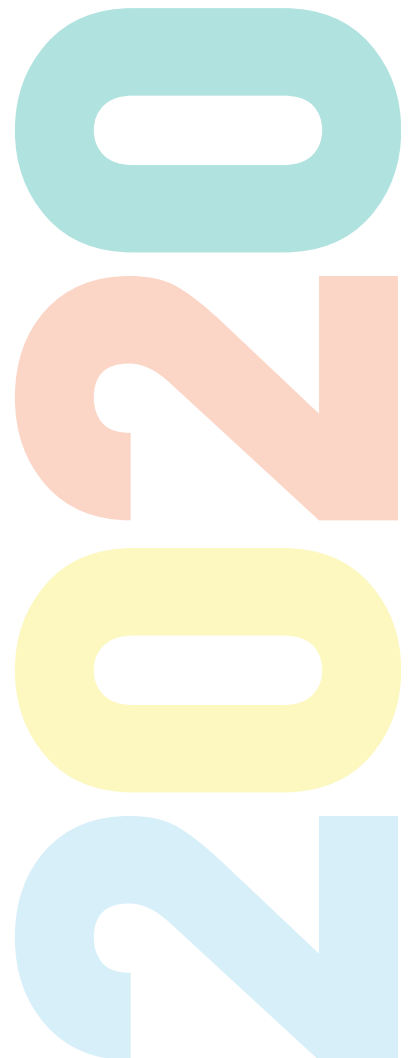
We kopen koffie van boeren over de hele wereld die beperkte markttoegang hebben en voortdurend ondergewaardeerd worden. Door samen te werken met boeren om de kwaliteit van hun gewassen te verbeteren en verbinding te maken met markten met een hogere waarde, kunnen we een grotere impact hebben op het totale landbouwinkomen. Dit geldt voor arabica, maar ook voor robusta. Robusta is goed voor 40% van de wereldwijde koffieproductie, maar wordt bijna altijd gezien in context met een lage waarde. Dit zorgt voor een enorm onbenut potentieel in deze industrie.

De manier waarop we koffie inkopen is gebouwd op een directe, lange termijn relatie die gebaseerd is op transparantie en traceerbaarheid. Dit betekent simpelweg dat alleen noodzakelijke en waardevolle tussenpersonen in onze waardeketen worden opgenomen. Iedereen in dit systeem begrijpt de functie van elke speler en proporties van de betaalde prijs, en zet zich in voor een langetermijnrelatie en een gedeelde visie. Beide zijn gericht op duurzame en onafhankelijke kleinschalige koffieboerderijen.

We gebruiken onze directe relaties als motor om de negatieve milieu-impact te minimaliseren, zowel op boerderijen als in onze activiteiten. In plaats van te eisen dat boeren alle risico's en kosten op zich nemen van duurzame productie, wat de gebruikelijke methode is voor de meeste koffie certificeringen, is onze aanpak om de barrières hier te begrijpen en onze zakelijke relatie te gebruiken om deze samen te doorbreken. We beginnen met een hogere, betere prijs.

In onze activiteiten streven we er voortdurend naar om uitstoot te minimaliseren, bijvoorbeeld door het gebruik van composteerbare pods, last-mile leveringen met een lagere impact en energiezuiniger koffie branden.

Deze manier van werken breidde zich uit naar **15 landen**, met **3613 boeren** en **48.116 KG koffie ingekocht in 2020**.



2 Inleiding

De koffie-industrie in 2021 was tumultueus voor alle spelers - branders begonnen voor het eerst sinds een lange tijd de pijn te voelen van een volatiele marktprijs die niet in hun voordeel was, terwijl een hogere prijs voor koffie wereldwijd alleen maar het belang liet zien van gelijke partnerships om de sector toekomstbestendig te maken.

Deze partnerships hebben drie fundamentele elementen nodig om te werken:



Prijs

De prijs die wordt betaald aan boeren voor hun productie.



Relatie

De tijd nemen om te begrijpen wat elke partner in de keten nodig heeft om een betere toekomst voor koffie op te bouwen.



Kwaliteit

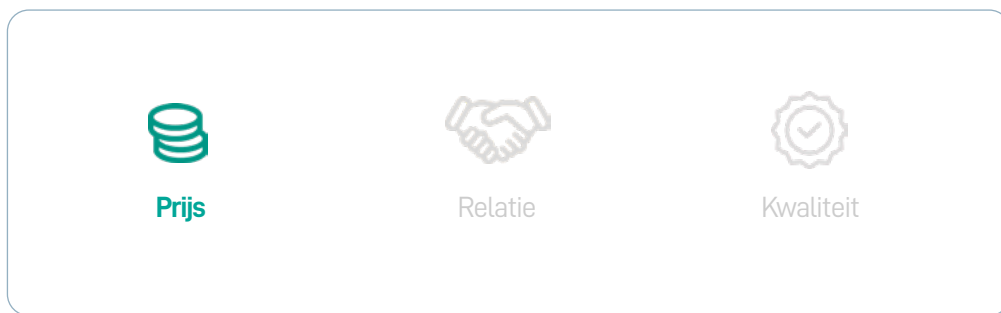
De kwaliteit van koffie en de ecologische conditie van de koffieboerderijen.

Houd in de loop van het rapport deze drie pijlers in de gaten

De meeste waardeketens in de koffie-industrie bevatten een of twee van deze elementen, maar zonder focus op alle drie is de inspanning tijdelijk en kan ze soms meer kwaad dan goed doen.

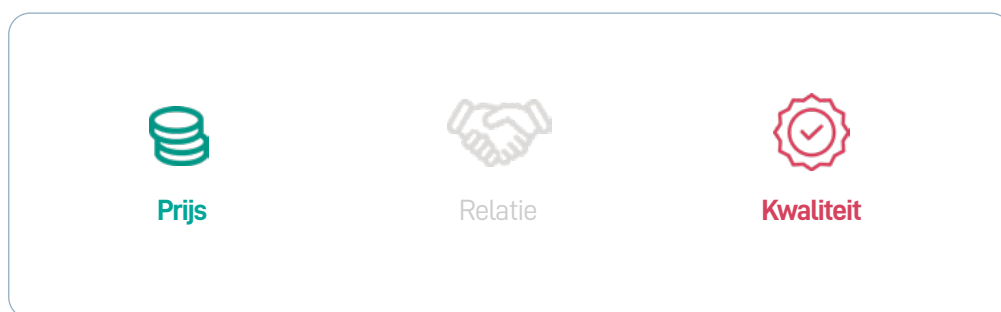
Wanneer de wereldprijs van koffie hoog is, zoals in 2021 het geval was, zien we dat veel spelers zich enkel richten op een hoge prijs (1), zonder te kijken naar de lange termijn behoeften van de industrie: komt deze hogere prijs terecht bij de boeren? Zijn de kosten op de boerderij hetzelfde gebleven? Zullen we ons ertoe verbinden om volgend jaar van hen te kopen en deze prijs te betalen? Deze vragen worden te weinig gesteld en in de meeste gevallen is het antwoord **nee**.

