

# Ken de koffieboer van jouw espresso



JOFFREY VERMEULE VINDT DE SOCIALE COMPONENT BELANGRIJK BIJ ZIJN KOFFIEHANDEL, MAAR ZEGT OOK WEL EENS 'NEE'. „WE HEBBEN EEN BEDRIJF, ZIJN GEEN GOED DOEL.“ RAPHAEL DRENT

**Wij goede koffie en de mensen in Costa Rica een beter leven. Dat staat Joffrey en Lisette Vermeule met Zwartekoffie.nl voor ogen sinds hun ervaringen in het Midden-Amerikaanse land.**

Van GERARD MENTING

---

Light roast, dark, espresso en donker gebrand, speciaal voor volautomaten. Dat zijn de koffietypes die Zwartekoffie.nl in huis heeft. Je vindt ze ook bij andere leveranciers.

Het verschil is de sociale component. De koffiebonen worden rechtstreeks voor een eerlijke prijs gekocht van de boer in Costa Rica, die de bonen verbouwt en oogst.

Ruim een half jaar woonden Joffrey en Lisette met hun twee kinderen in het bijna 5 miljoen inwoners tellende Midden-Amerikaanse land, dat ingeklemd ligt tussen Panama en Nicaragua. Ze leefden met hun kinderen in Tuis, een klein dorp op het platteland. Daar leerden ze het leven kennen van de koffieboeren en wisten meteen dat ze daarmee wat moesten doen.

„We zijn daar toen naartoe gegaan omdat we een andere cultuur wilden ervaren en een andere taal leren. Ook was het goed om even weg te zijn uit de drukte hier”, vertelt Joffrey Vermeule. Ze deden daar vrijwilligerswerk en kwamen in contact met koffieboeren en het hele proces van verbouwen, plukken en verwerken.

„Veel lokale mensen werkten daar voor Café Mission, een sociaal project dat de opbrengst van de bonenverkoop weer in het project investeert. Dat sprak ons aan.” Dat was het begin van Zwartekoffie.nl.

Door het zelf op te pakken kan hij wat doen aan de oneerlijke verhoudingen, legt Joffrey uit. Wereldwijd leven 20 miljoen kleinschalige koffieboeren onder de armoedegrens van 1,60 euro per dag.

„Koffieboeren krijgen te weinig voor hun product, ze weten zelf vaak niet eens wat er met hun bonen gebeurt. Wij willen dat transparant maken en de koffie rechtstreeks van de boer naar de consument brengen. Dat heet direct trade. Als ik bonen koop, is de boer de eerste die geld ontvangt. De hele tussenhandel is weg.”

In het voorjaar van 2016 kwam de eerste oogst deze kant op. Daarvoor was er van alles te regelen en in kaart te brengen, zoals vergunningen voor export en import, gezondheidsverklaringen en alles wat nodig is om een bedrijf van de grond te krijgen. In Apeldoorn vond hij in Bosbrand een micro-branderij die met dezelfde passie en zorg gaat voor kwaliteitskoffie.

Hij was dan wel liefhebber van koffie, maar dat is nog wat anders dan kennis hebben van het hele proces van selecteren en branden. Daarvoor maakt Vermeule gebruik van de diensten van een Q-grader. Dat is een koffiespecialist die kennis heeft van alles wat met koffie te maken heeft, van groene boon tot gebrand en gemalen. „Daar zijn er een tiental van in Nederland. We laten samples van partijen overkomen. We branden de

groene bonen, zetten er koffie van en beoordelen het resultaat. Dan pas beslis je of het een partij voor jou is.''

Hoewel de sociale component belangrijk is komt niet alle koffie die hem wordt aangeboden deze kant op. „We zeggen ook wel 'nee'. We hebben immers een bedrijf, we zijn geen goed doel. Koffieboeren kunnen in Costa Rica ook op de interne markt hun oogst kwijt.''

Na Café Mission zijn er inmiddels ook andere boeren waar koffie van wordt afgenomen. „We begeleiden de boeren ook met bijvoorbeeld plantmateriaal en een gezonde bedrijfsvoering. Boeren werken nu al op die manier. We hopen volgend jaar aan de voorwaarden voor het biologische predicaat te voldoen.''

### **Turf**

Een van de veranderingen zette hij in gang na een gesprek met de directeur van de Kamer van Koophandel Nederland-Costa Rica. Die zette hem op het spoor van een bio-fertilizer (biologische bemesting), op basis van turf. „Een aantal boeren probeerde dat en had meteen verbazingwekkende resultaten. Andere boeren zagen dat en gebruiken het nu ook.''

Dit najaar gaat hij weer naar Costa Rica, waar in het dorp waar hij woonde van alles in gang is gezet. „De boeren hebben daar meer inkomen, ze kunnen investeren en de kinderen laten studeren.''

Er wordt in dat gebied ook gewerkt aan een associatie van kleinere boeren. „Die kan gesprekspartner zijn, maar contracten sluiten we af met de individuele boer. We willen samenwerking op lange termijn.''

Stap voor stap is een klantenbestand opgebouwd. De koffie kan online worden gekocht. Dat gebeurt door particulieren, maar ook door bedrijven, stichtingen, kerken en scholen. „De koffie moet goed zijn, maar het verhaal dat daarbij hoort ook. Je merkt dat mensen waarderen dat je met passie voor onze koffie en onze boeren aanklopt. Dat ze kiezen voor onze koffie, die wel iets duurder is, onderstreept dat.''

De verkoop gaat vooral online. Daar kan ook een barista worden geregeld om een feestje, een verjaardag of een festival te zorgen voor professioneel klaargemaakte kwaliteitskoffie. Vermeule gaat veel zelf de boer op om Zwartekoffie.nl aan de man te brengen.

„Dat vindt ik leuk om te doen. Je merkt ook dat het zich rondspreekt, dat je bekendheid krijgt. Ik kom bij bedrijven, bij de horeca en op netwerkbijeenkomsten. We kijken ook naar verkoop via supermarkten, volgend jaar hopelijk ook de biologische winkels. Onze ambitie is om de duurzame koffieleverancier van de Food Valley te zijn.''



# Direct Trade en blockchain

Direct trade gaat een stapje verder dan FairTrade: de bonen waar hier koffie van wordt gezet komen rechtstreeks van de boer die ze verbouwt. Die krijgt ook een eerlijke beloning voor zijn werk. Er is regelmatig contact met de koffieboer, de onderste schakel in de koffieketen. Die moet zo transparant mogelijk zijn.

Een van de manieren daarvoor is het gebruik van blockchains, dezelfde technologie die de Bitcoin mogelijk maakt. Fairfood, een organisatie die wat wil doen aan misstanden in de voedselindustrie, zette als proef die technologie in voor het kopen van kokosnoten en later koffie. Elke stap van de oogst tot de aankoop door de consument is dan zichtbaar en geverifieerd door alle betrokkenen. Je ziet meteen wie de boer is, waar hij werkt en welke weg het product heeft afgelegd.

„Het sluit precies aan bij waar Zwartekoffie.nl voor staat", zegt Joffrey Vermeule. „Eerlijke koffie en een eerlijk verhaal." Hij is dan ook een van de ondernemingen die een plek heeft op de site wakecupcall.nl, om aandacht te vragen voor de erbarmelijke omstandigheden waar koffieboeren vaak in leven.

Informatie daarover en over een kleine dertig bedrijven die daar wat aan doen is daar te vinden.

---