

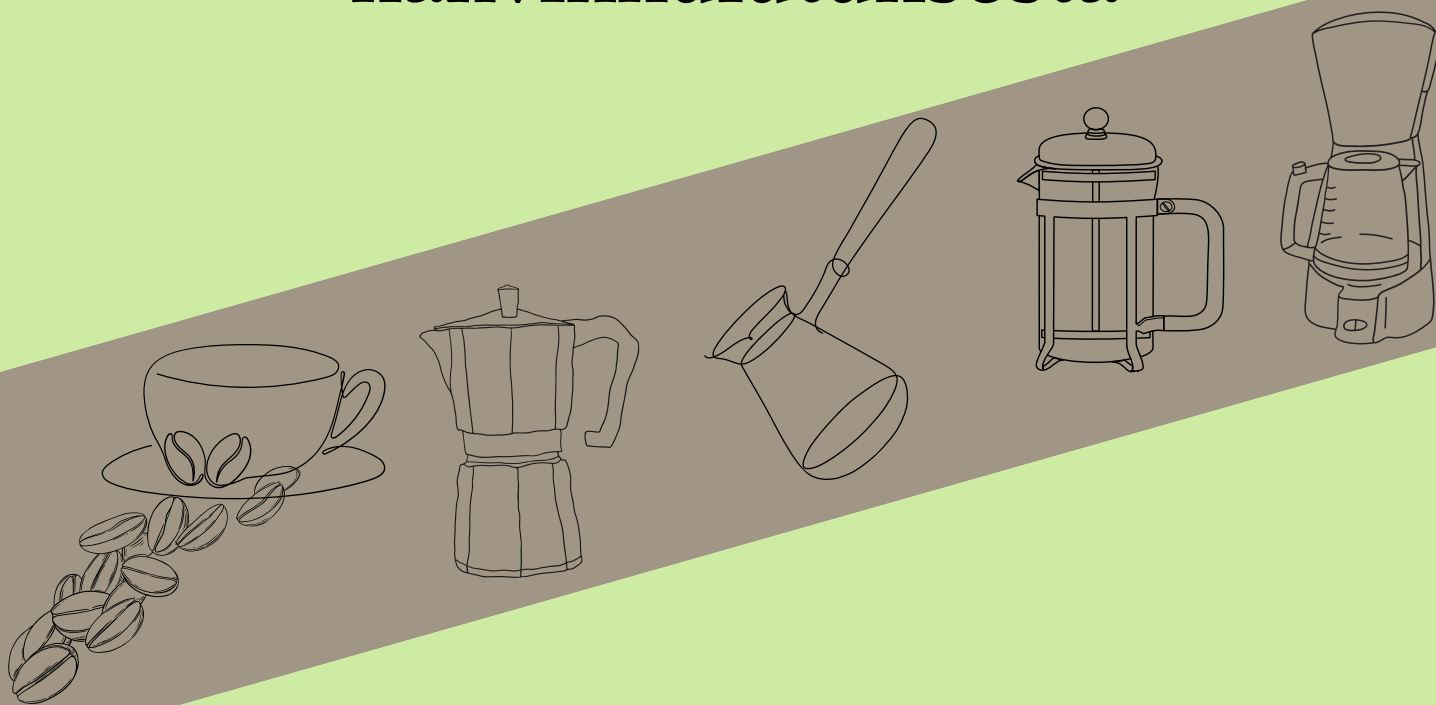


Co-funded by
the European Union



ECOFFEE Consumers

E-opas kestävästä kahvinkulutuksesta



**Opas kahviloiden omistajille, työntekijöille ja
kouluttajille kouluttaa ja edistää kestäväää
kahvinkulutusta**



Tässä julkaisussa esitetyt tiedot ja näkemykset ovat kirjoittajien omia eivätkä välttämättä vastaa Euroopan unionin virallista kantaa. Euroopan unionin toimielimiä ja elimiä tai niiden puolesta toimivia henkilöitä ei voida pitää vastuullisina tässä julkaisussa esitettyjen tietojen käytöstä.

TUOTANNON JOHTAJA

P5 - UNIVERSITEIT MAASTRICHT (*Alankomaat*)

TOIMITTAJAT

P1 - Tudás Alapítvány (*Unkari*)

P2 - STRATEGIC OMNIA RESEARCH AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT LTD (*Kypros*)

P3 - EYROPAIKO INSTITOYTO TOPIKHS ANAPTYKSHS (*Kreikka*)

P4 - TROPICALASTRAL LDA (*Portugali*)

P6 - RA SOTLA (*Slovenia*)

E-opas

E-opas sisältää seitsemän jaksoa ja kuusi moduulia seuraavasti:

I. ECOffee-hankkeen kuvaus

II. Sähköisen oppaan päämäärä ja tavoitteet sekä sen hyödyntäminen.

III. Moduulit

Moduuli 1. Kestävän kehityksen yhteinen merkitys ja sen yhteiset toiminnot kahviloissa: näkemyksiä monikansallisesta tutkimuksesta;

Moduuli 2. Johdatus kahvijätteen kiertokulun käsitteeseen.

Moduuli 3. Käytettyjä kahvipurujä koskeva kysymys EU:ssa.

Moduuli 4. Miten kouluttaa ja edistää kestäväää ja ympäristöystävällistä kahvinkulutusta yleisölle;

- Miten omaksua kestävämpiä tapoja ja kahviloita ja miten tunnistaa ECOffee;

Moduuli 5. Yleiset tavat toteuttaa kestävään kehityksen käytäntöjä kahviloissa: Yleiskatsaus koulutusvälineisiin, kurseihin ja parhaisiin käytäntöihin.

Moduuli 6. Lyhyt luettelo vinkkejä ja neuvoja koskevista ehdotuksista, joiden avulla asiakkaat/oppilaat pysyvät motivoituneina jatkamaan kestäviä tottumuksiaan: Parhaat käytännöt eri puolilta maailmaa

IV. Ohjeet siitä, miten kehitettyjä video-oppaita käytetään ja miten niitä mainostetaan asiakkaille.

V. ohjeet siitä, miten kehitettyä sovellusta käytetään ja miten sitä markkinoidaan asiakkaille.

VI. Kirjallisuus ja asiaankuuluvat liitteet

I. ECoffee-hankkeen kuvaus

Kahvin kulutus kasvaa nopeasti maailmanlaajuisesti. Valitettavasti tämä kasvu on samansuuntainen kuin käytetyn kahvinporon jätteen määrän kasvu. Lukemattomat kahvilat ja kotitaloudet heittävät päivittäin pois huomattavia määriä kahvinpuruja, mikä lisää kaatopaikkajätettä ja ympäristön pilaantumista. Hävitetyt kahvinpurut sisältävät runsaasti orgaanista ainesta ja ravinteita, joten ne ovat arvokas resurssi, joka voitaisiin käyttää uudelleen eikä heittää hukkaan. Kun käytetyt kahvinpurut poistetaan kaatopaikoilta, voimme vähentää kasvihuonekaasupäästöjä ja edistää kestävä kehitystä. Ongelman ratkaisemiseksi on kehitteillä innovatiivisia ratkaisuja, kuten kahvinpurujen käyttäminen kompostointiin, biopolttoaineiden tuotantoon tai jopa erilaisten tuotteiden ainesosina. Käytetyn kahvinporojätteen ongelmaan puuttuminen ei ole vain ympäristöön liittyvä välttämättömyys, vaan myös mahdollisuus hyödyntää tämän sivutuotteen piilevää potentiaalia planeettamme ja yhteiskunnan hyväksi.

ECoffee-hanke on kehitetty tarjoamaan merkittäviä ympäristöllisiä ja sosiaalisia hyötyjä edistämällä kestäviä kahvikäytäntöjä ja -tottumuksia kahvin kuluttajille ja kahvinomistajille. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi ja tämän sähköisen oppaan kehittämiseksi kumppanit kuudesta Euroopan maasta (Unkarista, Kyprokselta, Portugalista, Alankomaista, Kreikasta ja Sloveniasta) yhdistivät voimansa tämän sähköisen oppaan, video-oppaiden ja kuluttajien älypuhelinsovelluksen kehittämiseksi. ECoffee-konsortion tavoitteena on 1) kouluttaa kahvinkuluttajia kestäviin tapoihin ja tarjota kannustimia tällaisen profiilin noudattamiseen, 2) parantaa kahvilan omistajien ja aikuiskouluttajien kirjavalikoimaa ainutlaatuisella oppaalla siitä, miten kahvinkuluttajia voidaan kouluttaa kestävään kulutusprofiiliin ja 3) tarjota kahvilan omistajille, kahviloiden työntekijöille ja aikuiskouluttajille helppokäyttöistä ja helposti saatavilla olevaa opetusmateriaalia ja -menetelmiä avoimien opetusresurssien ja käyttövalmiin materiaalin muodossa.

Tämä e-opas on tulosta laajasta kenttä- ja asiakirjatutkimuksesta, joka on tehty kaikissa kumppanimaissa. Tutkimuksen tuloksena laadittiin tarveanalyysiraportti, jossa yksilöitiin tähän e-oppaaseen sisältyvät oppimistavoitteet ja tulokset ja annettiin hyödyllisiä suosituksia e-oppaan metodologisen täytäntöönpanon ohjaamiseksi. Siinä yksilöitiin myös kaikki asiaankuuluvat koulutusvälineet ja -kurssit sekä lyhyt luettelo vinkkejä ja temppeja koskevista ehdotuksista, joiden avulla asiakkaat/oppijat saadaan motivoitua jatkamaan kestäviä tapojaan, jotka kaikki sisältyvät tähän e-oppaaseen. Tämä e-opas kattaa laajan valikoiman kestäviä kahvikäytäntöjä koskevia aiheita ja tarjoaa arvokasta tietoa sekä kuluttajille että kahvinomistajille.

II. Sähköisen oppaan tarkoitus ja tavoitteet sekä sen hyödyntäminen

Tämän sähköisen oppaan tarkoituksena on olla helppokäyttöinen opas, jonka avulla kahviloiden omistajat, työntekijät ja kouluttajat voivat tehokkaasti oppia ja tukea kahviloiden omistajia, työntekijöitä ja kouluttajia siinä, miten he voivat valistaa ja edistää kestäväää ja ympäristöystävällistä kahvinkulutusta yleisölle. Se opastaa sinua siinä, miten tässä e-oppaassa esiteltyjä koulutusvälineitä ja -kurseja voidaan hyödyntää oikein ja tukee sinua video-opastusten ja kannustinsovelluksen hyödyntämisessä. Se sisältää myös lyhyen luettelon ehdotuksista vinkkejä ja neuvoja varten, jotta kuluttajat/oppijat pysyvät motivoituneina jatkamaan kestäviä tapojaan.

Sähköinen opas on jäsennelty kuuteen moduuliin seuraavasti:

- **Moduulit 1, 2 ja 3** sisältävät kahviloiden omistajille ja työntekijöille suunnattua tiedotusmateriaalia, joka perustuu kenttätutkimuksen tuloksiin ja liittyy informanttien koulustarpeista paljastuneisiin puutteisiin ja tarpeisiin.
- **Moduuli 4** sisältää kuluttajille suunnatun informatiivisen osan, joka sisältää ohjeita ja teknisiä vaatimuksia. Tässä moduulissa korostetaan tiettyjen aiheiden

hyötyjä käyttämällä yksinkertaista kieltä, hauskoja ja viihdyttäviä kuvia, numeroita (esim. yksinkertaisia tilastoja) ja helppotajuisia taulukoita/kuvioita sekä antamalla sekä teoreettista että käytännön tietoa (esim. miten kierrätykseen voi ryhtyä). Siinä esitetään myös teknisiä vaatimuksia kannettavien tietokoneiden/tietokoneiden, sähköisten julisteiden ja sähköisten lentolehtisten käyttöön liittyen.

- **Moduulissa 5** havainnollistetaan asiakirjatutkimuksen tuloksia parhaiden käytäntöjen (eli tapaustutkimusten), koulutusvälineiden ja koulutuskurssien osalta.
- **Moduuli 6** sisältää suosituksia vinkkejä ja neuvoja, joilla kuluttajia voidaan motivoida noudattamaan kestäviä toimintatapoja ja tottumuksia. Näiden vinkkien ja temppeujen sisältö on johdettu kenttätutkimuksesta ja kumppanuuden tarjoamista parhaista käytännöistä. Tähän osaan kuuluvat myös viitteet ja kaikki asiaankuuluvat liitteet.

III. Moduulit

Moduuli 1. Kestävän kehityksen yhteinen merkitys ja sen yhteiset toiminnot kahviloissa: näkemyksiä monikansallisesta tutkimuksesta.