Voor de grotere koffiebedrijven die de huidige grondstoffenmarkt van koffie grotendeels controleren en er van profiteren, is een gebrek aan relatie (2) en kwaliteit (3) niet alleen naïef, maar ook angstaanjagend. Het wordt gebruikt om consumenten te manipuleren om te denken dat koffie altijd hetzelfde moet smaken, hetzelfde moet zijn en de status quo van de huidige koffiemarkt onder hun controle werkt.



De commodity markt kent tijdelijke prijsspieken, maar zonder de stabiliteit van een duurzame waardeketen relatie of enige erkenning voor kwaliteit

In de specialty coffee wereld ligt de focus vaak sterk op kwaliteit. Hoewel dit gepaard gaat met een betere marktprijs, vereist het vaak hogere kosten en risico's voor boeren om hopelijk een betere marge te behalen op een klein deel van hun boerderijen. In sommige gevallen staat kwaliteit op de derde of vierde plaats op de lijst van dringende uitdagingen of betaalbare kansen waarmee koffieboeren worden geconfronteerd, waardoor koffie produceren voor het specialty segment minder interessant wordt. Door te werken zonder dit te begrijpen en zonder een toegewijde relatie die op grote schaal impact kan hebben, worden boeren steeds afhankelijker van gespecialiseerde kopers, die zich kunnen verschuilen achter relatief hoge prijzen op exportniveau (die sowieso betaald zouden moeten worden voor de hogere waarde van de geleverde producten).



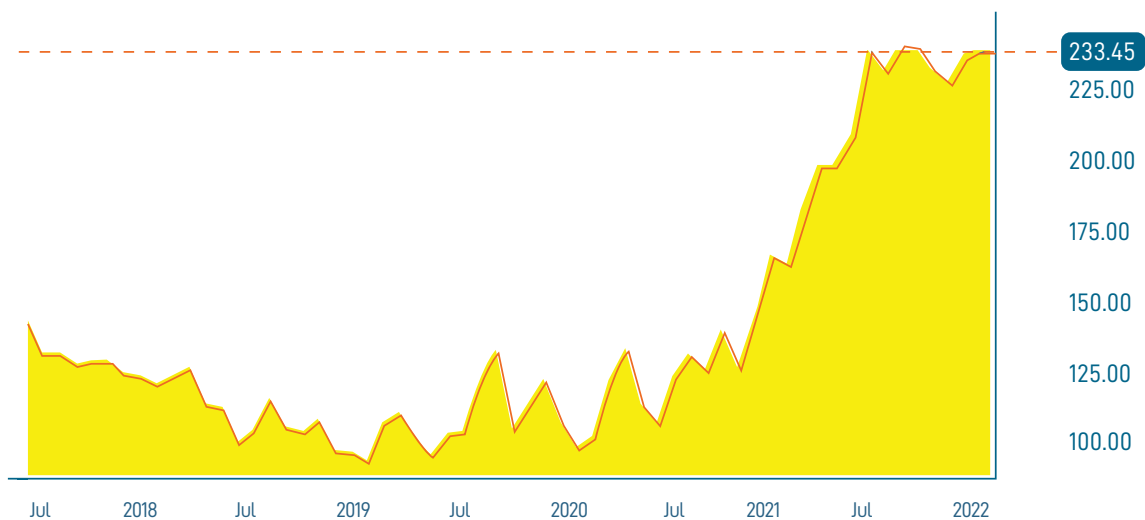
De specialty coffee industrie zoekt vaak koffies van de hoogste kwaliteit en betaalt daarvoor een hogere prijs betalen dan de commodity markt, alleen zonder een holistische visie wat dit betekent voor het inkomen van de boerderij en de relatie die de boer voorop stelt. Hierdoor wordt deze markt voor veel boeren ontoegankelijk.

Voor ons heeft het afgelopen jaar juist de urgentie, complexiteit en kansen binnen de koffiewereld uitvergroot. We hebben het geluk gehad om samen te werken met de mensen in onze 14 waardeketens, die op zijn minst net zo eigenwijs, toegewijd en hoopvol zijn voor de toekomst van koffie. Tegelijkertijd hebben duizenden koffiedrinkers in Europa zich aangemeld om hun favoriete drankje in te zetten als middel om goed te doen. Dit rapport is geschreven om jou dichterbij de kern te brengen en om te laten zien waar we de komende jaren samen aan gaan werken.

3 Is de koffiemarkt een doos van Pandora?

Een belangrijke krantenkop sinds januari 2021 is de stijgende wereldmarktprijs van koffie (de C-price), die in 2021 zijn hoogste piek in tien jaar heeft bereikt en sindsdien gestaag door stijgt. In tegenstelling tot de algemenere pieken in de koffiemarkt, bevinden we ons te midden van een overwegend consistente "hoge" prijs over een langere periode (de C-price is sinds 2010 niet meer dan negen maanden boven \$2,00 geweest).

**De prijs per 'pound' koffie -
Een overzicht over vijf jaar**



Historische grafiek van de wereldwijde koffie termijnhandel, de zogenaamde C-price (US\$/lb)

Een belangrijke factor in deze stijging en in het algemene gedrag van de markt is de stand van de Braziliaanse koffieoogst. De strengste vorst in meer dan veertig jaar trof Braziliaanse koffieplantages in juli 2021, waardoor meer dan 30% van de koffieproductie van de boerderijen werd aangetast. Dit bracht de koffie-industrie in een neerwaartse spiraal, met bezorgdheid over de beschikbaarheid van koffie die een prijsstijging veroorzaakte die elke dag aanzienlijk varieerde.

In de meeste conventionele markten is een eenvoudige dynamiek van vraag en aanbod te verwachten. Echter werd het effect nog verder versterkt door speculatie van handelaren, dat wil zeggen het grote aantal spelers dat financieel gewin zoekt in de schommelingen van de markt. Het resultaat: wanneer prijzen stijgen, is er een beperkte logische redenering en dus beperkte controle van producenten om de prijs op dit nieuwe niveau te houden. Evenzo is er geen voorspelbaarheid over waar de prijs morgen, volgende week of bij de volgende oogst naartoe zal gaan.

Een hogere marktprijs is over het algemeen zeer goed nieuws voor boeren. Maar wanneer het wordt geïmplementeerd binnen een commodity structuur met kenmerkende willekeurige prijzen, een gebrek aan risicodeling, stabiliteit en langdurige partnerships, biedt het uitdagingen. Hierdoor wordt het koffie-equivalent van de doos van Pandora geopend.



Het sorteren van koffiebonen op basis van kwaliteit in **Nebbi, Oeganda**

KWALITEIT

Kwaliteit wordt bijzonder moeilijk te waarborgen in een opgeblazen markt, vanwege factoren zoals:



Angst voor diefstal

Door de plotselinge en aanzienlijke stijging van de waarde van koffie wordt het een aantrekkelijke buit voor overvallers. Om dit te voorkomen, plukken boeren hun koffiebossen vaak gehaast, rijp of niet, wat een aanzienlijke invloed heeft op hoe het smaakt bij jou thuis.



Gebrek aan motivatie voor kwaliteit.

Het is niet gek dat koffieboeren bij het aanbod van een 'tijdelijk' hogere prijs door de commodity markt/lagere kwaliteit koffiemarkt, het steeds minder aantrekkelijk wordt om tijd, kosten en moeite te steken in het produceren van specialty kwaliteit. De volatiliteit van de markt moedigt boeren bovendien aan om snel te verkopen wanneer de prijs hoog is, met minder tijd en focus op kwaliteit.



Hogere vraag naar volume, ongeacht de kwaliteit.

Het is in veel opzichten verfrissend om getuige te zijn van een jaar waarin boeren konden kiezen waar ze hun koffie wilden verkopen. In dit scenario worden lokale kopers steeds actiever naarmate de waarde van koffie stijgt en het volume afneemt. Nieuwe kopers die tijdelijk de koffiemarkt bedienen komen binnen, bieden snel contant geld, en gaan op zoek naar de volgende koffie aankoop. Hierdoor zijn boeren en boerengroepen onzeker over de vraag op lange termijn, wat betreft volume en kwaliteit, naar koffie in hun regio.

WERKKAPITAAL EN HET VERMOGEN OM VOLUMES TE VERKRIJGEN



Om toegang te krijgen tot de financiering die nodig is om koffie van boeren te kopen, moeten boerengroepen bewijzen dat ze de koffie die ze kopen en verwerken, ook daadwerkelijk kunnen verkopen. En ten minste tegen een prijs die hun kosten dekt. Contracten met koffiekopers worden daarom een zeer belangrijk onderdeel van dit proces, evenals het garanderen dat er voldoende werkkapitaal is voor de boerengroep om hun aankopen het komende seizoen te doen.

Er ontstaat echter een groot probleem voor de boerengroepen wanneer de waarde van de koffie drastisch verandert in de tijd tussen de koopovereenkomst en het moment van de daadwerkelijk inkoop. Plots zijn hun kosten (de aankoop prijs van koffie van boeren, verwerkingskosten, transport) hoger dan de aanvankelijk overeengekomen verkoopprijs. Als ze verkopen aan lokale handelaren, hangt de prijs die ze krijgen grotendeels af van de C-price op de dag van aankoop - wie weet hoe dat zich verhoudt tot hun input. Grotere bedrijven zijn in een betere positie om dit risico te beperken, maar voor kleinere lokale bedrijven kan dit een verlies van winst betekenen en zelfs verlies op de oogst.

Wakuli's visie op langetermijnrelaties betekent het delen van deze risico's in de hele keten, wat in een praktische zin betekent dat er voorafgaand aan de oogst overeenstemming wordt bereikt over een haalbare prijs en volume, en de haalbaarheid hiervan gedurende het hele inkoopproces. Dit wordt beoordeeld om ervoor te zorgen dat het zakelijk zinvol is voor alle betrokkenen, en als er compromissen worden gesloten, worden deze gedeeld en leiden ze tot een duidelijk langetermijnavoordeel.

WINST

Terwijl de prijs van koffie steeg, vertaalde dit zich niet direct in een hogere winst en een duurzaam netto-inkomen op boerderijen. Hogere prijzen leidden direct tot prijsstijgingen van landbouw inputs, waardoor de productiekosten op boerderijen toenam.

Voor boerengroepen en boerderijen die tijdens het oogstseizoen afhankelijk zijn van tijdelijke arbeiders, leidden de tekorten aan arbeidskrachten als gevolg van de pandemie ook tot hogere kosten. Deze factoren komen bovenop de belangrijkste factor - het feit dat de koffieprijzen de afgelopen 40 jaar ongeveer rond hetzelfde punt schommelden, terwijl de omringende wereld is veranderd samen met de kosten van overleven.

De optelsom van deze factoren wijst in één richting - hoewel een hogere prijs voor koffie belangrijk is, is het systeem waarin deze wordt verdeeld van fundamenteel belang voor het succes ervan. Kortom, samenwerkingsrelaties in de hele productieketen maken of breken de toekomst van koffie.