Moduuli 1 - Kohokohdat:

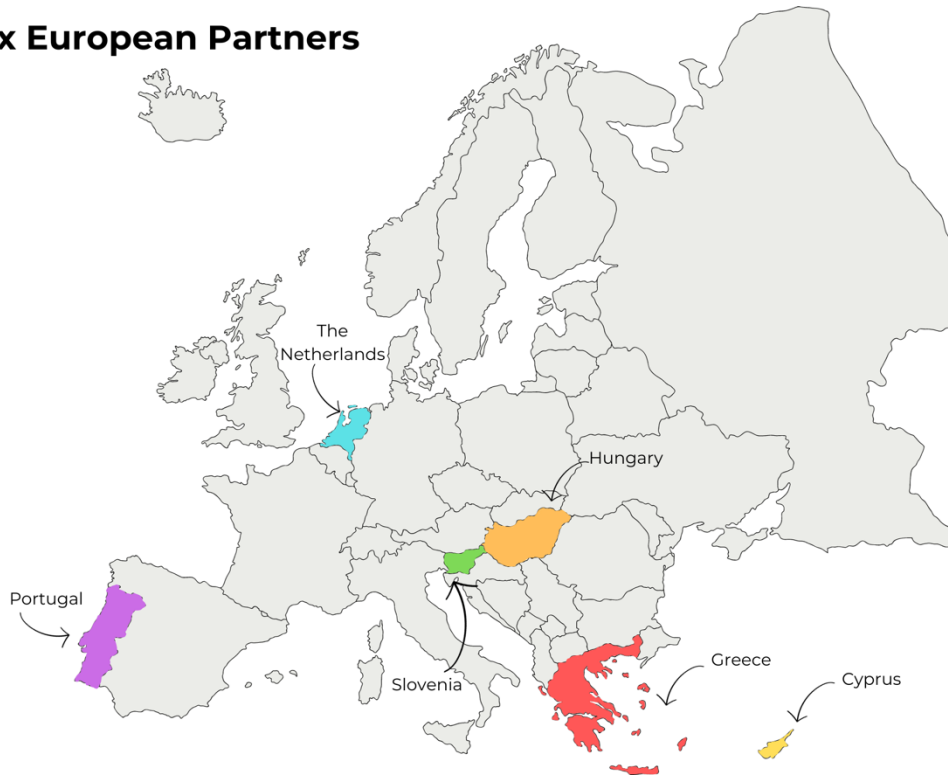
Erilaisia näkemyksiä kestävästä kehityksestä: Tässä jaksossa korostetaan kahviloiden omistajien ja työntekijöiden antamien selitysten moninaisuutta, kun heiltä kysyttiin kestävyuden merkityksestä heidän kontekstissaan. Vaikka se osoittaa jonkinasteista ymmärrystä, se osoittaa myös, että kahviloissa tarvitaan yhteinen määritelmä ja ymmärrys kestävyydestä, jotta voidaan varmistaa yhtenäiset pyrkimykset kestävyystavoitteiden saavuttamiseksi.

Yhteiset kestävä kehityksen käytännöt ja puutteet: Tällaisia käytäntöjä ovat esimerkiksi jätteiden ja energian vähentäminen, kierrätettävien kuppien käyttö ja kertakäyttöisten muovien vaihtoehtojen tarjoaminen. Kohdasta käy kuitenkin myös ilmi, että useimmissa kumppanimaissa ei käytetä kestävästi kasvatettuja kahvipapuja, mikä viittaa siihen, että tietoisuus tai ymmärrys tällaisten käytäntöjen hyödyistä saattaa olla puutteellista. Tietoisuuden lisääminen näistä käytännöistä katsotaan olennaisen tärkeäksi.

Yhteiset haasteet ja ratkaisuehdotukset: Tällaisia haasteita ovat tiedon puute, taloudelliset rajoitteet, asiakkaiden tietoisuus, muutosvastarinta ja kustannusongelmat. Kumppanimaiden ratkaisuehdotuksissa korostetaan koulutuksen, ammatillisen konsultoinnin, pienten kahviloiden taloudellisten kannustimien, julkisten tiedotuskampanjoiden ja kestävien tuotteiden edistämisen merkitystä näiden haasteiden ratkaisemisessa. Tämä yksimielisyys osoittaa, että tarvitaan kattavia strategioita kestävyuden esteiden voittamiseksi kahviloissa.

Kenttätutkimukseen on osallistunut kuusi Euroopan maata: Unkari, Kypros, Portugali, Alankomaat, Slovenia ja Kreikka.

Six European Partners



Kenttätutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka kysymyksillä pyrittiin selvittämään kuluttajien ja kahviloiden omistajien/työntekijöiden oppimiseen liittyviä puutteita ja tarpeita. Tätä tarkoitusta varten tehtiin yhteensä kaksi erillistä kyselyä. Ensimmäinen oli kehitetty kuluttajien kestävien tapojen, oppimispuutteiden ja -tarpeiden selvittämiseksi, kun taas toinen oli tarkoitettu kahviloiden omistajille. Tiedonkeruun päätteeksi kumppanit saivat 134 vastausta kuluttajilta ja 61 vastausta kahviloiden omistajilta, työntekijöiltä ja kouluttajilta.

Kyselyyn sisältyi kaksi pääosiota ja vastaavat alaosiot molemmille luokille. Kyselyn ensimmäinen osa sisälsi demografisia kysymyksiä. Toisessa osiossa oli kysymyksiä, joilla pyrittiin tunnistamaan kestäviä tapoja ja oppimispuutteita. Kuluttajien osalta toinen osio sisälsi erityisesti alaosiota, joihin sisältyi kysymyksiä, joilla pyrittiin selvittämään heidän kahvinkulutustottumuksiaan, kuluttajien tukea kestäville käytännöille, heidän

osallistumistaan kestäviin ohjelmiin, muita kestäviä tottumuksia (esim. kahvin nauttiminen mieluiten kotona jätteiden vähentämiseksi) ja heidän tietoisuuttaan kestävästä käytännöstä. Kahviloiden omistajien/työntekijöiden osalta toinen osio sisälsi erityisesti alajaksoja, joihin kuuluivat nykyiset tiedot kestävästä kehityksestä ja sen merkityksestä kahviloissa, kestävien käytäntöjen toteuttaminen kumppanimaissa, kahvipapujen kulutuksen ja SCG:iden hallinnan aste, kahviloiden kohtaamat haasteet kestävien käytäntöjen toteuttamisessa ja miten näihin haasteisiin voidaan vastata, kahviloiden omistajien ja työntekijöiden tiedot ja taidot kestävästä kahvinkulutustottumuksista ja -käytännöstä, riittämättömät alueet kestävyyskoulutuksessa, kahviloiden omistajien/työntekijöiden käsitys kestävyuden merkityksestä kuluttajille ja heidän ehdotuksensa siitä, miten kestävästä tottumuksista voidaan viestiä tehokkaasti kuluttajille, sekä heidän ehdotuksensa resursseista, jotka voivat auttaa edistämään kestäviä tottumuksia kuluttajien keskuudessa. Seuraavaksi käsitellään näiden tutkimusten tuloksia:

1. Kahvin kuluttajatutkimusten keskeiset tulokset

Kumppanuusmaissa tehdyissä tutkimuksissa on käynyt ilmi, että suurin osa kahvin kuluttajista, erityisesti Unkarissa, Portugalissa, Alankomaissa ja Sloveniassa, juo kahvia alle viisi kupillista viikossa. Tulokset osoittavat, että merkittävä osa kuluttajista, erityisesti edellä mainituissa maissa, ei koskaan noudata tätä ympäristöystävällistä käytäntöä, eli he eivät kahvia ostaessaan uudelleenkäytettäviä kuppeja tai mukeja. Mielenkiintoista on, että kun on kyse kahvimukien asianmukaisesta kierrätyksestä tai hävittämisestä, useimmat kuluttajat Unkarissa ja Portugalissa asuvia lukuun ottamatta noudattavat näitä käytäntöjä joko satunnaisesti tai johdonmukaisesti. Unkarissa ja Portugalissa sitä vastoin merkittävä osa kuluttajista ei koskaan osallistu kahvikuppien kierrätykseen tai hävittämiseen, mikä korostaa tarvetta edistää ja vaihtaa hyviä kierrätyskäytäntöjä näissä maissa.

Tuloksista käy ilmi, että kuluttajat kannattavat vahvasti kahviloita, joissa noudatetaan kestäviä käytäntöjä, mikä viittaa siihen, että kuluttajat ovat laajalti halukkaita käymään tällaisissa kahviloissa, jos niitä on saatavilla heidän kaupungeissaan. Kuluttajien tietoisuudessa ja sitoutumisessa erilaisiin kahvialan kestävyysaloitteisiin on kuitenkin parantamisen varaa.

Kahvikuppien kierrätys- ja kompostointiohjelmien osalta kuluttajien keskuudessa vallitsi yksimielisyys siitä, että monissa kaupungeissa ei ole tällaisia ohjelmia, mutta kuluttajat ovat erittäin halukkaita osallistumaan, jos tällaisia aloitteita olisi tarjolla. Tämä korostaa, että on tärkeää edistää ja laajentaa näiden ohjelmien saatavuutta.

Tutkimus paljasti myös puutteita kuluttajien tietoisuudessa ja osallistumisessa kestäviin käytäntöihin, kuten uudelleenkäytettävien kuppien, kahvin täyttöohjelmien tai kanta-asiakasohjelmien käyttöön. Joissakin maissa, kuten Sloveniassa, tietoisuus oli suurempaa, kun taas toisissa maissa, kuten Portugalissa, sitoutuminen kahviloiden kestävyttä koskeviin kyselyihin oli suurempaa. Nämä havainnot viittaavat siihen, että on tarpeen lisätä tiedotuskampanjoita ja jakaa tehokkaita strategioita, joilla kuluttajia kannustetaan omaksumaan kestävämpiä tapoja. Lisäksi erityismerkinnöin varustetun kahvin, kotona valmistettavan kahvin ja ostotottumusten suosiminen vaihteli maittain, mikä viittaa mahdollisuuksiin käyttää kohdennettuja lähestymistapoja kestävien kahvikäytäntöjen edistämiseksi. Lopuksi voidaan todeta, että vaikka Unkari ja Kreikka osoittivat olevansa paremmin tietoisia käytetyn kahvijauhon mahdollisista käyttötarkoituksista, muiden maiden kuluttajille on vielä valistettava käytetyn kahvijauhon käyttökohteista ja kestävästä hoitokäytännöistä.

2. Kahvilaomistajien/työntekijöiden kyselytutkimusten keskeiset tulokset

Kahviloiden omistajat ja työntekijät tarjosivat erilaisia tulkintoja kestävydestä, jotka heijastivat sekä myönteisiä että kielteisiä näkökohtia. Myönteistä on se, että kahviloissa

ymmärretään jonkin verran kestävyttä. Negatiivinen puoli on kuitenkin se, että alalla on luotava yhteinen määritelmä ja käsitys kestävydestä. Tämän prosessin pitäisi olla suhteellisen suoraviivainen, koska suurin osa kahviloiden omistajista ja työntekijöistä pitää kestävyttä jo nyt erittäin tärkeänä. Yleisiä kestävä kehityksen käytäntöjä ovat jätteiden ja energian vähentäminen, kierrätettävien kuppien käyttö ja vaihtoehtojen tarjoaminen kertakäyttöisille muoveille. Kestävästi kasvatettujen kahvipapujen käyttö ei kuitenkaan ole yleistä, mikä osoittaa, että näitä käytäntöjä koskevaa tietoisuutta ja koulutusta on lisättävä. Lisäksi kahviloiden kahvinkulutustottumukset vaihtelevat eri maissa ja kestävien kahvinpurujen hallintakäytännöt puuttuvat, mikä korostaa, että kestävien kahvinpurujen hallinta on tärkeää sisällyttää kahviloiden koulutukseen.

Eri maissa kahvilat kohtaavat samankaltaisia haasteita kestävien käytäntöjen toteuttamisessa, kuten tiedon ja asiantuntemuksen puute, pienten kahviloiden taloudelliset rajoitteet, asiakkaiden vähäinen tietoisuus, muutosvastarinta ja haluttomuus maksaa kestävästä tuotteista. Ratkaisuehdotuksiin kuuluvat sekä kuluttajille että kahviloiden omistajille/työntekijöille suunnattu koulutus, ammatillinen konsultointi, taloudelliset kannustimet pienille kahviloille, yleisen tietoisuuden lisääminen sekä kestävien ja sertifioitujen tuotteiden edistäminen. Useimmat kahviloiden omistajat ja työntekijät ilmaisevat halunsa parantaa kestävyteen liittyviä tietojaan ja taitojaan, paitsi Unkarissa ja Sloveniassa, joissa muutosvastarinta näyttää olevan yleisempää.

Kestävien kahvikäytäntöjen koulutuksessa ja valistuksessa parannusta vaativista osa-alueista kuluttajien valistus ja sitouttaminen on todettu kaikkein puutteellisimmaksi eri maissa. Muita huomionarvoisia alueita ovat sääntelyn noudattaminen ja ympäristöpolitiikka, kestävä hankinta ja toimitusketjun hallinta, energiatehokkuus ja vedensäästö sekä jätteiden vähentäminen ja kierrätys. Kestävydestä tiedottaminen ruokalistojen ja opasteiden avulla nähdään tehokkaana strategiana, jonka jälkeen tulevat sosiaalisen median kampanjat, sertifikaattien ja merkintöjen esittäminen sekä videoiden ja valokuvien käyttö. Sosiaalisen median kampanjat ovat erityisen lupaavia kestävien

kahvitottumusten edistämässä kuluttajien keskuudessa ja niissä ehdotetaan opetusvideoita, hauskoja opetusohjelmia, sähköisiä julisteita ja alennuskannustimia. Näitä ponnisteluja voidaan tukea edelleen yhteisötapahtumilla ja kierrätysaloitteilla, mahdollisesti valtion ja paikallisten sidosryhmien taloudellisella tuella, jotta kahviloiden omistajien ilmoittamat budjettihuolet voidaan ratkaista.

Moduuli 2. Johdatus kahvijätteen kiertokulun käsitteeseen.

Moduuli 2 - Kohokohdat:

Kiertotalous kahvissa: Tässä jaksossa esitellään kiertotalouden periaatteiden soveltamista kahviteollisuuteen ja korostetaan tavoitetta minimoida jätteet ja maksimoida resurssien käyttö kahvijätteen koko elinkaaren ajan tapahtuvalla jätehuollolla.

Keskeiset kiertokulkuelementit: Näitä ovat muun muassa kahvin tuotantojätteen uudelleenarviointi arvokkaina resursseina, kertakäyttöisten tuotteiden vähentäminen kahvin kulutuksessa, kierrätettävien tai biohajoavien kahvipakkausten suunnittelu sekä kahvijätteen muuntaminen uusiksi tuotteiksi tai energialähteiksi. Siinä korostetaan myös yhteistyön, kuluttajien tietoisuuden ja sääntelyn tuen merkitystä kierrätyksen saavuttamisessa.

Kestävä kahviteollisuus: Jakson loppuksi korostetaan, että kahvijätteen kiertokulku merkitsee näkökulman muutosta, jossa jäte nähdään potentiaalisena resurssina eikä tuotteen elinkaaren loppupäänä. Tällä lähestymistavalla voidaan vähentää ympäristövaikutuksia, säästää resursseja ja luoda kestävämpi ja joustavampi kahvin toimitusketju, joka on linjassa laajempien kestävyystavoitteiden ja maailmanlaajuisten jätteen vähentämispyrkimysten kanssa.