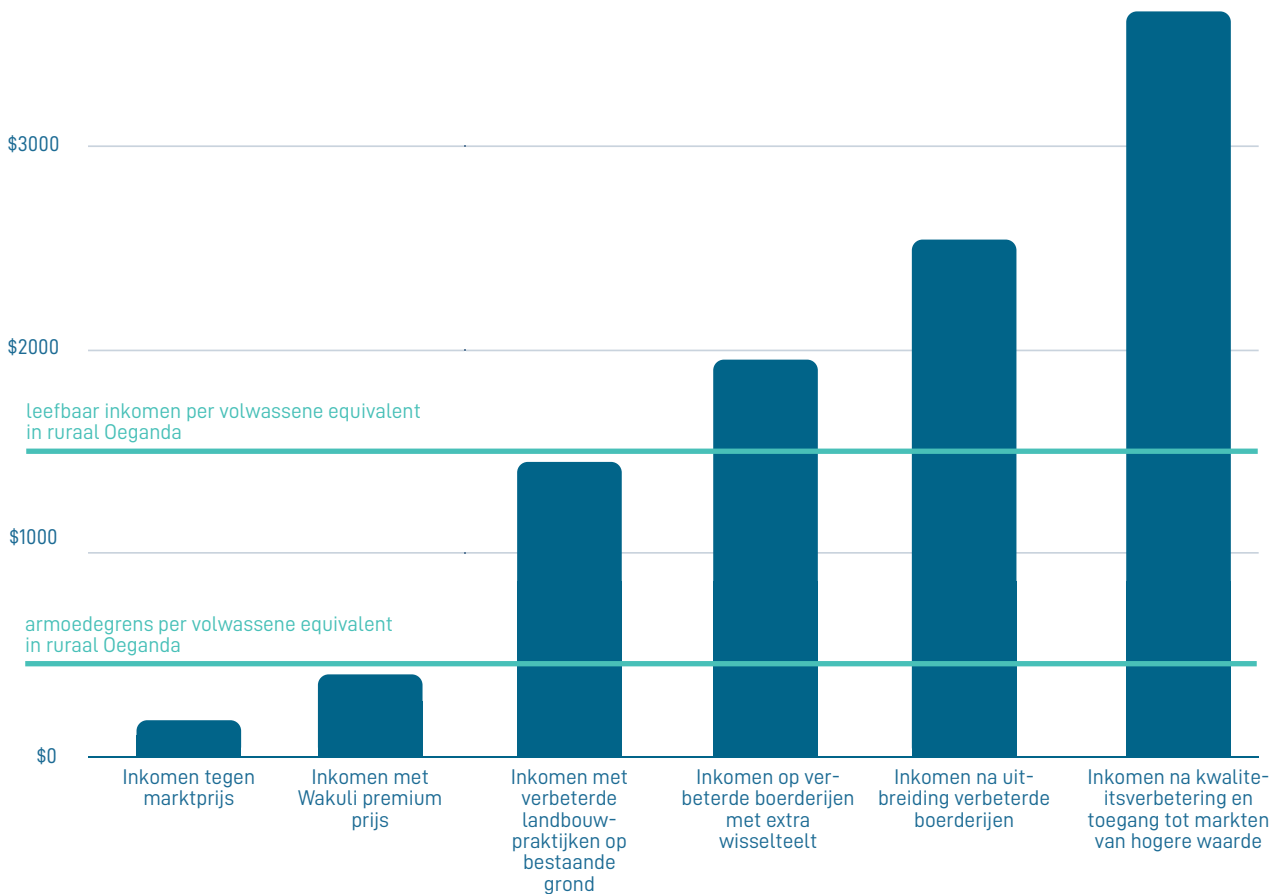


Partners (en hun familie)
van **Coopervass, Brazilië**

4 Een prijsstijging is een begin, maar...

Hieronder zie je verschillende inkomensscenario's op een gemiddelde arabica-boerderij in één van onze partnerregio's, het Nebbi-district van Oeganda.

Jaarlijks inkomen (USD)



Huidige en potentiële, toekomstig inkomensscenario's op een gemiddelde Arabica-boerderij in Nebbi, Oeganda

Hoewel een netto gezinsinkomen van \$435 onrealistisch lijkt, claimt de meerderheid van de boeren in deze regio dat dit bedrag uit koffie hun belangrijkste bron van inkomsten is. Het is ook de inkomstroom waar ze de minste tijd aan besteden - met de geschiedenis van onderbetaling en onvoorspelbaarheid van de koffiemarkt is er een grote terughoudendheid om verder te investeren in dit gewas.

Zelfs met hogere marktprijzen en premies (kolom 2), kun je zien dat boeren ver verwijderd zijn van een fatsoenlijk inkomen op hun bestaande boerderijen, wat de noodzaak benadrukt om naar kansen buiten prijs te kijken.

Hoewel de context van elke herkomst anders is en Oeganda een van de meest extreme scenario's qua lage inkomens in onze portefeuille is, blijft het vinden van andere wegen om een fatsoenlijk leefbaar inkomen te bereiken, naast de direct betaalde prijs, van cruciaal belang. In dit geval is het bijvoorbeeld duidelijk dat door te focussen op het verhogen van de koffieproductie, de kwaliteit van die koffie en de daaropvolgende markt, het diversifiëren van inkomen en/of het verlagen van de kosten voor boeren gezamenlijk komen tot meer winstgevend boeren voor onze partners in Nebbi.

Natuurlijk zit er veel overlap in voorgenoemde factoren en hun relatieve prioriteit en impact in elke gemeenschap varieert. Het begrijpen van de belangrijkste factoren en effectieve oplossingen is een groot deel van waar wij nu mee bezig zijn bij Wakuli. Maar naast het verder definiëren van complexe uitdagingen en oplossingen is het tegelijkertijd belangrijk om snel stappen te ondernemen, hoe eenvoudig en klein ze in het begin ook lijken, om tastbare, door boeren **geleide veranderingen teweeg te brengen**.



Thomas, een van onze partners uit **Mbinga** die ons groet tijdens ons bezoek in **Tanzania**.

5 De focus voor 2021

In 2020 introduceerden we onze baseline, onze start van het ondersteunen van boeren bij het bereiken van een sustainable living income (SLI) door er op zijn minst voor te zorgen dat we een hogere prijs betalen dan de markten die hun koffie momenteel onderwaarden.

Naarmate onze relatie met partners in de afgelopen twee jaar is ontwikkeld, hebben we wederzijds vertrouwen kunnen gebruiken om verder te gaan dan deze baseline van hogere prijzen. Hierbij gingen wij verder dan alleen de belofte om nog een jaar terug te komen. Wij willen daadwerkelijk samenwerken door de obstakels van de pandemie, transport uitdagingen en prijsproblemen aan te pakken.

Er zijn enorme en cruciale winsten te behalen door de impact op deze manier te diversifiëren. Ten eerste, hoewel we een door de boeren geleide prijsbepalingsbenadering gebruiken, zijn er grenzen aan hoe ver dit kan gaan; hoewel we een hogere prijs betalen, garandeert dit op zichzelf niet dat andere kopers hetzelfde zullen doen, in ieder geval niet van de ene op de andere dag. Tegelijkertijd is het, met beperkte beschikbare middelen om de kosten op bedrijfsniveau betrouwbaar te documenteren, voor de meeste boeren moeilijk om nauwkeurig een winstgevende prijs aan ons voor te stellen, in plaats van een prijs die voldoende bijdraagt aan hun totale gezinkomen.

We moeten daarom ook manieren ontwikkelen voor boeren om zelfstandig een hogere prijs af te dwingen – zij het door een duidelijker beeld van de koffiemarkt, het verhogen van de productwaarde, het vergroten van de marketing- en operationele sterktes, en ga zo maar door.

Ten tweede vormt de centrale rol van koffie in het leven van de meest gemarginaliseerde gemeenschappen een belangrijk instrument om sociale en ecologische veranderingen tot stand te brengen. Ongeveer 10 miljoen hectare land wordt wereldwijd gebruikt voor koffieteelt, wat betekent dat het kan worden gebruikt als een motor om meer dan 3 miljoen ton koolstof te absorberen als het op een effectieve manier wordt benut.

Het benutten van deze mogelijkheden vereist echter veel vertrouwen tussen alle spelers, namelijk boeren, leiders van boerengroepen en Wakuli, naast een duidelijk begrip van de risico's en uitdagingen waarmee elk van de gemeenschappen waarin we werken worden geconfronteerd.

De roadmap op de volgende pagina beschrijft de reis die we maken zodra we met een nieuwe regio of met een nieuwe groep gaan werken, en begint met inzicht te geven in hoe onze algemene missie zich vertaalt in elk van onze partnerships.



Tijdens ons bezoek aan het Gonyobendo microstation in **Nebbi, Oeganda**

Legenda



Focus op Algemene Impact



Focus op Regeneratieve Landbouw



Focus op Dataverbetering

Goal

Duurzame, onafhankelijke,
koffieboerderijen

Fase 4

Projectuitvoering om minimaal 1
geprioriteerd risico aan te pakken.Project roll-out met eerste bo-
erengroep + opschalingsplan.Plan gemaakt voor leefbaar inkomen,
met hulp van een inkoop roadmap en
projectvoortgang.

Fase 3

Beoordelen, prioriteren en plan-
nen om risico's aan te pakken.Ecologische risicobeoordeling,
prioritering + overlap met andere
risico's.
Stel scope en plan voor pilotproj-
ect vast.Bepaal de productiekosten en
het meetplan voor het leefbaar
inkomen.

Fase 2

Stel scope in (boerengroep en
koffie).
Betaal gezamenlijk overeenge-
komen prijs die een premie is voor
de huidige markten.Verbind gegevensbehoeften met
kansen op de koolstofmarkt.Zet een continue meting van het
inkomen op de boerderij op en maak
een plan om gaten aan te pakken.

Fase 1



Waarde en product afstemming.

Begrijp productie praktijken
en prioriteiten.Baseline van bestaande gegevens +
verzameling van prijsverdeling.

Begin hier

1

2

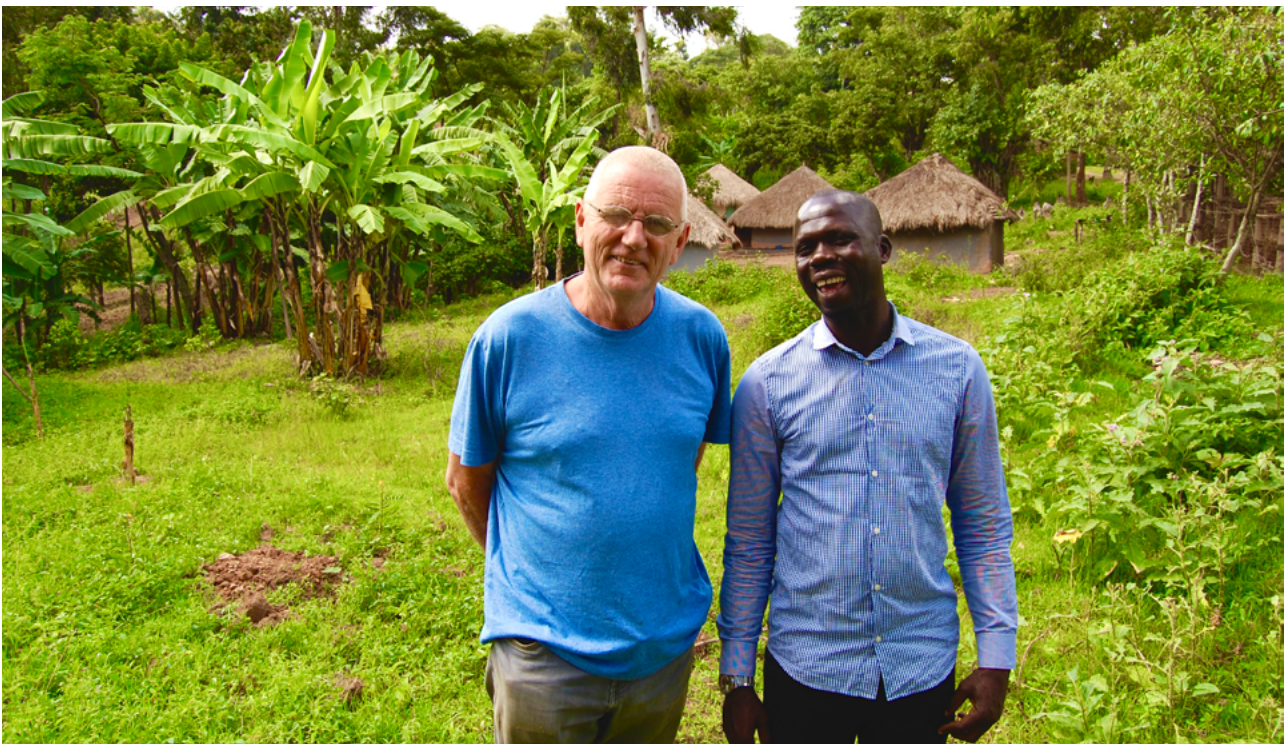
4

3

6 Oeganda- uitgelicht

Aggrey en Andy van Zombo Coffee Partners (ZCP) hebben een geheel nieuwe manier van werken met boeren in het noordwesten van Oeganda geïntroduceerd. We werken sinds 2019 met hen samen; niet lang nadat ze ZCP hebben opgericht. Onze samenwerking gaf ons een betere kijk op de problemen die gepaard gaan met disruptie in een koffiemarkt, vooral toen we met hen voor de deur stonden van enkele van de grootste koffiehandelaars ter wereld.

Zombo en Nebbi, de districten waarop ZCP zich heeft gericht, zijn twee van de weinige arabica-producerende gebieden in Oeganda, een landschap dat wordt gedomineerd door de productie van robusta. De meeste boerderijen in het land zijn kleinschalige boeren, maar de koffie-output van ZCP-partners is uitzonderlijk laag, met boerderijen die naar schatting minder dan 100 kg exporteerbare koffie per jaar produceren.



Links zie je Andy Carlton en rechts Aggrey Chombe. Co-directeuren van Zombo Coffee Partners, onze partner in Oeganda

Buiten de boerderij heeft dit een duidelijk domino-effect op het verwerkingsniveau: met lage volumes krijg je hogere verwerkingskosten en kwaliteitsrisico's, en tussen lokale kopers een hogere concurrentie voor het beperkte aanbod.

ZCP is een relatief nieuwe koper in dit gebied, waar al jaren grote koffie bedrijven actief zijn. De lokale koffie-markt is ongelooflijk mobiel, vooral in een opgeblazen markt waar kopers niet alleen verhuizen om de laagste koffieprijsen te vinden, maar ook om voldoende volumes te vinden om hun contracten na te komen. Andy beschreef de jacht voor ons:

"In 2021 verhuisden kopers uit Kenia naar Mount Elgon in het oosten van Oeganda, waar koffie vergelijkbaar is met Keniaanse koffie, maar dan goedkoper. Kopers van Mount Elgon verhuisden om dezelfde reden naar Zombo en Nebbi. Onze lokale kopers verhuisden over de westgrens naar DR Congo, in een soort naar het westen bewegende stoelendans. Iedereen was enthousiast over de grote stijging van de C-price, waardoor de lokale prijs voor koffiebonen met 60% steeg. Onze boeren hebben op korte termijn zeker geprofiteerd van de oogst van 2021. Of de uitkering blijvend is, is minder zeker. Het is nooit eerder zo geweest."

Zoals eerder vermeld is deze prijsconcurrentie in de meeste gevallen een zeer goede zaak voor het kortetermijn inkomen van een boer. Afgezien van de directe financiële beloning, is de casus bewezen dat kopers inderdaad een hogere prijs kunnen betalen dan ze in het verleden hebben betaald, en motiveert boeren om te investeren in een toekomst in koffie.

Maar zoals Andy ons zei, zonder een op de boer gerichte benadering **en relatie**, is er weinig vertrouwen dat dit standhoudt. Hoewel de aanwezigheid van ZCP als gezonde concurrentie voor koffie in de regio fungeert, is er onzekerheid over wat er zou gebeuren met koffieprijsen als ze hier niet meer actief waren.