Kahvijätteen kiertokulun käsite perustuu kiertotalouden periaatteisiin, joilla pyritään minimoimaan jätteen määrä ja hyödyntämään resursseja mahdollisimman tehokkaasti pitämällä ne kierrossa mahdollisimman pitkään. Kahviteollisuuteen sovellettuna se tarkoittaa kokonaisvaltaista lähestymistapaa kahvin tuotannon, kulutuksen ja hävittämisen eri vaiheissa syntyvän jätteen hallintaan.

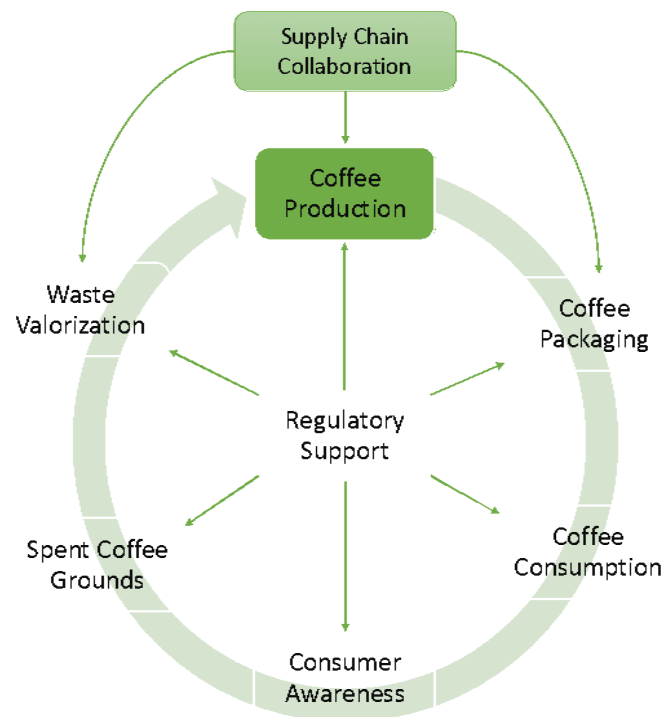
Seuraavassa on yleiskatsaus kahvijätteen kiertoon liittyvistä keskeisistä tekijöistä ja näkökohdista:

- Kahvin tuotanto: Kahvinviljelyssä syntyy jätemateriaaleja, kuten kahvikirsikkamassaa, kuoria ja jätevesiä. Kahvin kiertotaloudessa näitä sivutuotteita ei pidetä pelkkänä jätteenä vaan arvokkaina resursseina. Esimerkiksi kahvikirsikkamassa voidaan kompostoida tai käyttää bioenergian tuotantoon ja jätevesi voidaan käsitellä ympäristövaikutusten minimoimiseksi.
- Kahvin kulutus: Kahvilassa tai kotona voidaan edistää kiertokulttuuria vähentämällä kertakäyttötuotteita, kuten kertakäyttökahvikuppeja, -kansia ja -sekoittajia. Yksi keino on edistää uudelleenkäytettävien kuppien käyttöä ja tarjota kannustimia asiakkaille, jotka tuovat omat astiansa mukanaan. Lisäksi kahvinporot, toinen jätetuote, voidaan käyttää uudelleen eri tavoin (esim. kompostoimalla, puhdistusaineena tai ihonhoitotuotteissa).
- Kahvipakkaus: Kiertokahvipakkaukset: Kahvipakkaukset on suunniteltava niin, että ne ovat helposti kierrätettävissä tai biohajoavia. Valmistajat voivat myös tutkia uudelleentäytettäviä pakkausvaihtoehtoja, mikä vähentää kertakäyttöisten kahvipussien tarvetta.
- Jätteiden hyödyntäminen: Kiertokahvin jätehuollossa pyritään saamaan jätemateriaaleista arvoa. Tähän voi kuulua kahvin sivutuotteiden muuttaminen uusiksi tuotteiksi tai energialähteiksi. Esimerkiksi kahvinkuoria voidaan käyttää biopolttoaineena ja kahvinpuruja voidaan muuntaa kosmetiikaksi tai jopa käyttää tekstiilien valmistuksessa.
- Toimitusketjun yhteistyö: Kahviteollisuuden kiertokulun saavuttaminen edellyttää usein yhteistyötä eri sidosryhmien välillä kahvinviljelijöistä ja -jalostajista kahviloihin, kuluttajiin ja jätehuoltoyrityksiin. Kiertokulkujärjestelmien luominen, joissa jäte kerätään, käsitellään ja palautetaan toimitusketjuun jossakin muodossa, on keskeinen osa kiertokulkua.
- Kuluttajien tietoisuus: On tärkeää valistaa kuluttajia kahvijätteen vähentämisen tärkeydestä ja antaa heille tietoa siitä, miten he voivat osallistua

- kierrätyspyrkimyksiin. Tämä voi johtaa muutoksiin käyttäytymisessä, kuten uudelleenkäytettävien kuppien ottamiseen mukaan, kahvinpurujen kompostointiin tai kestäviä käytäntöjä noudattavien kahvimerkkien tukemiseen.
- Sääntelytuki: Valtion säännöksillä ja kannustimilla voi olla merkittävä rooli kahvialan kiertotalouden edistämisessä. Jätteiden vähentämiseen, kierrätykseen ja kestäviin käytäntöihin kannustavat politiikat voivat edistää myönteistä muutosta.

Kahvijätteen kiertokulku tarkoittaa pohjimmiltaan sitä, että jäte ei ole tuotteen elinkaaren loppu vaan potentiaalinen resurssi. Ottamalla käyttöön kiertotalouslähestymistavan kahviteollisuus voi vähentää ympäristövaikutuksiaan, säästää resursseja ja luoda kestävämmän ja joustavamman toimitusketjun. Tämä käsite on linjassa laajempien kestävä kehityksen tavoitteiden ja jätteen vähentämisen kanssa maailmantaloudessamme.

Kahvijätteen kiertokulku



Moduuli 3. Käytettyjä kahvirouheita koskeva kysymys EU:ssa.

Moduuli 3 - Kohokohdat:

Käytetyt kahvinporot arvokkaina resursseina: Kahvinpuruja heitetään usein pois jätteenä, mutta ne voivat palvella monia toissijaisia käyttötarkoituksia, kuten kompostointia, puutarhanhoitoa, siivousta, hajunpoistoa, tuholaisten karkottamista ja jopa käsityö- ja tee-se-itse-projekteja. Se korostaa tämän kahvin sivutuotteen monipuolisuutta ja arvoa.

Kahvilakahvin kulutuksen vaihtelu: Kahvin kulutustottumuksia eurooppalaisissa kahviloissa koskevan kenttätutkimuksen tulokset vaihtelevat eri maissa. Siinä tuodaan esiin eroja kahvipapujen viikoittaisessa kulutuksessa, joka vaihtelee Unkarin alle 5 kilosta Kyproksen ja Portugalin yli 10 kiloon. Nämä havainnot osoittavat, että kestävän kahvinkulutuksen edistämiseksi eri alueilla tarvitaan räätälöityjä lähestymistapoja.

SCG:n hallintokäytännöt: Jaksossa korostetaan myös, että suurin osa tutkituista kahviloista käsittelee kahvinpuruja jätteenä tai ei harjoita mitään erityisiä käytettyjä kahvinpurujen käsittelyyn liittyviä käytäntöjä. Tämä havainto korostaa, että on tärkeää sisällyttää kahvijätteen käsittelyä koskeva koulutus kahviloiden kestävyysaloitteisiin, sillä se on olennainen osa kahvin kestävää kulutusta koskevaa laajempaa tavoitetta.

Käytetyillä kahvinporoilla tarkoitetaan käytettyjä kahvinporoja, jotka jäävät jäljelle kahvin keittämisen jälkeen. Kun valmistat kahvia keittämällä sitä esimerkiksi tippakeittomenetelmällä, espressolla, ranskalaisella puristimella tai pour-over-menetelmällä, kahvipavuista vapautuu makuja, öljyjä ja yhdisteitä veteen. Kun tämä

valmistusprosessi on päättynyt, jäljelle jäävät käytetyt kahvinporot, jotka ovat luovuttaneet makunsa ja arominsa nestemäiselle kahville.

Käytetyt kahvinporot ovat yleensä kuivia ja rakeisia. Ne hävitetään usein jätteenä, mutta niillä voi olla erilaisia toissijaisia käyttötarkoituksia ja sovelluksia, mikä tekee niistä arvokkaan resurssin joissakin yhteyksissä.

Joitakin yleisiä tapoja **käyttää tai kierrättää** käytettyjä kahvinporoja ovat:

- Kompostointi: Kompostointi: Käytetyt kahvinpurut sisältävät runsaasti orgaanista ainesta, ja ne voidaan lisätä kompostikasoihin tai -säiliöihin. Ne lisäävät kompostiin typpeä, mikä auttaa tasapainottamaan hiilen ja typen suhdetta, parantaa kompostoitumisprosessia ja tuottaa ravinteikasta kompostia puutarhaan.
- Puutarhanhoito: Kahvinpuruja voidaan käyttää luonnollisena lannoitteena tai maanparannusaineena puutarhassa. Se voi auttaa parantamaan maaperän rakennetta, lisätä vedenpidätyskykyä ja antaa kasveille ravinteita, kuten typpeä ja kaliumia.
- Puhdistus: Kahvinpurujen hankaava rakenne tekee niistä käyttökelpoisia pintojen hankaamiseen ja puhdistamiseen. Niitä voidaan käyttää astioiden pesemiseen, rasvaisten pintojen puhdistamiseen tai jopa luonnollisena kuorinta-aineena ihonhoitotuotteissa.
- Hajunpoisto: Kahvinporot voivat imeä ja neutraloida hajuja pienissä tiloissa, kuten jääkaapeissa, pakastimissa tai kengissä. Ne voivat auttaa poistamaan ei-toivotut hajut.
- Tuhoeläinten karkotin: Tuholaiset eivät nimittäin mielellään ryömi kahvinporojen hankaavan rakenteen yli.
- Käsityöt ja DIY-projektit: Esimerkiksi käsintehtyn paperin tai kuvioidun taideteoksen tekemiseen.

On tärkeää huomata, että vaikka käytetylle kahvinpurulle on olemassa näitä käyttömahdollisuuksia, sitä ei pidä pitää rajattomana resurssina ja sen käyttö voi riippua syntyvän kahvinpurun määrästä ja paikallisista olosuhteista. Lisäksi kaikki kahvinporot eivät ole samanlaisia; erilaiset valmistusmenetelmät ja kahvipaputyypit voivat aiheuttaa vaihtelua käytetyn kahvinporon koostumuksessa ja koostumuksessa. Siksi on hyvä käytäntö kokeilla ja katsoa, miten niitä voidaan parhaiten hyödyntää omiin tarpeisiin.

Common Ways to Recycle SCGs

Composting



Gardening



Cleaning



Deodorising



Pest Repellent



Crafts & DIY Projects



Moduuli 4. Miten kuluttajat voivat noudattaa kestävämpiä ja ympäristöystävällisempiä kahvin kulutustottumuksia?

Moduuli 4 - Kohokohdat:

Strategiat kestävien tottumusten edistämiseksi kuluttajille: Jaksossa tuodaan esiin erilaisia strategioita, joilla kahvilat voivat motivoida kuluttajia omaksumaan kestävämpiä tapoja. Nämä strategiat kattavat seuraavat aiheet:

*Uudelleenkäytettävien mukien käyttö kahviloissa
Kahvikuppien asianmukainen kierrätys tai hävittäminen
Kestävän kehityksen ohjelmat (esim. kahvin täyttö, kanta-asiakasohjelma).
Kahviloiden kestävyyskäytäntöjen kyseenalaistaminen
Muiden kestävän kehityksen tapojen omaksuminen
Käytetyn kahvinporon mahdolliset käyttötarkoitukset*

1. Uudelleenkäytettävien mukien käyttö kahviloissa



Yksi järkevimmistä hyödyistä, joita saadaan aikaan motivoimalla asiakkaita tuomaan kahvimukinsa kahviloihin, on kahvikuppien aiheuttaman jätteen määrän

vähentäminen. Tämä käytäntö voi myös auttaa säästämään rahaa sekä asiakkaille että kahviloille. Ottamalla oman mukin mukaansa asiakkaat voivat usein säästää jopa 50 prosenttia kahvikustannuksista ja kahvilat voivat vähentää kertakäyttömukien ostamisesta aiheutuvia kustannuksia¹. Kahvilat tarjoavat yleensä alennuksia ja muita palkkioita asiakkaille, jotka tuovat oman mukinsa. Toinen uudelleenkäytettävien kahvikuppien etu on, että ne ovat paremmin eristettyjä kuin paperikupit, jolloin kahvin lämpötila säilyy pidempään. Taudintorjunta- ja ehkäisykeskuksen (CDC) mukaan uudelleenkäytettävien kuppien käyttö vähentää myös tartuntatautien leviämisen riskiä¹.