Prijs



Relatie



Kwaliteit

De plaatselijke kopers in Oeganda betaalden dit jaar een hogere prijs dan zij gewoonlijk doen, maar zonder enige toezegging om in de toekomst te kopen of zelfs maar een vergelijkbare prijs te handhaven.

Dus waar beginnen we? Tijdens onze tijd in Oeganda het afgelopen jaar hebben we gesproken met boeren en managers hoe we deze uitdagingen blijvend kunnen aanpakken, en maakten samen een plan.

We hebben twee belangrijke aandachtsgebieden gedefinieerd. Ten eerste, een prijsstructuur die iedereen heel eenvoudig en duidelijk beloont in de keten voor koffie van hogere kwaliteit. In 2022 zijn we al met dit systeem aan de slag gegaan.



Ten tweede moeten we de winstgevendheid op boerderijniveau verhogen door de arbeidskosten en directe kosten te verlagen terwijl we de output van hun bestaande oogst verhogen, zoals het volume en de kwaliteit van koffie per boom. Dit kan niet gedaan worden zonder directe focus op bodemgezondheid en biodiversiteit op boerderijen. Daarmee hebben we een kans om de afhankelijkheid van externe input op boerderijen te verminderen, de opbrengsten te verhogen en kleinschalige boeren klimaatpositief te maken in plaats van een uitstoter van koolstof.

In samenwerking met MVO Nederland ontwerpen we momenteel een project dat wordt geleid door de boeren partners van ZCP op 1000+ boerderijen in Zombo en Nebbi, gericht op het toegankelijk maken van regeneratieve landbouw die wijdverbreid, winstgevend en inclusief is.



Prijs



Relatie



Kwaliteit

Met een nieuwe prijsstructuur die kwaliteit rechtstreeks beloont, zetten wij een nieuwe stap in onze relatie om de winst en dus het inkomen van landbouwbedrijven te verhogen

7 Honduras- uitgelicht

Gedurende het 2021/2022 seizoen bleven onze prijzen marginaal hoger dan de alternatieve markten in Honduras, aangezien de opgeblazen markt aanhield. Toch stonden de boeren in El Pinal er nog steeds op om koffie te leveren via CAFESMO aan Wakuli. We vroegen onze partners waarom, en Hidardo, directeur van coöperatie CAFESMO, antwoordde:

"Vanuit ons oogpunt is het belangrijkste aan een directe samenwerking met Wakuli dat de producenten zekerheid hebben gekregen over verkoop en stabiliteit en dat ze weten wie hun koffie echt koopt."

"Naast het feit dat Wakuli een koffiebrander is die zeer toegewijd is aan sociale en ecologische verantwoordelijkheid en direct gekoppeld is aan de impact die wordt gegenereerd in de gemeenschap van Pinal; Wakuli heeft ook verschillende programma's ondersteund die door CAFESMO worden gepromoot, zoals de workshops die gericht zijn op het promoten en verbeteren van de kwaliteit van specialty coffee en het genereren van meer kennis bij de producenten."

Als je alleen naar onze prijstransparantie data kijkt, zou je kunnen denken dat de prijsstijgingen voor boeren voldoende zijn om de uitdagingen in El Pinal aan te gaan. Dit jaar betaalde Wakuli 27% meer dan in ons eerste jaar van aankoop en verdubbelde bijna het volume koffie. Het is de hoogste koffieprijs die in jaren aan boeren is betaald, maar El Pinal ziet nog steeds massale migratie vanuit de gemeenschap vanwege het lage gezinsinkomen van boeren die afhankelijk zijn van koffie. Dit betekent niet dat we de verkeerde kant op gaan, alleen dat we aan het begin staan van een veranderende reis.

Hoe kunnen we de volgende stap nemen? Over het algemeen zijn koffieboerderijen die succes hebben (zoals degenen die een behoorlijk inkomen kunnen behouden en die zich in een opwaartse economische spiraal bevinden) grotendeels afhankelijk van het resterende kapitaal aan het einde van het jaar om effectief te kunnen herinvesteren in het land.

Dit lijkt heel voor de hand liggend en logisch, maar dit is nog steeds niet hoe de industrie er in het algemeen mee omgaat, waardoor het vaak geen prioriteit krijgt. Het vraagt van iedereen in de keten om hun kortetermijndoelen meer dan alleen op prijs te laten berusten, en juist de marges en het totale inkomen in het boerenbedrijf leidend te maken. In het huidige scenario beschikken de meeste boeren niet over de gegevens om dit te doen. Er is beperkte kennis over wat het kost om koffie te produceren, hoe dit verandert bij opschalen, en dus wat er nodig is van zowel boeren als kopers om deze situatie te verbeteren, althans vanuit economisch oogpunt.



Groene koffiebonen aan het drogen na het wasproces

Daarom is er in El Pinal, naast inspanningen om prijs en kwaliteit te verhogen, de noodzaak om te focussen op boeren die inzicht hebben in en controle hebben over hun marges - een fundamenteel onderdeel van onze volgende stap samen. We hebben in 2021 een paar weken in El Pinal doorgebracht om hieraan te werken. Het doel - Het beter begrijpen van de huidige inkomstenstromen bij boeren. Daarnaast hebben we gekeken naar de belemmeringen voor een nauwkeurige boekhouding om samen met CAFESMO een plan te vormen over hoe we een volledig, transparant en effectief overzicht van kosten en inkomsten binnen de waardeketen kunnen creëren, dat verder gaat dan alleen de verkoopprijs van een kilo koffie.

We zijn erg afhankelijk van een sterke relatie om hieraan te werken. Loyaliteit kan uiteindelijk duur uitpakken, en in veel ketens zijn boeren vaak de enigen die offers brengen om relaties levend te houden, ondanks het feit dat de hele waardeketen gelooft in het belang ervan. En hoewel boeren zich blijven inzetten voor onze partnership, blijft liquiditeit een uitdaging, en soms moeten ze hun koffie ergens anders verkopen om onmiddellijke en stijgende kosten te dekken.



Onze koffiepartners van Cafesmo, Honduras

Samen werken aan onze langetermijnvisie komt daarom soms vooral neer op het behouden van de relatie en de compromissen die daarvoor nodig zijn te delen, bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat we een premie betalen boven de markt, zelfs als de prijzen pieken.

We houden vol dat kwaliteit een belangrijke manier is om die pieken te compenseren en meer toegewijde markten veilig te stellen. De boeren van El Pinal zijn vooral enthousiast om dit te onderzoeken, waarbij ze innovatie gebruiken om naam te maken voor hun koffie. Dit jaar ondersteunde Wakuli CAFESMO in workshops om boeren te helpen met het perfectioneren van fermentatietechnieken voor hun koffie, waardoor de expressiviteit en kwaliteit van hun bonen toenemen. De nadruk lag hier op het zo eenvoudig mogelijk maken van verbeteringen zodat ze een beter product kunnen leveren met minder stappen onderweg.

Met workshops als deze en de energie van de boeren in El Pinal hopen we de komende jaren onze inkoop bij de gemeenschap te diversifiëren. Op deze manier kunnen we prijzen differentiëren voor kavels van hogere kwaliteit, waardoor deze investeringen in kwaliteit op grotere schaal worden gestimuleerd.



Prijs



Relatie



Kwaliteit

Door ons aan te passen aan de markt tijdens prijspieken en te investeren in inspanningen op langere termijn om de kwaliteit van de koffie te verhogen, bijvoorbeeld door een verbeterd koffieverwerkingsproces, kunnen we onze relatie intensiveren naar een stabiel en winstgevend inkomen uit koffie op de lange termijn.



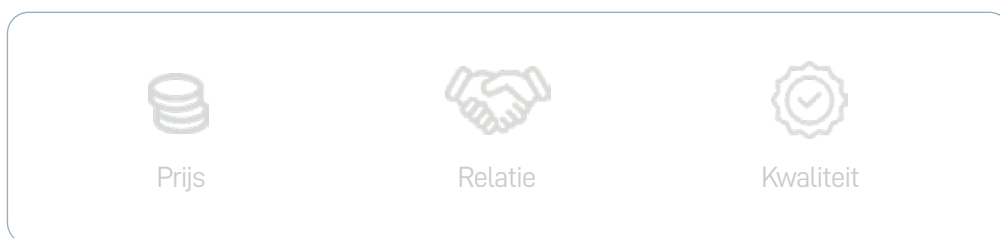
De voetballende koffiëboeren van El Pinal

8 Tanzania- uitgelicht

Tanzania bevindt zich over het algemeen in de periferie van de specialty coffee markt, en de zuidelijke regio's van het land zijn min of meer ongezien in hoogwaardige markten. Maar de boeren in deze regio hebben een ongelooflijk potentieel. Ze hebben namelijk een onderscheidend en uniek smaakprofiel in hun bonen, er zijn echter enkele bottlenecks wat betreft productie die hen weghouden van een specialty coffee kwaliteit. Sinds 2016, toen Wakuli nog maar een idee was, zijn we samen met onze vrienden in de afgelegen Mbinga regio gaan uitzoeken wat de grootste barrières zijn om de potentie van deze kwaliteitskoffie te benutten.

Overheidsbeperkingen op de meeste directe export- en handelsbetrekkingen waren het eerste belangrijke punt. Boeren mogen niet rechtstreeks exporteren - een regeling die wordt uitgelegd als bescherming voor boeren, maar in feite wordt gebruikt als een institutioneel instrument voor controle en hogere belastingen op de export.

Met een systeem dat de internationale toegang voor kleinschalige boeren beperkt, is er een grote afhankelijkheid van de nationale koffieveiling - een markt met extreem lage en volatiele prijzen die de commodity markt voedt, geen erkenning geeft voor kwaliteit en iedere mogelijkheid voor directe relaties blokkeert. Het is belangrijk om dit te overwegen in de context van boeren die al fysieke en culturele barrières tussen hen en kopers hebben. De meeste boeren met wie we in de regio samenwerken hebben zelf nog nooit hun koffie geproefd, daarom komt het idee van een product van hogere kwaliteit voornamelijk uit feedback van derden. Omdat de veiling de koffieproductie controleert, wordt er minimale of geen informatie gedeeld met boeren over de kwaliteit van hun product, wat de waarde ervan op de markt is of waar en hoe verbeteringen kunnen worden aangebracht. Als er verbeteringen worden aangebracht, zonder dat daar per se een hogere prijs tegenover staat, is er geen garantie dat deze inspanning zal worden beloond, of dat die beloning de investering vooraf waard zal zijn.



Er is geen prijs - of kwaliteitscontrole voor boeren binnen het lokale koffieveilingsysteem, en er zijn aanzienlijke belemmeringen voor het onderhouden van directe langtermijnrelaties.

Daarom is er, los van een gebrek aan duidelijke motivatie om in kwaliteit te investeren, geen kapitaal om dit te doen. Hierdoor houdt de veiling koffieproductie onder controle en kan er geen relatie tussen boeren en consumenten worden gecreëerd.

Er zijn duidelijk kansen om hier een meer gelijkwaardige koffiesector te creëren, maar weinigen kunnen of willen de risico's nemen. In 2019 hebben we samen met Adolph Kumburu en Thomas Ngapomba van CBC Ltd. besloten om de sprong te wagen en **samen een pad voor directe handel op te bouwen**, een pad dat ook gemakkelijk toegankelijk is voor andere specialty inkopers die op dit begin kunnen voortbouwen en de impact op meer boeren kunnen vergroten voor de langere termijn. We kunnen dan geleidelijk evolueren naar een open, transparante en winstgevende sector die wordt gedreven door boeren die hier de vruchten van kunnen plukken.

CBC begon de logistieke en bureaucratische hindernissen op te lossen, terwijl we de geproduceerde kwaliteit met twee boerengroepen volgden. De oogst van 2020 leverde goede koffie op, maar deze was verborgen onder te veel kwaliteitsgebreken om export mogelijk te maken. We hebben vanaf dit punt een stappenplan gemaakt om te voorkomen dat dit opnieuw gebeurt om een constant hoge kwaliteit te garanderen. Vervolgens hebben wij gezamenlijk besloten hoe we de risico's van deze investeringen kunnen delen en zijn aan de slag gegaan.

Uiteindelijk hebben we leningen verstrekt om de aankopen van koffiebossen voor te financieren en essentiële upgrades aan de wasstations door te voeren. Dit betekende dat het mogelijk was om boeren een deel van hun inkomen "contant" uit te betalen bij levering van de bossen, zodat ze niet hoefden te wachten tot het einde van de oogst voor het grootste deel van hun inkomen.



Koffiepartners uit Mbinga, Tanzania.

Afgezien van het feit dat financiële planning iets minder moeilijk was dan het anders zou zijn geweest, heeft dit bijgedragen aan het vertrouwen in deze nieuwe manier van werken en het belonen van de risico's die de boerengroep nam.

In mei 2022 ging de eerste partij Mbinga-koffie naar Wakuli-klanten - een geweldige koffie, kenmerkend voor Tanzania en een klinkende verbetering ten opzichte van de koffie die in 2020 werd beoordeeld. Hoewel er nog een lange weg te gaan is om het meeste uit de koffie te halen qua kwaliteit hier, bracht deze eerste export **de hoogste prijs** die deze boeren ooit hebben gekregen voor hun koffie (**38% boven de lokale prijs voor de hoogste kwaliteit koffie**). Het creëerde een nieuwe, onafhankelijke waardeketen, met een eerste succesvolle export op hun naam die de weg heeft vrijgemaakt voor betere toegang tot financiering en mogelijkheden om te schalen. Daarnaast heeft een aantal boeren in onze laatste twee bezoeken afgelopen jaar voor het eerst kennis kunnen maken met de uiteindelijke koper van hun koffie, soms na 50 jaar in koffie gewerkt te hebben!