2. Kahvikuppien asianmukainen kierrätys tai hävittäminen



Kahvikupit on yleensä päällystetty muovilla tai vahalla, jotta neste ei pääse vuotamaan ja jotta lämpötila pysyy hallinnassa ja kahvikupin kestävyys paranee. Tämä tekee kuitenkin kuppien kierrättämisestä haastavampaa, koska siihen

¹ Uudelleenkäytettävien mukien taloudelliset edut: Miksi kahviloiden asiakkaat käyttävät uudelleenkäytettäviä mukeja. *The Commons*. <https://www.thecommonscafe.com/the-financial-benefits-of-reusable-mugs-why-coffee-shop-customers-are-taking-the-reusable-route/>

tarvitaan erityistä infrastruktuuria. Kahvikuppien keräämiseen tarkoitettujen asianmukaisten jäteastioiden puuttuminen on toinen suuri haaste, sillä usein kupit eivät päädy keräyskeskukseen tai ne hävitetään muihin roska-astioihin, jolloin ne jopa saastuttavat astioiden kierrätyskelpoisen roskan. Yksi ratkaisu on ottaa käyttöön oma kuppien kierrätysjärjestelmä asentamalla kahvikuppien keräysastia, jolloin vähennetään kaatopaikoille päätyvää jätettä ja jopa yleisjätteen hävittämisestä aiheutuvia kustannuksia .²

Toinen strategia, jota kahvilat voivat käyttää kahvikuppien asianmukaiseen kierrätykseen, on ottaa käyttöön palautusohjelma, jossa asiakkaille tarjotaan kannustimia kuppien palauttamiseen. Kahvikuppien tarjoajat tekevät yhteistyötä kahviloiden kanssa näiden kuppien keräämiseksi takaisin ja kierrättämiseksi asianmukaisesti .³

3. Kestävän kehityksen ohjelmat (esim. kahvin täyttö, kanta-asiakasohjelma).



² Kaikki kysymyksesi kahvikuppien kierrätyksestä... Ja mikä on paras kahvikuppien kierrätysastia? *UNISAN*. <https://www.unisanuk.com/all-your-questions-answered-on-coffee-cup-recycling-and-what-is-the-best-coffee-cup-recycling-bin/#:~:text=Having%20a%20coffee%20cup%20recycling,save%20money%20on%20waste%20collection.>

³ 5 innovaatiota kahvikuppien kierrätyksen tulevaisuutta varten. *Recycle Coach*. <https://recyclecoach.com/blog/5-innovations-for-the-future-of-coffee-cup-recycling/>

Kahvilat voivat käyttää kanta-asiakasohjelmia edistääkseen kestäväää kehitystä asiakkaiden keskuudessa. Asiakkaille, jotka valitsevat kahvilassasi kestävämpiä tai luomutuotteita, kuten tiettyjä kahvipapuja tai paikallisesti tuotettuja kasvisruokavaihtoehtoja, voidaan esimerkiksi tarjota alennuksia. Voit myös tarjota asiakkaille mahdollisuutta lahjoittaa palkkionsa hyvään tarkoitukseen, joka voi liittyä ympäristöön .⁴

4. Miten kyseenalaistan kahviloiden kestävyyskäytännöt (mitä näkökohtia minun pitäisi ottaa huomioon?)?



Sosiaalisen median kampanjat valittiin tutkimukseen osallistuneiden kahviloiden omistajien/työntekijöiden mukaan lupaavimmaksi strategiaksi, jolla voidaan edistää kestäviä kahvitottumuksia kuluttajien keskuudessa. Tämän jälkeen on tarjottu alennuskannustimia uudelleenkäytettäviä mukeja varten sekä lisätty tietoisuutta ja tarjottu koulutusta hauskojen video-opastusten, sähköisten julisteiden tai sähköisten esitteiden avulla. Myös yhteisötapahtumien

⁴ 12 kahvilan kestävyysvinkkiä vuodelle 2023. StampME. <https://www.stampme.com/blog/12-cafe-sustainability-tips-for-2022>

järjestäminen yhdessä paikallisten järjestöjen ja/tai viranomaisten kanssa ja kierrätysastioiden tarjoaminen kuuluivat tukistrategioihin.

Kun kahviloissa tehdään ympäristöystävällisiä muutoksia, asiakkaat huomaavat sen - erityisesti kanta-asiakkaat. Sosiaalisessa mediassa julkaistavat viestit, joissa selitetään näitä päätöksiä, voivat auttaa lisäämään asiakkaiden tietoisuutta ja jopa houkutella lisää samanhenkisiä asiakkaita. Kahvilat voivat myös jakaa kestävyysraportteja osoittaakseen edistyksensä ja lähettää näitä päivityksiä paikallisille uutistoimistoille .⁵

5. Muut kestävään kehitykseen liittyvät tavat (esim. miksi pyytää pienempiä kahvikokoja, miksi välttää paperisia kahvikuppeja kahvilassa istuessa, kotona tapahtuvan kahvinkeitämisen edut, kahvityyppien mieltymykset).



⁵ Kestävät kahvilat: 8 erittäin vaikuttavaa strategiaa hiilijalanjäljen pienentämiseksi. *Bellwether Coffee*. <https://bellwethercoffee.com/blog/sustainable-coffee-shops-8-high-impact-strategies-to-lower-your-carbon-footprint/>

Kuluttajien tulisi myös välttää paperisia kahvikuppeja kahviloissa istuessaan, sillä paperimukeissa käytetään edelleen muovia estämään kupin liukeneminen kuuman nesteen vaikutuksesta. Tämä muovikerros voi kuitenkin päästää myrkyllisiä aineita. Tämä ei ole haitallista ainoastaan kuluttajien terveydelle, vaan se voi myös vahingoittaa eläviä organismeja, jos se päätyy luontoon⁶. Siksi paperimukeja tulisi välttää käyttämällä kahvimukeja kahvilassa istuessa tai ottamalla omat uudelleenkäytettävät kupit mukaan kahvia vietäessä.

Kahvin nauttimisesta kotona on myös etuja. Voit säästää pitkällä aikavälillä huomattavan määrän rahaa valmistamalla kahvin kotona. Voit myös valita kahvisi laadun ja suunnitella sen haluamallasi tavalla⁷. Siihen liittyy myös ympäristöhyötyjä. Kotona kuluttajat juovat kahvinsa omista mukeistaan, mikä auttaa vähentämään vuosittain poisheitettävien kertakäyttömukien määrää - Yhdistyneessä kuningaskunnassa niitä on 2,5 miljoonaa, joista vain 0,25 prosenttia voidaan kierrättää kokonaan muovikerroksensa vuoksi⁸. Maitojätteet ovat toinen ongelma, joka voidaan ratkaista keittämällä kahvia kotona, sillä on osoitettu, että yksi kahdestatoista litrasta kahviloissa käytettyä maitoa kaadetaan viemäriin⁹. Kahvin valmistustapa voi myös vaikuttaa hiilidioksidipäästöihin. Käyttämällä kotona muita kuin automaattisia kahvinkeitinmiä, kuten ranskalaista puristinta tai suodatinkeitintä, voit vähentää valmistukseen liittyviä hiilipäästöjä.¹⁰

⁶ Paperikupit ovat yhtä myrkyllisiä kuin muovikupit. *Göteborgin yliopisto*. <https://www.gu.se/en/news/paper-cups-are-just-as-toxic-as-plastic-cups>

⁷ Kahvin valmistamisen edut kotona. *Coffee Over Cardio*. <https://coffeeovercardio.com/blogs/news/the-benefits-of-making-coffee-at-home>

⁸ Kertakäyttöpakkaus: Kahvikupit. URBIS. <https://urbis.secure.europarl.europa.eu/urbis/node/917>

⁹ Maitohävikki - pulloton kahvilakauppa? *Beverage Standards Association*. https://www.beveragestandardsassociation.co.uk/wp-content/uploads/2019/10/BSA_Bulletin_No2LoReOct19.pdf

¹⁰ Tavaraa vastaan tavaraa: Kahvinkeitinmiä taistelu. *MIT*. <https://sustainability.mit.edu/article/stuff-versus-stuff-battle-coffee-makers>.

6. Edistetään käytetyn kahvinporon mahdollisia käyttötarkoituksia (esim. puutarhanhoito ja kompostointi).



Kahvilat voivat tarjota asiakkaille SCG-pusseja puutarhojen lannoittamiseen. Ne voivat myös tarjota sitä paikallisille viljelijöille ja tehdä yhteistyötä heidän kanssaan hankkiakseen tarvikkeita paikallisesti⁴. Kahvinporot ovat myös hyvä etanoiden karkotin niiden happamuuden vuoksi .¹¹

Mielenkiintoista on, että eräässä tutkimuksessa on havaittu, että SCG:tä voidaan käyttää myös leipomotuotteiden ainesosana. He lisäsivät SCG:tä keksten valmistukseen, koska he havaitsivat, että SCG:t ovat antioksidanttisen liukenemattoman kuidun, aminohappojen ja matalan glykeemisen sokerin lähde. Tuloksena syntyneillä kekseillä oli korkea ravitsemuksellinen ja aistittava laatu ja ne voisivat mahdollisesti vähentää kroonisia sairauksia, kuten diabetesta tai liikalihavuutta .¹²

¹¹ 17 Loistavaa käyttöä käytetyille kahvinporoille (kuvien kanssa). *Coffee Affection*. <https://coffeeaffection.com/uses-for-used-coffee-grounds/>

¹² Martinez-Saez et al., Use of Spent Coffee Grounds As Food Ingredient In Bakery Products. *Food Chemistry* 216 (2017). 114-122. <https://digital.csic.es/bitstream/10261/136200/1/bakery%20products.pdf>

Muita SCG:n mahdollisia käyttötarkoituksia ovat¹¹:

- Jääkaapin hajunpoistoaine, sillä kahvinporot voivat imeä hajuja.
- Se voi myös estää jalkakäytävien jäätyminen tiettyyn lämpötilaan asti ja jopa auttaa sulattamaan jäätä.
- Pannunpesuri: se auttaa puhdistamaan ruokahiukkaset pannuilta.
- Kuten edellä mainittiin, sitä voidaan käyttää ainesosana paitsi leipomotuotteissa myös kastikkeissa, kuten grilliruoissa, ja lihan hieronnassa kahvinporojen luonnollisen savun aromin ansiosta. Sitä käytetään myös oluen valmistuksessa.

Moduuli 5. Yleiset tavat toteuttaa kestävän kehityksen käytäntöjä kahviloissa: Yleiskatsaus koulutusvälineisiin, kursseihin ja parhaisiin käytäntöihin.

Moduuli 5 - Kohokohdat:

Tämän moduulin päätavoitteena on tarjota helppo pääsy EU:n laajuisesti tunnistettuihin koulutusvälineisiin ja kursseihin, jotka liittyvät kestävien kahvinkulutustottumusten edistämiseen, sekä kurssin järjestämisen teknisiin vaatimuksiin.

Koulutusvälineet: Näiden välineiden tarkoituksena on edistää kestäviä kahvinkulutustottumuksia asiakkaiden keskuudessa. Niihin sisältyy erilaisia resursseja eri kohderyhmille tarkoitetuista asiakirjoista oppaisiin tai blogikirjoituksiin. Osiossa kuvataan kukin työkalu lyhyesti ja annetaan linkit resursseihin.

Koulutuskurssit: Tässä osiossa annetaan tietoa EU:ssa tarjolla olevista kursseista, jotka käsittelevät kahvialan kestävyyttä eri asiantuntemustasoilla. Kurssit on suunnattu kaikille kahvin arvoketjun ammattilaisille viljelystä paahtamiseen tai kahvialasta kiinnostuneille kuluttajille.

Parhaat käytännöt: Se tarjoaa myös parhaita käytäntöjä kestävien kahvinkulutustottumusten edistämiseksi ja kannustamiseksi asiakkaille ympäri maailmaa.

5.1 Koulutusvälineet

Tässä jaamme erilaisia koulutusvälineitä, joilla voidaan edistää asiakkaiden kestäviä kahvinkulutustottumuksia.

1. Välittävätkö herkuttelukuluttajat kestävydestä? Kahvin kulutuskäytäntöjen tutkiminen nettografian avulla

Kohderyhmä: Asiantuntijat

Osaaminen: Kahvialan asiantuntemus

Tieto: Baristan perustaidot

Ominaisuudet: Tunnustaa ympäristönsuojelun ja kestävän kehityksen merkityksen.

Tässä asiakirjassa¹³ pyritään analysoimaan, miten asiantuntijakuluttajat sisällyttävät kestävyyden kahvin kulutuskäytäntöihinsä. Siinä käytetään laadullista nettografista lähestymistapaa tulkitsevan kulttuurianalyysin avulla, joka perustuu erikoiskahvibloggaajien kertomuksiin.

Käytettyjen opetusstrategioiden ja -tekniikoiden osalta paperi on tutkimus kahvinjuonnin kestävydestä. Sosiaalisten käytäntöteorioiden linssin kautta tutkimus paljastaa, että CC todennäköisesti toteuttaa ja hahmottaa kestävyttä hyvin eri tavalla kuin hallitsevat massamarkkinat, sillä se on jaettujen rituaalien, arvojen, normien ja symbolisten merkitysten vaikutuksen alainen. Tällaiset tulokset ovat merkityksellisiä johtamisen kannalta, sillä ne tuottavat myös tietoa siitä, miten kahvinkuluttajien ympäristöystävällisiä toimintatapoja voidaan edistää ja miten voidaan luoda kestävämpiä markkinointistrategioita.

2. Vihreää kahvia huippukokouksessa

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Kahvin ostajat ja myyjät

Osaaminen: Kehittää kykyä löytää uskottava/luotettava kahvilaketju.

Tieto: Tarjoaa makrotason suuntauksia ja yksittäisiä menestystarinoita, jotka antavat tietoa kestävästä kahvin ostamisesta ja myymisestä.

¹³ Bartoloni, Ietto & Pascucci, Do Connoisseur Consumers Care About Sustainability? Exploring Coffee Consumption Practices Through Netnography. *British Food Journal* (2022), <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-07-2021-0814/full/html>.

Ominaisuudet: Edistää ymmärrystä keskustelemalla sekä ostajien että myyjien kohtaamista globaalien tason haasteista ja mahdollisuuksista raakakahvimarkkinoilla.

Tämän verkkosivuston¹⁴ tavoitteena on tarjota tietoa raakakahvikaupasta käyttämällä luotettavaa ja käyttökelpoista tietoa kahvimarkkinoista. Tärkeimmät oppimistavoitteet ovat 1) tarjota luotettavaa ja uskottavaa tietoa kestävästä kahvin kulutuksesta/tuotannosta ja 2) tiedottaa kohderyhmälle markkinoiden suuntauksista ja erilaisista strategioista (vihreän kahvin osto- ja myyntistrategiat). Sisältö esitetään verkkosivustolla raporttien/artikkeleiden muodossa. Sivustolla kohderyhmä voi saada tietoa virtuaalisista tapahtumista, joiden tarkoituksena on antaa tietoa kestävästä kahvitrendeistä. Lisäksi sivustolla on koulutusvälineosio, johon on tallennettu kaikki hyödyllinen tieto. Tämä osio on jäsennetty kolmeen osaan: työkalut, toiminta ja oppiminen. Riippuen siitä, mitä sisältöä haluat oppia, voit klikata jompaakumpaa näistä luokista. Jos esimerkiksi ostaja haluaa oppia vihreän kahvin ostostrategioista, hänen on napsautettava työkalut-osiota. Näiden lisäksi on osio, joka on omistettu päivityksille. Kaksi viimeistä osiota ovat informatiivisia siten, että niissä annetaan tietoa kumppaniorganisaatioista, lahjoituksista ja Green Summit -koulutustyökalusta/verkkosivustosta kokonaisuutena.

Kirjallisten strategioiden (esim. raportit ja artikkelit) lisäksi Green Summit käyttää myös toista strategiaa, joka sisältää videoita ja virtuaalisia tapahtumia. Videot toimivat kirjallisen tiedon tukena. Virtuaalitapahtumat antavat tilaa vuorovaikutukselle siten, että haasteita ja mahdollisuuksia löydetään keskustelemalla erilaisista taustoista ja alueilta tulevien ostajien ja myyjien kanssa.

¹⁴ Lisätietoja on [osoitteessa: https://green.sca.coffee/tools](https://green.sca.coffee/tools)



3. Kahviopas

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Kahviammattilaiset

Osaaminen: Kahvialan asiantuntemus

Tieto: Kahviketjujen asiantuntemus

Ominaisuudet: Tunnustaa kestävän kehityksen merkityksen uutena normaalina asiana.

The Coffee Guide¹⁵ on maailman laajin, käytännönläheisin ja puolueettomin kansainvälisen kahvikaupan tietolähde. Se kattaa kahvinviljelijöille, kauppiaille, viejille, kuljetusyrityksille, sertifioijille, yhdistyksille ja viranomaisille sekä muille asiaankuuluville toimijoille tärkeät kauppakysymykset. Monet kahvialan toimijat pitävät sitä ensisijaisena viitteenä. Tämä neljäs painos on suoraan kahviteollisuudelta saatujen tietojen pohjalta laadittu. Siinä on päivitettyä teknistä tietoa rahoituksesta, elintarviketurvallisuustoimenpiteistä, logistiikasta ja sopimuksista. Siinä on määritelty uudelleen laatu ja tietojen segmentointi ja laajennettu digitalisaation kattavuutta sekä sertifiointeihin ja toimitusketjua koskevaan lainsäädäntöön liittyviä tietoja. Siinä kiinnitetään myös ensisijaista huomiota sellaisiin kysymyksiin kuin ilmastonmuutos, kahvin hinnan epävakaus, elämiseen riittävä palkka sekä vallan, voiton ja resurssien epätasa-arvoinen jakautuminen toimitusketjussa. Se pyrkii olemaan informatiivinen, hyödyllinen ja kaikki sidosryhmät kattava.

¹⁵ Bozzola et al., Kahviopas. *Kansainvälinen kauppakeskus* (2021). ISBN: 9789211036831. <https://www.researchgate.net/publication/355928597> *The Coffee Guide Fourth Edition*

Oppaassa on säilytetty se ydin, joka on tehnyt siitä niin suosituksen vuosien varrella, ja se sisältää puolueetonta ja käytännöllistä tietoa siemenestä kuppiin. Se on suunnattu arvoketjun sidosryhmille kaikissa maissa, joissa kahvia käytetään ja kulutetaan. Katsaus kahvimaailmaan sisältää suosituksia kulutuskäytännöistä ja kilpailukyvyistä, sertifiointista, sopimuksista, logistiikasta, vakuutuksista, kaupankäynnistä, termiinimarkkinoista, suojautumisesta, riskienhallinnasta, laadunvalvonnasta, digitaalisista työkaluista ja paljon muuta.

Oppaan on tarkoitus toimia tärkeänä koulutus- ja tiedonjakovälineenä, jolla edistetään tuottajien, viejien ja heitä tukevien tahojen etuja kahvia tuottavissa maissa ympäri maailmaa. Kestävä kehitys on yhteinen säie, joka yhdistää oppaan kaikkia lukuja. Oppaassa tarkastellaan ihmisarvoisen toimeentulon määritelmiä, ilmatoratkaisuja koskevien hankkeiden nostamisen logiikkaa ja nuorten ja naisten roolia kahvin edistämässä.

4. Aika herätä ja haistaa kahvin tuoksu: 6 jätteenöntä kahviratkaisua

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Kahvin kuluttajat

Osaaminen: Selittää, miten kahvia valmistetaan kestävästi

Tieto: Kuvaa edut, joita on jommankumman artikkelissa esitellyn kuuden nollahävikkipahviratkaisun käyttämisestä.

Ominaisuudet: Syyt siihen, miksi kertakäyttökapselit ovat saavuttaneet suosiota ja miksi se on hyvin kestäväntöntä.

Artikkelissa¹⁶ annetaan lukijoille kuusi erilaista tapaa tehdä aamukahvista jätteenöntä. Siinä esitetään luettelo syistä, joiden vuoksi kertakäyttökapselit ovat äärimmäisen kestävättömiä, ja vaihtoehtoisia perinteisiä

¹⁶ Thomas, Aika herätä ja haistaa kahvi: 6 jätteenöntä kahviratkaisua. *Zero Waste Europe* (2017). <https://zerowasteurope.eu/2017/11/zero-waste-coffee/>.

kahvinkeitto menetelmiä, kuten ranskalaista puristinta tai moka-pannua, joita voi käyttää päivittäisessä kahvinkeitossa ja jotka ovat jätteettömiä.

Sisältö esitetään lyhyenä ja helppolukuisena blogikirjoituksena, joka on suunnattu suoraan kahvinkuluttajalle. Tieto on hyvin ymmärrettävää, ja siinä on helposti saatavilla olevia tietoja ja lyhyitä selityksiä eri kahvivaihtoehdoista.

5. Kahvia: Yksi tunnetuimmista nautintoaineista kestävästi nauttien

Kohderyhmä: Kahvin kuluttajat sekä kahviloiden omistajat/työntekijät.

Osaaminen: Keskittyy kaikkiin kahvinkulutukseen liittyviin näkökohtiin, jotta kuluttajat ja kahviloiden omistajat/työntekijät voivat oppia kaikista saatavilla olevista kestävästä vaihtoehdoista.

Tieto: Tarjoaa yksityiskohtaista tietoa kaikista kuluttajien käytettävissä olevista kestävästä vaihtoehdoista/ratkaisuista.

Ominaisuudet: Lisää kuluttajien tietoisuutta kaikista päivittäiseen kahvihetkeen liittyvistä vaiheista ja siitä, miten kestävämpiä ne voivat olla, sekä tarjoaa ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja ja ratkaisuja.

Verkkosivusto¹⁷ tarjoaa kuluttajille sekä kahviloiden omistajille/työntekijöille kaikki tavat, joilla he voivat tehdä kahvirutiineistaan kestävämpiä, muun muassa ostettavan kahvin, sen valmistustavan, kapselivaihtoehtojen, kahvilisäaineiden tai mukaan otettavan kahvin osalta. Työkalussa tuodaan esiin sertifioitua kahvia ja kestäviä tuotemerkkejä markkinoilla sekä kestäviä vaihtoehtoja kahvipakkauksiin. Se esittelee vinkkejä siitä, miten valmistaa kahvia kotona kestäväällä tavalla, sekä parempia vaihtoehtoja kahvisuodattimille ja kapseleille. Se keskittyy myös edistämään kestävästä maidon ja sokerin kulutusta ja auttaa kuluttajia muuttamaan kestävämmiksi, kun he ostavat kahvia mukaan. Lyhyesti sanottuna verkkosivusto tarjoaa kattavan oppaan siitä, miten kahvista tehdään

¹⁷ Kahvia: Yksi tunnetuimmista piristeistä: Kestävästi nauttiminen. *Harkitseva kuluttaja* (2021). <https://www.considerate-consumer.com/coffee>.



kestävää aina ostohetkestä, pakkauksesta ja valmistustavasta kahviin, jonka otat kahvilasta mukaan.

Sisältö esitetään artikkelimuodossa, joka on jaettu osioihin, joissa käsitellään kaikkia kahvin kulutukseen liittyviä näkökohtia ja esitetään näkemyksiä kestävästä ratkaisusta ja vaihtoehdoista. Se sisältää myös linkkejä muihin lähteisiin, jos lukija haluaa syventyä johonkin aiheeseen erityisesti.

6. Kestävän kahvin haaste

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Kahvialan yritykset, hallitukset ja poliittiset päättäjät, kuluttajat ja suuri yleisö, tutkimuslaitokset ja korkeakoulut.

Osaaminen: Sidosryhmien sitoutuminen ja yhteistyö, johtaminen ja muutoksen hallinta, tietojen analysointi ja arviointi, kriittinen ajattelu ja ongelmanratkaisu.

Tieto: Kestävän kehityksen käsitteet, periaatteet ja puitteet; parhaat käytännöt ja innovatiiviset ratkaisut kahviteollisuudessa; keskeisten suorituskykyindikaattoreiden ja vaikutusten arviointien ymmärtäminen; tietoisuus kahvintuotannon sosiaalisista, ympäristöllisistä ja taloudellisista haasteista.

Ominaisuudet: Eettinen ja vastuullinen päätöksenteko; tietoisuus ja empatia kahvia tuottavia yhteisöjä kohtaan; pitkäjänteinen ajattelu ja kestävä kehityksen vaikutusten huomioon ottaminen; sitoutuminen oikeudenmukaisuuteen, avoimuuteen ja ihmisoikeuksien kunnioittamiseen.

Sustainable Coffee Challenge¹⁸ on kollektiivinen hanke, johon osallistuvat yritykset, hallitukset, kansalaisjärjestöt, tutkimuslaitokset ja eri sidosryhmät ja jonka tavoitteena on edistää kahvialan täydellistä kestävyttä. Tämän aloitteen kumppanit tekevät aktiivisesti yhteistyötä lisätäkseen avoimuutta, luodakseen yhteisen vision kestävydestä ja työskennelläkseen yhdessä nopeuttaakseen edistystä näiden tavoitteiden saavuttamisessa.

Aloitteessa korostetaan kahvialan taloudellisen kestävyuden merkitystä. Siinä tarkastellaan muun muassa markkinoille pääsyä, reilua kauppaa, hintojen epävakautta, arvoketjun tehokkuutta, rahoituksen ja luottojen saatavuutta sekä liiketoimintamalleja, jotka tukevat kahvinviljelyn ja -kaupan pitkän aikavälin taloudellista elinkelpoisuutta. Aloitteessa tunnustetaan markkinakysynnän ja kuluttajien tietoisuuden merkitys kestävien kahvikäytäntöjen edistämässä. Aloitteessa tarkastellaan muun muassa kuluttajavalistusta, markkinasuuntauksia, sertifiointeja ja markkinointistrategioita, joilla edistetään kestävästä kahvin kulutusta ja luodaan kestävämpi markkinatalous.

Sustainable Coffee Challenge -haasteessa käytetään erilaisia menetelmiä sisällön esittämiseen ja jäsentämiseen. Se tuottaa raportteja, white paper- julkaisuja, joissa tarkastellaan kahvialan erityisiä kestävyysaiheita ja tarjotaan tutkimustuloksia, parhaita käytäntöjä ja suosituksia sidosryhmille. Se esittelee myös tapaustutkimuksia ja menestystarinoita, joilla osoitetaan kestävien käytäntöjen myönteinen vaikutus alalla ja innostetaan muita. Se tekee yhteistyötä kumppaniorganisaatioiden, kuten kansalaisjärjestöjen ja tutkimuslaitosten, kanssa sisällön jakamiseksi, yhteisen tutkimuksen tekemiseksi ja hankkeiden toteuttamiseksi.

7. Kahvi Knowledge Hub

Kohderyhmä: Kaikki aloittelevat kahvialan ammattilaiset

¹⁸ Lisätietoja on [osoitteessa: https://www.sustaincoffee.org](https://www.sustaincoffee.org)

Osaaminen: Kahvialan asiantuntemus

Tieto: Perustaidot

Ominaisuudet: Kiinnostus baristan ammattia kohtaan

Coffee Knowledge Hub (CKH)¹⁹ on avoin foorumi niille, jotka tarjoavat korkealaatuista koulutusta ja resursseja. Se kutsuu maailmanlaajuisen kahviyhteisön oppimiskokemukseen - pääsy kursseille maailmanlaajuisesti ja mahdollisuus luoda yhteyksiä ja tutustua uusimpiin suuntauksiin ja tutkimuksiin. Kursseilla ja luennoilla käsitellään erilaisia aiheita, kuten kahviliiketoimintaa, vihreää kahvia, paahtamista ja kestäväää kehitystä. Alusta tarjoaa myös pääsyn verkkokirjastoon ja podcast-sarjaan, jossa tutkitaan "kahvivalikoimaa" - mukaan lukien sellaiset näkökohdat kuin kahvivalikoiman hiilijalanjälki, valikon kehittäminen ja hinnoittelu.

5.2 Koulutuskurssit

Tässä osiossa esitellään erilaisia EU:ssa tarjolla olevia koulutuskursseja, joissa käsitellään kahvialan kestävyyttä.

1. Ammattimainen barista

Kohderyhmä: Kahvilan työntekijät/ Aloittelijat

Kesto: Kesto: 32 tuntia

Osaaminen: Ho.Re.Ca.