Cupping sessie tijdens ons bezoek aan Tanzania, Oktober 2021

Vandaag werken we al samen aan onze export voor 2023, waarbij we de belangrijkste gebieden voor co-investering schetsen, voortbouwen op kwaliteit en de robuustheid van deze transformerende waardeketen blijven vergroten.



Prijs



Relatie



Kwaliteit

Het focussen op kwaliteit en het bouwen van vertrouwen voor een eerste rechtstreekse export, leidt tot een hogere prijs voor de boeren. Dit is een sterke start voor een betere koffietoekomst in Mbinga.

Tot zover het Impact Report van 2021. Bedankt dat je de moeite hebt genomen om te lezen over onze missie, de strategie en de toekomst. Elk jaar kijken we kritisch naar de veranderingen in de wereld rondom koffie, van boon tot de kop bij jou thuis. En we zijn er dus nog niet.

Dat is soms best moeilijk, maar we hebben er het volste vertrouwen dat we het verschil gaan maken. Het klinkt wellicht cliché, maar zonder jou kan dat niet.

Of je nu onze boerenpartner of Wakuli fan bent, we zijn blij dat je meeleest. Want alleen samen maken we de wereld van koffie een stuk mooier, eerlijker, beter en lekkerder voor iedereen.

Laat ons weten als je vragen hebt via onze socials of de klantenservice, we helpen je graag.

That's the Wakuli way, enjoy.



Workshop met boeren van **ZCP, Oeganda** om de problemen en mogelijke oplossingen beter te begrijpen

10

Waar we zijn in getallen...



KG's koffie
aangekocht

2020

55,512

>>

2021

150,990



Prijs per
KG voor boer

\$3,72

>>

\$4,38



Koffieboeren

3,613

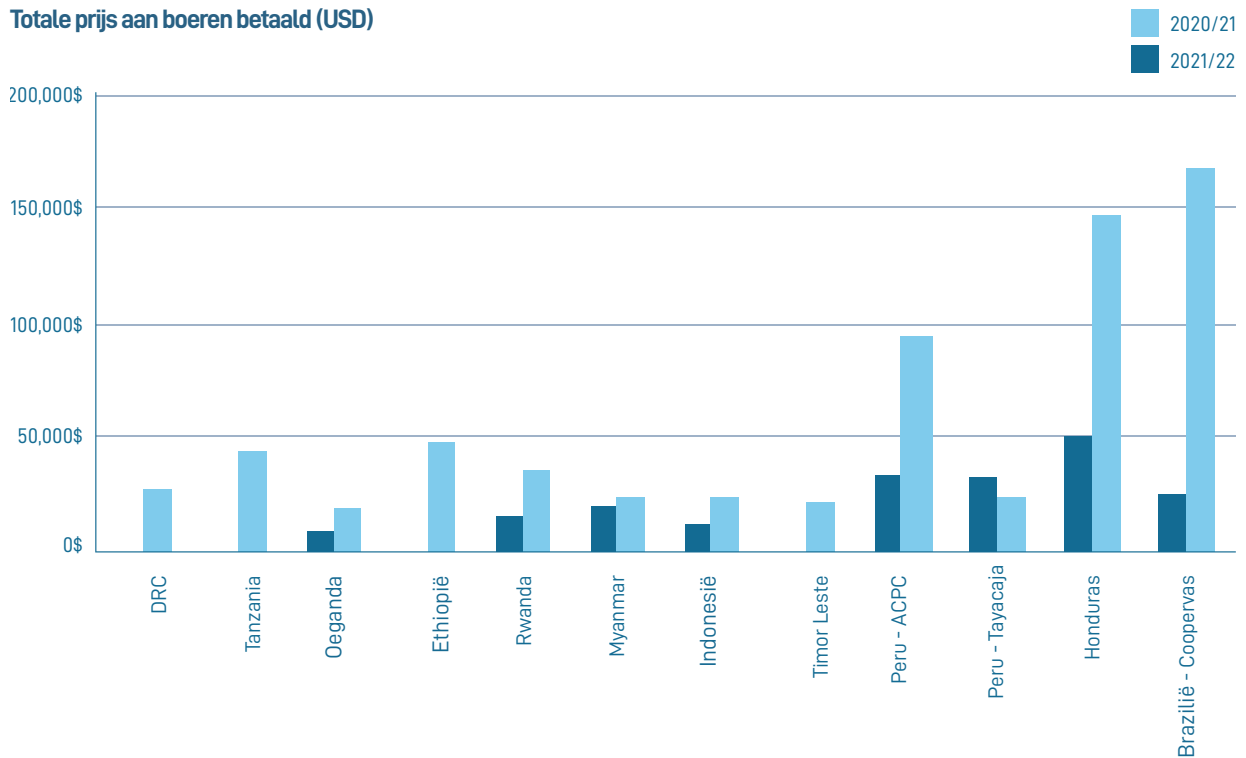
>>

9,774



16 partners in
15 landen

Totale prijs aan boeren betaald (USD)



Land van herkomst	Naam Partner	Naam Sinds	2020/21 Volume (kg)	2021/22 Volume (kg)	Prijs voor boer sinds 2020 (USD/kg)	Prijs voor boer sinds 2021 (USD/kg)	Meest recente FOB prijs (USD/kg)	Hoeveelheid boeren 2021
DRC	Rebuild Womens Hope	2021		8,640		3,04	5,84	1,499
Tanzania	Cafe Business Consult (CBC)	2020		9,600		4,47	5,29	9
Oeganda	Zombo Coffee Partners (ZCP)	2020	2,580	4,800	3,10	3,79	5,73	250
Ethiopië	Kata Muduga Union	2021		10,200		4,69	6,17	53
Rwanda	Baho coffee	2020	3,600	6,600	4,34	5,23	7,25	856
Myanmar	Indigo Mountain	2020	3,600	4,860	5,56	4,54	6,61	51
Indonesië	ASNIKOM	2019	2,880	6,000	3,93	3,93	5,44	24
Timor Leste	Raw Material Timor Leste	2021		7,020		2,99	5,00	6,900
Peru-ACPC	ACPC	2019	9,108	18,975	3,75	4,96	6,42	25
Peru-Tayacaja	Tayacaja Community	2019	9,798	6,900	3,28	5,07	6,53	13
Honduras	Cafesmo	2021	16,146	28,635	3,17	5,14	6,83	27
Brazilië-Coopervass	Coopervass	2020	7,800	38,760	3,22	4,34	5,40	67
Brazilië-Capricornio	Capricornio	2019	19,200		3,02		3,25	20
Colombia	Azhar Colombia	2021	5,175			4,51	6,57	2
India	SICC	2020	3,600		3,79		4,17	1
Guatemala	ASIAST	2021	4,140			4,67	6,25	30

 = Beëindigde samenwerking