Tieto: Keskittyminen aloittelijoihin

Asenne: Kiinnostus baristan ammattia kohtaan

¹⁹ Lisätietoja on [osoitteessa: https://coffeeknowledgehub.com/en](https://coffeeknowledgehub.com/en)

Tämä 4 päivän mittainen kurssi²⁰ kattaa baristakoulutuksen "basic" ja "master".
Opit kokeneelta baristakouluttajalta kahvinvalmistuksen teknisen ja tieteellisen lähestymistavan kattavasti ja hyvin käytännönläheisesti.

Kurssin rakenne on seuraava:

Päivä 1:

- Johdatus kahvin maailmaan
- Kahvin kulku siemenestä kuppiin
- Mitä on erikoiskahvi?
- Eri viljelyalueilta, eri käsittely- ja paahtoasteilta peräisin olevien eri kahvien maistelu (cupping).
- Tutustuminen kahvinkeittämiin, kahvimyllyihin ja muihin baristatyökaluihin.

Päivä 2:

- Espresso valmistuksen perusteet
- Ristretto, lungo, americano
- Uuttaminen, TDS
- Maidon höyrystämisen perusteet
- Laitteiden huolto ja puhdistus

Päivä 3:

- Espresso reseptin asettaminen erikseen
- Juomavalikko, eri latte-juomien valmistus
- Latte art
- Työprosessistrategiat ja työpinnan käsittely

Päivä 4:

- Johdatus suodatinkahviin
- Harjoitus

²⁰ Lisätietoja kurssista saat [osoitteesta https://www.cecbudapest.com/english-barista-courses](https://www.cecbudapest.com/english-barista-courses).

- Tentti

2. SCA Kestävän kehityksen peruskurssi

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Kaikki kiinnostuneet ihmiset kahvin arvoketjun kaikissa vaiheissa (eli viljely, jalostus, paahtaminen ja kulutus).

Kesto: 8 tuntia + 35 minuuttia arviointi

Osaaminen: Antaa opiskelijoille valmiudet ryhtyä alustaviin toimiin ja tehdä tietoon perustuvia päätöksiä kestävästä kahvinviljelystä, -jalostuksesta, -paahtamisesta ja/tai -kulutuksesta itsensä, yrityksensä ja/tai organisaationsa puolesta.

Tieto: Lisätä opiskelijoiden tietämystä kestävyiden terminologiasta kahvin arvoketjun näkökulmasta. Kehitetään ymmärrystä kestävyiden haasteista ja parhaista käytännöistä kahvialalla.

Asenne: Auttaa opiskelijoita lisäämään kestävää asennettaan kahvin arvoketjun eri tasoilla.

Tämän verkkokurssin²¹ tavoitteena on tarjota perustietoa kahviketjun kestävydestä. Kurssilla käsitellään muun muassa sitä, mitä termi "kestävä" tarkoittaa ja kahvin arvoketjussa esiintyviä kestävyteen liittyviä haasteita. Kurssin tavoitteena on antaa yleinen käsitys kahvialan kestävydestä sisällyttämällä siihen taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset tekijät sekä näiden tekijöiden keskinäiset suhteet.

Kurssi on jaettu neljään luokkaan, joista kukin kestää 2 tuntia ja sen rakenne on seuraava:

Ensimmäinen luokka:

- Johdanto kurssiin
- Kestävyiden merkitys

²¹ Lisätietoja kurssista saat osoitteesta https://thechaincollaborative.org/wp-content/uploads/2018/11/TCC_SCA-Coffee-Sustainability-Program_Foundation-Course-Outline-2022.pdf.

- Kahviin liittyvän kestävyiden lyhyt historia
- Kahvialan kestävyteen liittyvät valta- ja poliittiset kysymykset
- Yhteenveto

Toinen luokka:

- Yhteenveto ensimmäisestä luokasta
- Johdatus kahvialan kestävyiden sidosryhmiin
- Johdatus kestävyteen liittyviin haasteisiin: a) ilmastonmuutos koko kahvialalla, b) agronomia tilatasolla.
- Yhteenveto

Kolmas luokka:

- Toisen luokan yhteenveto
- Kestävään kehitykseen liittyvien haasteiden jatkuminen: a) hinnat ja hintavaihtelut, b) taloudellinen epätasa-arvo koko alalla, c) sukupuolten tasa-arvo toimitusketjussa ja sen loppupäässä, d) työvoima koko alalla, maataloustyöntekijät ja työntekijöiden ikä.
- Yleisten ratkaisujen esittely: a) hintojen parantaminen
- Yhteenveto

Neljäs luokka:

- Kolmannen luokan yhteenveto
- Yhteisten ratkaisujen jatkaminen: a) viljelijäorganisaatiot, b) kahvisertifiointit ja eettinen markkinointi c) koko alan työkalupakettien käyttö, d) tutkimus- ja kehitystyön merkitys kahvialalla.
- Yhteenveto yhteisten kestävyysratkaisujen mahdollisuuksista ja rajoituksista
- Ymmärrys siitä, mitä tehdä seuraavaksi
- Keskeiset asiat



3. Barista-akatemian kurssit: Johdatus kahvin maailmaan

Kohderyhmä: Kahviloiden omistajat ja työntekijät, alan ammattilaiset, hotelli- ja ravintola-alan oppilaitokset, asiakkaat ja aiheesta kiinnostunut yleisö.

Kesto: 6 tuntia

Osaaminen: Perustiedot kahvimaailmasta

Tieto: Keskittyminen aloittelijoihin

Asenne: Kiinnostus baristan ammattia kohtaan

Akatemian²² tavoitteena on levittää kahvikulttuuria ja korostaa kahvin laatua sekä edistää sen kulutusta useiden nautinnollisten, innovatiivisten ja lisäarvoa tuottavien juomien avulla. He tarjoavat 4 erilaista kurssia: johdatus kahvimaailmaan (esittelemämme kurssi), espresso, kahvinvalmistus ja cappuccino.

Kurssin päätteeksi osallistujien tulisi osata: a) tunnistaa kahvin historian puitteet, b) luonnehtia kahvikasvin kasvitieteellisiä piirteitä, c) erottaa kahvin sadonkorjuun ja sadonkorjuun jälkeisen käsittelyn eri prosessit, d) erottaa

²² Lisätietoja kurssista ja muista akatemian tarjoamista kursseista saat [osoitteesta https://www.centrociencia cafe.com/en/academia-barista#barista-cursos](https://www.centrociencia cafe.com/en/academia-barista#barista-cursos).

kahvimarkkinoiden menettelyt, e) luonnehtia koko valmistusprosessia, f) soveltaa kuppikokeeseen liittyvää protokollaa ja g) tunnistaa, mitä paahtoprosessissa tapahtuu.

Kurssi rakentuu seuraavasti:

- Moduuli I: Kahvin historia
- Moduuli II: Kasvitieteet
- Moduuli III: Sadonkorjuu ja jalostus
- Moduuli IV: Kahvimarkkinat
- Moduuli V: Tuotantoprosessi
- Moduuli VI: Kuppaaminen
- Moduuli VII: Sensoriset testit
- Moduuli VIII: Arviointi

4. Certificate in Sustainable Coffee Value Chain -sertifikaatti

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Kahvialan ammattilaiset, kahvin ystävät, kestävän kehityksen harrastajat.

Kesto: 4 kuukautta (keskimäärin 72 kontaktituntia)

Osaaminen: Kahvin arvoketjun ymmärtäminen; käytännön kahvinviljelytaidot; laadunarviointi ja -hallinta; tietoisuus kestävästä kehityksestä ja sen hallinta.

Tieto: Kahviteollisuus; kahvin viljely ja jalostus; kestävät käytännöt; arvoketjun hallinta.

Asenne: Yhteistyö ja sitoutuminen; eettiset ja vastuulliset käytännöt.

Certificate in Sustainable Coffee Value Chain²³ on Hongkongin yliopiston tarjoama kattava kurssi, jossa keskitytään kahvin arvoketjun tuotantoon, kulutukseen ja hallintaan painottaen kestävyyttä. Kurssin tavoitteena on antaa osallistujille käytännön taitoja ja tietoja, jotka liittyvät kahvialan eri osa-alueisiin

²³ Lisätietoja kurssista saat [osoitteesta https://ccsg.hku.hk/courses/certificate-in-sustainable-coffee-value-chain/](https://ccsg.hku.hk/courses/certificate-in-sustainable-coffee-value-chain/).

viljelystä kulutukseen. Kurssilla tunnustetaan kahvin maailmanlaajuinen merkitys laajasti kulutettuna hyödykkeenä ja sen vaikutus luonnon ekosysteemeihin ja miljoonien ihmisten toimeentuloon. Kurssilla tunnustetaan kahvialan kestävyysasteet ja se, että alan sidosryhmät asettavat yhä enemmän etusijalle sosioekonomiset ja luonnonsuojelulliset arvot.

Kurssi rakentuu seuraavasti:

- Kahvin perusasiat:
 - Johdatus kahvin historiaan ja paahtoprosessiin
 - Kahvin aistit ja ihmisen aistit ja kahviin liittyvät näkökohdat.
- Kestävä kahvin arvoketju:
 - Ymmärtää maailmanlaajuisen kahviteollisuuden kestävyysasteita ja tutustua kestävään kahviin liittyviin sertifikaatteihin ja aloitteisiin.
 - "Kestävän arvoketjun" käsitteen käyttöönotto
- Kahvin viljely:
 - Kahvikasvien kasvitieteen ja fysiologian, kahvinviljelyyn vaadittavien ympäristöolosuhteiden ja maailmanlaajuisesti käytössä olevien viljelykäytäntöjen tutkiminen.
- Maatalouskäytännöt:
 - Käytännön kokemusta Lai Chi Wo -koetilalla, mukaan lukien kahvin viljelytekniikat, pellon suunnittelu, maanmuokkaus, puiden hoito, karsinta ja kahvikirsikan kypsyyden tunnistaminen.
- Kahvin jalostus:
 - Tutustutaan erilaisiin kahvin jalostusmenetelmiin, kuten luonnolliseen, pestyyn, hunajaiseen ja anaerobiseen käsittelyyn.
 - Kahvipapujen sadonkorjuun jälkeisen käsittelyn, kuivauksen ja varastoinnin ymmärtäminen.
- Ympäristönhoito:



- Kahvin, biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemipalveluiden välisen suhteen tutkiminen.
- Oppiminen kestävästä tuotantokäytännöistä, uudistuvasta maataloudesta, agrometsätaloudesta ja ilmastomuutoksen vaikutuksesta kahviin.
- Vihreä kahvi:
 - Johdatus raakakahviin, mukaan lukien alkuperä, lajikkeet, lajittelu, erikoiskahvin toimitusketju, varastointi, kuljetus, sertifiointi ja kofeiinittomuus.
- Työpaikkakulttuuri ja osallisuus:
 - Kahvin roolin ymmärtäminen toimistokulttuurissa, kahvin vaikutus gentrifikaatioon, kahvilat sosiaalisina tiloina ja sosiaalisia tavoitteita omaavien kahvialan yritysten tutkiminen.
- Innovaatio ja hallinto:
 - Tutkitaan kahvialan uusia suuntauksia, kahvin jäljitettävyyttä, arvoketjun hallintaa ja keskustellaan innovaation roolista alan muokkaamisessa.

STOW - Kurssit ja työpajat

Kohderyhmä: Kohderyhmä: Ammattimaiset baristat ja kaikki, jotka haluavat kehittää kahvitaitojaan.

Kesto: Kurssin kesto: Yksi-, kaksi- ja kolmipäiväiset kurssit sekä kolmesta neljään tuntia kestävät työpajat.

Osaaminen: Perustiedot kahvimaailmasta. Joidenkin syventävien kurssien edellytyksenä on aiempien tasojen suorittaminen.

Tieto: Kurssit ja työpajat kaikille ammatillisille tasoille (aloittelijoille, keskitasolle ja ammattilaisille).

Asenne: Kiinnostus baristan ammattia kohtaan

Tämän baristakoulutussivuston²⁴ tavoitteena on antaa aloitteleville slovenialaisille kahvialan ammattilaisille välineet ainutlaatuisen lopputuotteen valmistamiseen ja tuoda Ljubljana kartalle samalla, kun kaikki kahvinostot siirtyvät vain suorakauppaan. Kurssien sisältö on hahmoteltu baristan työympäristön ammatillisista perusteista vaativampiin kurseihin, joissa painotetaan eri tavoin kahvin hankintaa ja käsittelyä.

Nämä ovat joitakin tarjolla olevista kursseista ja työpajoista:

- Barista-taidot Intermediate: Koulutettavat päivittävät osaamistaan aistinvaraisten osa-alueiden osalta, valmistavat reseptejä WBC:n standardien ja normien mukaisesti ja johtavat erikoiskahvilaa. He oppivat manipuloimaan kahvin makua lämpötilan, annostelun, ajan ja jauhatusrakeiden muuttujien avulla.
- Panimoalan peruskurssi: Tarkoitettu kaikille, jotka ovat kiinnostuneita kahvin matkasta pavusta kuppiin. Se tarjoaa tietoa erilaisista perustekniikoista ja ensiluokkaisen suodatinkahvin esikäsittelystä.
- Panimo- ja ammattilaiskurssit: Koulutettavat parantavat kykyään maistaa erilaisia alkuperäkahveja, joita on käsitelty eri tavoin ja niiden vaikutusta makuun valmistusmenetelmän mukaan. Myös vettä ja sen kemiallista koostumusta painotetaan paljon.
- Sensory Cupping Table -työpaja: Osallistujat tutustuvat kahvin makuihin eri viljelymaista, jotta he voivat harjoitella kahvien maku- ja aromihavaintoja.

²⁴ Lisätietoja tarjolla olevista kursseista on osoitteessa <https://www.stow.si/tecaji/>.

- Espresso Masterclass -työpaja: Se kattaa espresso-juoman valmistuksen reseptin mukaan. Koulutettavat oppivat, miten kahvimylly asetetaan tehokkaasti, mitataan jauhetun kahvin annos oikein, tukahdutetaan se ja valmistetaan erinomainen kupillinen espressokahvia.
- Pour-Over Masterclass -työpaja: Opiskelijat oppivat reseptin merkityksen (kahvin ja veden suhde, uuttoaika, veden lämpötila) ja valmistustekniikan. Kurssilla käsitellään V60- ja Aeropress-menetelmiä.

5.3 Parhaat käytännöt

Tässä jaksossa kerrotaan yrityksistä, kansalaisjärjestöistä tai yleisemmin aloitteista, jotka ovat onnistuneet edistämään kestäviä kahvinkulutustottumuksia asiakkaiden keskuudessa joko mainoskampanjoiden tai kannustimien avulla.

1. Nestlé/Nescafé:

Maa: Sveitsi

Yrityksen tyyppi: Monikansallinen elintarvikkeita ja juomia jalostava monialayritys.

Sertifikaatit: 4C; Rainforest Alliance; UTZ: 4C; Rainforest Alliance; UTZ

Nestlé²⁵ on sitoutunut kehittämään tuotteita, jotka ovat hyväksi sinulle ja planeetalle. "Tarkoituksenamme on vapauttaa ruoan voima, jotta voimme parantaa kaikkien elämänlaatua tänään ja tulevien sukupolvien ajan". Todellinen kunnioitus tarkoittaa tekemistä, ei vain sanomista. Kuten sen varmistamista, että viljelymme ovat kestäviä, että pakkauksemme tuottavat vähemmän jätettä ja että pidämme huolta viljelijöistämme ja planeetastamme." Tavoitteet: 1)

²⁵ Lisätietoja Nestlén/Nescafé'n kestävästä kehityksen strategiasta on [osoitteessa https://www.nescafe.com/make-your-world](https://www.nescafe.com/make-your-world).

Kunnioittavasti kasvatettu, 2) Kunnioittavasti valmistettu, 3) Kunnioittavasti pakattu, 4) Kunnioittavasti nautittu.

"Lähestymistapamme kestäväan kehitykseen on laaja-alainen, ja sitä tukevat sitoumukset pyrkiä nollapäästöihin ja metsäkadottomiin toimitusketjuihin sekä edistää uusiutuvaa maataloutta mittakaavassa. Lisäksi olemme sitoutuneet parantamaan vesivarojen hallintaa, kehittämään parempia pakkauksia, joissa on parempi kiertokulku, luomaan mahdollisuuksia nuorille ja rakentamaan monipuolista ja osallistavaa työvoimaa²⁶.

2. Nestlé/Nespresso:

Maa: Sveitsi

Yrityksen tyyppi: Kahvinkeittimien ja kahvikapselien valmistaja

Sertifikaatit: Reilu kauppa; Rainforest Alliance ("Nespresso AAA Sustainable Quality").

Nespresso on tarjonnut australialaisille kuluttajille "ilmaisen lahjan" vastineeksi siitä, että he palauttavat täyden pussillisen käytettyjä kapseleita. Tällä kannustimella Nespresso pyrki kannustamaan Nespresso-kahvin kuluttajia kierrätyskäyttämiseen. Näin se toimii:

1. Kuluttajia pyydetään toimittamaan vähintään 100 käytettyä alumiinikapselia mihin tahansa Nespresso-myymälään.
2. Käytetyt alumiinilaatikat on sijoitettava myymälöissä oleviin kierrätyslaatikoihin.
3. QR-koodi skannataan ja kuluttajia pyydetään täyttämään rekisteröintilomake.
4. Täytetty rekisteröintilomake näytetään henkilökunnalle ja kuluttajat saavat lahjan.

²⁶ Nestlén vuoden 2021 kestäväan kehityksen raportti on saatavilla osoitteessa <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-03/creating-shared-value-sustainability-report-2021-en.pdf>.

5. Lahjoihin voi valita Nespresso-kahvin hylsyn, kierrätetystä kahvijauhosta valmistetun Nespresso-muistikirjan tai Nespresso-rantapyyhkeen.

Käytetyt alumiiniset kahvikapselit lähetetään keräyksen jälkeen käsittelykeskuksiin, joita hallinnoivat kierrätykseen erikoistuneet kumppanit. Näissä keskuksissa alumiini lähetetään sulattamoihin, joissa se sulatetaan ja käytetään uudelleen monien eri tuotteiden, kuten kapselien, tölkkien, ikkunanpuitteiden, elintarvikepakkausten, autojen, polkupyörien ja lentokoneiden osien valmistukseen.

Tämä ohjelma on otettu käyttöön Australiassa vuonna 2022. Kuuden kuukauden jälkeen kaupoista oli kerätty lähes kaksi tonnia kierrätettäviä alumiinisia kahvikapseleita ja 98 prosenttia asiakkaista ilmoitti haluavansa jatkaa ohjelman käyttöä.²⁷ .



3. Delta Cafés (Grupo Nabeiro):

Maa: Portugali

Yrityksen tyyppi: Yritys: Kahvinpaahto- ja kahvipakkausyritys

²⁷ Nespresson vuoden 2022 raportti ja sen kestävä kehityksen strategia ovat saatavilla osoitteessa <https://www.sustainability.nespresso.com/our-progress>.

Sertifikaatit: EMAS, Cafecert Colombia, Rainforest Alliance, UTZ, 3R6, CERTIF -sertifioitu tuotemerkki, Reilu kauppa, luomukahvi, FDA, HALAL, Ponto Verde, EAC, luomuviini.

Yrityksellä²⁸ on tällä hetkellä kolme kestävää pähanketta:

1. Ympäristövastuu Ambiente Delta:

Hankkeen päätarkoituksena on edistää ympäristövaikutusten vähentämistä erityisesti vähentämällä paperin, sähkön, veden ja polttoaineen kulutusta konsernin kaikissa yhtiöissä. Ambiente Delta -hankkeen käynnistämiseksi luotiin kestävän kehityksen lähettiläiden verkosto, joka koostuu yhdestä työntekijästä kustakin yrityksestä ja kaupallisesta osastosta, minkä ansiosta voimme vahvistaa kestävän kehityksen politiikkaa ja korostaa yhteenkuuluvuuden tunnetta Delta Caféssa.

2. Koneiden kierrätys Tehtävä:

Kierrätystehtävän tarkoituksena oli saada kuluttajat tietoisiksi tarpeesta lajitella ja hävittää ei-toivotut kodin sähkölaitteet oikeaan paikkaan. Delta Q ja Amb3E kehittivät yhteistyössä tiedotuskampanjan, joka toteutettiin yli kahden kuukauden ajan 22 kaupungissa eri puolilla Manner-Portugalia. Tämän pitkäkestoisen aloitteen tuloksena kierrätysastioihin sijoitettiin 2 000 vanhaa laitetta. Tästä jätteestä saadut varat käytettiin puiden istuttamiseen Portalegren kunnassa, mikä hyödyttää lyhyellä aikavälillä koko paikallista ekosysteemiä ja tarjoaa lisää vapaa-ajan alueita, mikä parantaa alueen asukkaiden elämänlaatua.

²⁸ Lisätietoja Grupo Nabeiron kestävän kehityksen strategiasta ja vuoden 2018 kestävän kehityksen raportista on osoitteessa <https://gruponabeiro.com/en/sustainability>.

3. ReThink-hanke:

Kyseessä on Delta Coffee -hankkeen luoma hanke, joka liittyy Planet Delta -aloitteisiin, joiden tavoitteena on sulkea kahvin kiertokulku. Kyseessä on hanke, jossa tutkitaan ja hyödynnetään yrityksen toiminnasta ja kahvin kulutuksesta syntyvää jätettä eli kahvinpuruja. Kyseessä on Portugalin kokonaisvaltaisin hanke, sillä siinä analysoidaan ja vahvistetaan koko kahvin kiertokulkua, mukaan lukien kuluttajat ja heidän tuottamansa jäte. Siinä tutkitaan ja mietitään uudelleen kahvinpurujen käyttöä ja suljetaan tämän tuotteen kiertokulku siten, että sen vaikutus kestävyys tasoon on mahdollisimman pieni.

Kuluttajien itsensä on oltava käyttäytymisen muutoksen moottori, ja tästä syystä Delta on kehittänyt järjestelmän, jolla kerätään ja käytetään sen teollisuus- ja myyntitoiminnoista syntyviä pääjätteitä.

Hanketta rahoitti QREN (kansallinen strateginen viitekehys) 2 miljoonalla eurolla, mikä mahdollisti kumppanuuksien solmimisen Universidade Nova de Lisboan luonnontieteiden ja tekniikan tiedekunnan, IBET:n (kokeellisen biologian ja teknologian instituutti) ja UNIDEMI:n (teollisuustekniikan tutkimus- ja kehittämissyksikkö) kanssa sekä Diverge Designin kanssa, joka on ollut kumppanina jo muissa hankkeissa. Nämä kumppanuudet mahdollistavat uusien tutkimushankkeiden käynnistämisen.

4. ComposTerra:

Maa: Alankomaat

Yrityksen tyyppi: Jälleenmyyjä

Sertifikaatit: .

ComposTerra²⁹ edistää pääasiassa biomassasta valmistettujen kompostoituvien tuotteiden suunnittelua, tuotantoa ja levittämistä. Muita heidän käyttämiään ja

²⁹ Lisätietoja yrityksestä ja sen tuotteista on osoitteessa <https://www.composterra.nl/en/home>.

käsitteliään raaka-aineita ovat kahvinporot, vehnäleseet, teeledet, appelsiininkuoret tai perunajätteet. Heidän palvelunsa ja prosessinsa ulottuvat kompostoituvien biomateriaalien keräämisestä, esikäsittelystä, sekoittamisesta, tuotannosta ja jälkituotannosta. Heidän tuotteisiinsa kuuluu kahvikuppeja, jotka edistävät kestävämpää kahvin kulutusta.

Yritys pitää kumppanuuksia olennaisena osana kiertotalouden muutosta koskevaa visiotaan. He pyrkivät vaikuttamaan jakamalla tietämystään konsultteina yritysten kanssa. Ne pyrkivät skaalaamaan tuotteitaan kumppanivalmistajien kanssa.

Yritys perustettiin huhtikuussa 2021. Osana jatkuvia ponnistelujaan ne pyrkivät saavuttamaan seuraavat vaikutukset:

Taloudelliset vaikutukset:

- a. Edullinen vaihtoehto muoveille erittäin alhaisten hankintakustannusten ansiosta.
- b. Pk-yritysten tukeminen niiden siirtymisessä kiertotalouteen, jotta ne olisivat "tulevaisuuden varmat".

Ekologinen vaikutus:

- c. Raaka-aineiden käytön vähentäminen
- d. Muovisaasteen pysäyttäminen
- e. Biomassavirtojen siirtäminen jäännösjätteestä kompostiin

Sosiaalinen vaikutus:

- f. Roolimallina toimiminen STEM- ja yrittäjyysalalla toimiville naisille.
- g. Seuraavan tutkijasukupolven kouluttaminen yliopistojen kanssa tehtävän harjoitteluyhteistyön avulla.



5. Kabioca:

Maa: Ranska

Yrityksen tyyppi: Paahtimo

Sertifikaatit: Maatalouden sertifioitu luomumerkintä: Sertifioitu luomuviljely

Kasvipohjaisilla kapseleillaan Kabioca³⁰ pyrkii vähentämään kapseleissa käytettävän alumiinin määrää, joka on maailmanlaajuisesti 40 000 tonnia jätettä vuodessa - ja vain 2 000 tonnia kierrätetään. Kapselit ovat yhteensopivia sekä Nespresso- että Dolce Gusto -koneiden kanssa. Nespresso-kapselit ovat myös biohajoavia ja kompostoituvia. He kasvattavat myös luomukahvipapuja, jotka eivät sisällä torjunta-aineita tai muuntogeenisiä organismeja.

Yritykselle on myönnetty Yvelinesin ympäristöpalkinto sen innovaatioista ja ympäristöystävällisempien tuotteiden kehittämisestä. Yritys on sisällyttänyt yritysten yhteiskuntavastuun osaksi yritysstrategiaansa ja edistyy neljässä pilarissa: ostot/toimittajat, tuotteet, logistiikka ja sosiaaliset näkökohdat.

Ne ovat myös vähentäneet toimituksiinsa liittyvää pakkaamista. He käyttävät kasvipohjaisten kapseleidensa lähettämiseen sähköistä laskutusta, kierrätyspakkauksia ja hiilidioksidipäästöttömiä kuljetuksia.

³⁰ Lisätietoja yrityksestä ja sen tuotteista on osoitteessa <https://www.kabioca.com/en/home-new/>.

6. Starbucks:

Maa: Yhdysvallat

Yrityksen tyyppi: Monikansallinen kahvilaketju ja paahtimoiden varannot

Sertifikaatit: Reilu kauppa; Rainforest Alliance; Luomukahvi.

Starbucks tarjoaa alennusta asiakkaille, jotka tuovat omat uudelleenkäytettävät mukinsa. Alennuksen määrä vaihtelee toimipaikoittain, mutta se on yleensä noin 10 senttiä juoman hinnasta. Tällä kannustimella pyritään kannustamaan asiakkaita valitsemaan uudelleenkäytettävät vaihtoehdot kertakäyttömukien sijaan. Starbucks myy myös omia merkkisiä uudelleenkäytettäviä kuppejaan, joita asiakkaat voivat käyttää juomiinsa. Starbucks järjestää toisinaan erityistapahtumia, kuten "Bring Your Own Tumbler Day" -päivän, jolloin asiakkaat saavat lisälennuksia tai palkintoja omien uudelleenkäytettävien mukien käytöstä. Näiden tapahtumien tarkoituksena on lisätä tietoisuutta ja edistää uudelleenkäytettävien vaihtoehtojen käyttöä.

Nämä alennukset ja Starbucksin tuotemerkillä varustettujen uudelleenkäytettävien kuppien saatavuus ovat johtaneet siihen, että asiakkaiden käyttämien kertakäyttömukien määrä on vähentynyt huomattavasti. Kertakäyttömukien vähentäminen auttaa vähentämään jätteiden syntymistä, mukaan lukien niihin liittyvä paperi- ja muovijäte ja niiden valmistukseen tarvittava energia. Starbucks on kahvialan maailmanlaajuinen johtaja, ja sen kestävä kehitysaloitteet ovat saaneet muut kahvilaketjut ja yritykset seuraamaan sen toimia.

Starbucks tarjoaa myös kahvituotteita, joilla on erilaisia sertifikaatteja, kuten Reilun kaupan sertifikaatti, ja edistää näin kestäviä kahvin kulutustottumuksia. Vaikka sertifikaatit voivat vaihdella alueittain ja tuotteittain, Starbucks on pyrkinyt hankkimaan kahvia, joka täyttää tunnustetut kestävä kehityksen standardit.

Ne käyttävät erilaisia viestejä, kanavia ja taktiikoita kampanjoissaan edistääkseen kestävää kehitystä ja vastuullista kahvinhankintaa. Starbucks korostaa sitoutumistaan eettiseen hankintaan ja kahvinviljelijöiden tukemiseen.

Ne korostavat hankintakäytäntöjensä myönteisiä vaikutuksia viljelijöiden toimeentuloon ja yhteisöihin. Se myös viestii pyrkimyksistään minimoida ympäristöjalanjälki kestäville käytännöillä, kuten edistämällä biologisen monimuotoisuuden säilyttämistä ja vähentämällä jätteiden määrää.³¹

4. Barcaffè:

Maa: Slovenia

Yrityksen tyyppi: Paahtimo

Sertifikaatit: SI-EKO-003-sertifikaatti.

Barcaffè on omistautunut tarjoamaan asiakkailleen ensiluokkaisen kahvikokemuksen ja tukemaan samalla ympäristöä ja yhteisöjä, joissa se toimii. Heidän Flora-kahvinsa viljelymenetelmässä noudatetaan tiukkoja eettisiä ja ympäristöstandardeja. Se on pakattu ympäristöystävälliseen alumiinittomaan folioon. Koska se on ohutta, pakkaamiseen kuluu huomattavasti vähemmän energiaa, mikä helpottaa sen käsittelyä entisestään. Se on ensimmäinen täysin kierrätettävä pakkaus, joka säilyttää kahvin optimaalisen tuoreuden ja suojelee samalla planeettaamme.

Barcaffè on jo jonkin aikaa täyttänyt lupauksensa istuttaa tuhansia puita. He ovat myös sitoutuneet eettisiin normeihin - paikallisille viljelijöille taataan hyvät työolot ja oikeudenmukaiset tulot. Heidän tuotantomenetelmänsä säilyttää trooppisen sademetsän eikä uhkaa alkuperäisväestöä.

³¹ Starbucksin vuoden 2022 sosiaalisen vaikutuksen raportti on luettavissa [osoitteessa https://content-prod-live.cert.starbucks.com/binary/v2/asset/137-84763.pdf](https://content-prod-live.cert.starbucks.com/binary/v2/asset/137-84763.pdf).



He tuottavat myös omaa kompostia, jota he myyvät kahvinpuruista ja muusta orgaanisesta jätteestä. Sitä markkinoidaan korkealaatuisena ja ravinteikkaana kompostina, jolla voidaan lannoittaa kasveja ja puutarhoja.³² .

³² Lisätietoja Barcaffèn kestävän kehityksen strategiasta löydät [osoitteesta https://suppliers.atlanticgrupa.com/en/social-responsibility/towards-environment/](https://suppliers.atlanticgrupa.com/en/social-responsibility/towards-environment/).

**Moduuli 6. Lyhyt luettelo vinkejä ja neuvoja koskevista
ehdotuksista, joiden avulla asiakkaat/oppijat voivat motivoida
kestäviä tapojaan ja tapaustutkimuksia parhaista käytännöistä eri
puolilta maailmaa.**



Tarjoo kannustimia: tai tarjoa alennuksia uudelleenkäytettävistä mukeista/ tarjoa kierrätysastioita.



Käytä tehokkaita viestintämenetelmiä: Viestitä kestävästä tavoista käyttämällä ruokalistoja ja opasteita/näyttösertifikaatteja ja -merkintöjä kestävien tapojen edistämiseksi.



Ole roolimalli: Käytä myös hiilidioksidipäästöttömiä kuljetuksia kasvipohjaisten kapselien lähettämiseen ja käytä sertifikaatteja ja merkintöjä, joilla osoitat kaikki kestävät toimet, joihin osallistut.



Käytä kampanjoita: Luovat markkinointikampanjat, joissa käytetään tietoisuutta lisääviä hauskoja opetusvideoita - sosiaalisen median kampanjat, joihin liittyy valokuvia ja videoita, ovat elintärkeitä.



Tapahumat: Järjestetään paikallisten sidosryhmien ja kansalaisjärjestöjen kanssa yhteisötapahumia kestävien tottumusten edistämiseksi - johdetaan yhteistyötä laajennettujen sidosryhmien kanssa, mikä johtaa uusien kuluttajien saamiseen.



Ensikäden kokemus toimii! Käytä tarinankerronnan menetelmiä - esittelemällä kahvinviljelijöiden menestystarinoita ja kestävästä käyttäytymisestä myönteisiä tuloksia.

IV. Ohjeet siitä, miten kehitettyjä video-oppaita käytetään ja miten niitä markkinoidaan asiakkaille.

✓ Valitse oikea videosisältö:

Valitse video-opetusvideot, jotka ovat linjassa kahvilasi kestävien arvojen ja tavoitteiden kanssa. Varmista, että sisältö on mukaansatempaavaa, informatiivista ja helposti ymmärrettävää.

✓ Sisällytä koulutukseen, anna henkilöstöllesi valtaa:

Sisällytä nämä video-oppaat työntekijöiden koulutusohjelmiin ja opeta henkilöstöäsi kestävästä kahvikäytännöistä. Varmista, että työntekijäsi ovat perehtyneitä ja osaavat jakaa tätä tietoa asiakkaille. Kouluta henkilöstöäsi vastaamaan asiakkaiden kysymyksiin ja opastamaan heitä kestävien kahvinkulutustottumusten omaksumisessa.

✓ Näytä kahvilassasi:

Luo kahvilaan oma alue, jossa asiakkaat voivat katsella näitä video-opetusvideoita. Käytä opastetauluja tai digitaalisia näyttöjä korostamaan kestävän kahvinkulutuksen videoiden saatavuutta.

✓ Verkkoläsnäolo:

Jaa nämä video-oppaat kahvilasi verkkosivustolla ja sosiaalisen median alustoilla. Käytä tarttuvia kuvatekstejä ja hashtageja, jotta saat laajemman yleisön.

✓ Sisällytä videoita markkinointikampanjoihin:

Käytä näiden video-opetusvideoiden katkelmia tai keskeisiä otteita markkinointimateriaaleissasi, kuten esitteissä, sähköpostitiedotteissa ja sosiaalisen median viesteissä.

✓ Tarjoa interaktiivisia istuntoja:

Järjestä live-tapahtumia tai webinaareja, joissa asiakkaat voivat oppia lisää kestävästä kahvikäytännöistä, ja katso video-oppaita syvällistä tietoa varten.

✓ Palkitse osallistuminen:

Kannusta asiakkaita osallistumaan video-opetukseen tarjoamalla alennuksia, kanta-asiakaspisteitä tai erityisiä kampanjoita niille, jotka suorittavat opetukset loppuun tai osoittavat osaamisensa.

✓ Tarjoa lisäresursseja:

Tarjoa painettua materiaalia, blogikirjoituksia tai linkkejä kestäviä kahvikäytäntöjä käsittelevään lisälukemistoon niille, jotka ovat kiinnostuneita lisätiedoista.

✓ Ota yhteyttä asiakkaisiin:

Kannusta asiakkaita jakamaan ajatuksiaan ja ideoitaan kestäväan kahvinkulutukseen liittyen sekä verkossa että myymälässä. Vastaa kommentteihin ja palautteeseen yhteisöllisyyden tunteen edistämiseksi.

✓ Mittaa ja säädä:

Seuraa video-opetusvideoiden sitoutumista ja vaikutusta asiakkaisiisi. Kerää palautetta ja tee tarvittavia muutoksia sisältöön ja myynninedistämisstrategioihin vastausten perusteella.

✓ Tee yhteistyötä paikallisten kestäväan kehityksen aloitteiden kanssa: tehdä yhteistyötä paikallisten kestäväan kehityksen organisaatioiden kanssa video-opastuksen ja kestävien kahvikäytäntöjen käytön edistämiseksi.

✓ Johda esimerkillä:

Varmista, että kahvilasi noudattaa kestäviä käytäntöjä, ja käytä sitä todellisena esimerkkinä video-opetuksessa käsitellyistä periaatteista.

✓ Luo yhteisö:

Edistä yhteisöllisyyttä samoja arvoja jakavien asiakkaidesi keskuudessa kannustamalla heitä osallistumaan keskusteluihin, jakamaan kokemuksiaan ja tukemaan toisiaan.

Seuraamalla näitä ideoita voit hyödyntää tehokkaasti kestävän kahvinkulutuksen video-opastusvideoita ja mainostaa niitä asiakkaillesi, mikä auttaa lisäämään tietoisuutta ja kannustamaan ympäristövastuullisiin kahvitottumuksiin yhteisössänne.

V. Ohjeet kehitetyn sovelluksen käytöstä ja sen myynninedistämisestä asiakkaille.

ECOffee-sovelluksen käyttäminen

1. Lataa ja asenna:

Lataa ECOffee-sovellus projektin virallisilta verkkosivuilta tai nimetyistä sovelluskaupoista.

Asenna sovellus mobiililaitteeseesi.

2. Tilin luominen:

Luo käyttäjätili käyttämällä voimassa olevaa sähköpostiosoitetta tai sosiaalisen median käyttäjätunnusta.

Anna tarvittavat tiedot, kuten nimi ja sijainti, jotta voit muokata kokemustasi henkilökohtaiseksi.

3. Kielivalinta:

Valitse haluamasi kieli saumatonta käyttökokemusta varten. Sovellus on saatavilla englanniksi ja kaikkien hankekumppaneiden kansallisilla kielillä.

4. Tutustu opetusohjelmiin:

Tutustu WP3:ssa kehitettyihin virtuaalisiin opetusohjelmiin ja syvennä tietämystäsi kestävästä ja ympäristöystävällisistä kahvinkulutustottumuksista.

5. Pisteiden kerääminen:

Osallistu pisteiden keruujärjestelmään tekemällä ostoksia ECOffee-klusterin kahviloissa. Skanna QR-koodit tai noudata määrättyjä menettelyjä varmistaaksesi, että pisteet hyvitetään tilillesi.

6. Lunasta pisteitä:

Seuraa pistekeräyksen edistymistä sovelluksessa.

Lunasta kertyneet pisteet alennuksiksi tai kuponkeiksi missä tahansa ECOffee-klusterin kahvilassa.

7. Pysy ajan tasalla:

Tutustu sovelluksessa oleviin tietoihin hankkeesta, sen tehtävistä ja päivityksistä.

ECoffee-sovelluksen markkinointi asiakkaille:

1. Kahvilassa tapahtuva myynninedistäminen:

Laita kahvilassasi esille mainosmateriaalia, jossa kerrotaan asiakkaille ECoffee-sovelluksesta. Kouluta henkilökuntaa kertomaan asiakkaille sovelluksen eduista ja kannustamaan sen käyttöön.

2. Digitaalinen markkinointi:

Hyödynnä verkkoalustoja, myös sosiaalista mediaa, sovelluksen mainostamiseen. Jaa kiinnostavaa sisältöä sovelluksen ominaisuuksista, hyödyistä ja siitä, miten se edistää kestävästä kahvin kulutusta.

3. Tarjoa eksklusiivisia tarjouksia:

Kannusta sovelluksen lataamiseen tarjoamalla ECoffee-sovellusta käyttäville asiakkaille eksklusiivisia kampanjoita tai alennuksia.

4. Luo tiedotustapahtumia:

Järjestä tapahtumia tai kampanjoita sovelluksen tunnettuuden lisäämiseksi. Ota yhteyttä yhteisöön, jotta innostus ja kiinnostus heräävät.

5. Sähköpostikampanjat:

Toteuta sähköpostikampanja nykyiselle asiakaskunnallesi ja kerro heille sovelluksen julkaisusta ja sen eduista.

6. Kanta-asiakasohjelmien integrointi:

Integroi sovellus olemassa olevaan kanta-asiakasohjelmaan ja kannusta asiakkaita osallistumaan siihen saadaksesi lisäetuja.

7. Asiakaspalaute:

Kannusta asiakkaita antamaan palautetta sovelluksessa, jotta voit ymmärtää heidän kokemuksiaan ja tehdä parannuksia.

VI. Kirjallisuus ja asiaankuuluvat liitteet

1. Maailmanlaajuinen kahvialusta:

GCP on monien sidosryhmien jäsenyhdistys, joka on sitoutunut edistämään kahvin kestävyttä kohti visiota kukoistavasta, kestävästä kahvialasta tuleville sukupolville. GCP antaa kahvintuottajille, kauppiaille, paahtimoille, hallituksille ja kansalaisjärjestöille mahdollisuuden yhdenmukaistaa ja moninkertaistaa ponnistelunsa ja investointinsa, toimia yhdessä paikallisten painopisteiden ja kriittisten kysymysten parissa, skaalata paikallisia kestävyysohjelmia ja kasvattaa kestävä kahvin globaaleja markkinoita koko kahvimaailmassa. GCP:n jäsenet ja GCP:n maakohtaisten foorumeiden verkosto työskentelevät yhdessä, jotta miljoona kahvinviljelijää saisi hyvinvointinsa muutokseen vuoteen 2030 mennessä.

Niissä käsitellään alan yleisiä ja syvempiä kestävyysaasteita, kuten ilmastonmuutokseen, tuholaisiin ja tautien puhkeamiseen, puiden ikääntymiseen ja viljelijöihin liittyviä uhkia.

Lisätietoja organisaatiosta saat [GCP:n verkkosivuilta](#).



ECOffee-project

E-opas kestävästä kahvinkulutuksesta

