

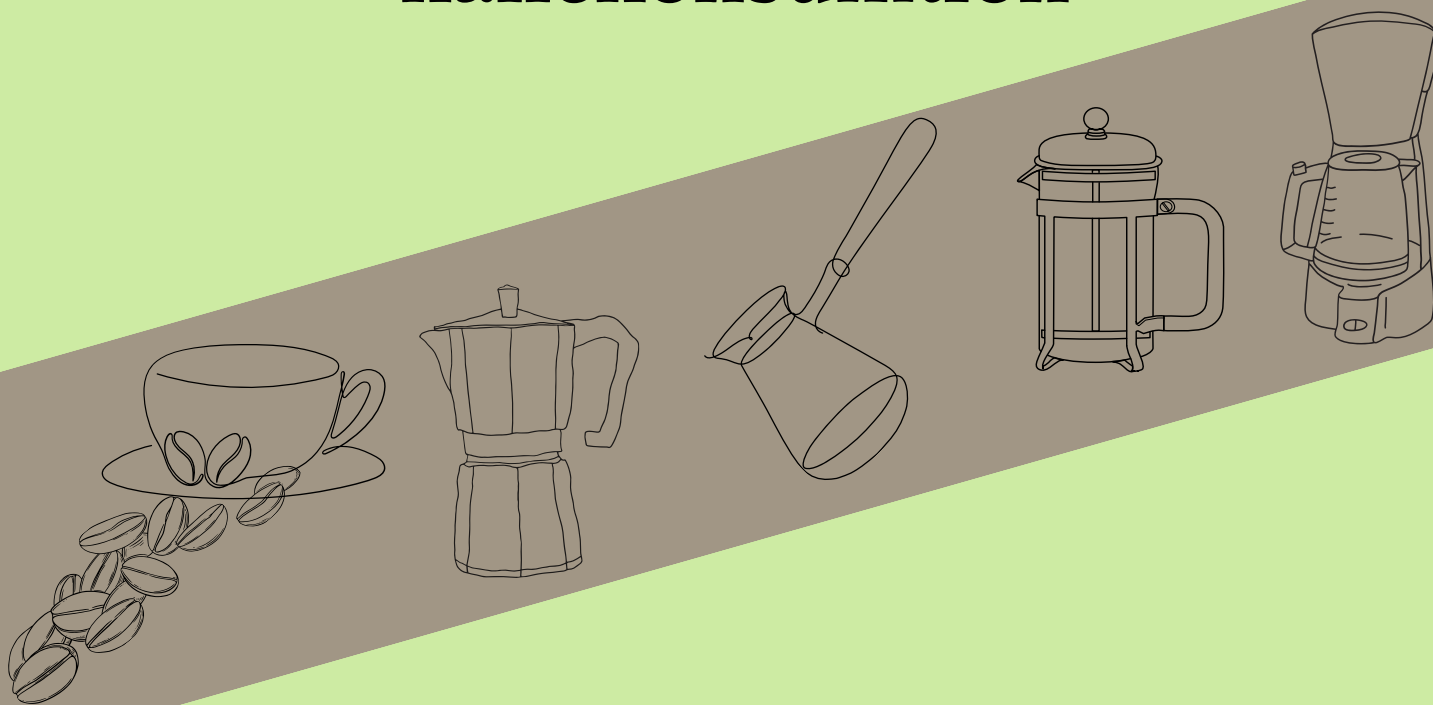


Co-funded by
the European Union



ECOFFEE Consumers

E-guide om hållbar kaffekonsumtion



**En guide för kaféägare, anställda och
utbildare för att utbilda och främja hållbar
kaffekonsumtion**



Uppgifterna och åsikterna i denna publikation är författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens officiella ståndpunkt. Varken Europeiska unionens institutioner och organ eller någon person som handlar på deras vägnar kan hållas ansvariga för hur informationen i denna publikation används.

LEDARE FÖR PRODUKTIONEN

P5 - UNIVERSITEIT MAASTRICHT (*Nederländerna*)

BIDRAGSGIVARE

P1 - Tudás Alapítvány (*Ungern*)

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

P3 - EYROPAIKO INSTITOYTO TOPIKHS ANAPTYKSHS (*Grekland*)

P4 - TROPICALASTRAL LDA (*Portugal*)

P6 - RA SOTLA (*Slovenien*)

E-guide

E-guideboken innehåller sju avsnitt och sex moduler enligt följande:

I. Beskrivning av ECOffee-projektet

II. Syfte och mål med e-guideboken och hur man använder den

III. Moduler

Modul 1. Den gemensamma innebörden av hållbarhet och dess gemensamma verksamhet på kaféer: insikter från en internationell undersökning;

Modul 2. Introduktion till begreppet "cirkularitet för kaffeavfall

Modul 3. Frågan om använda kaffebröd (SCG) i EU

Modul 4. Hur man utbildar och främjar hållbar och miljövänlig kaffekonsumtion till allmänheten;

- Hur man inför mer hållbara vanor och cafeterior och hur man känner igen ECOffee;

Modul 5. Vanliga sätt att implementera hållbarhetspraxis på kaféer: En översikt över utbildningsverktyg, kurser och bästa praxis

Modul 6. En kort lista med förslag på tips och tricks för att hålla kunderna/eleverna motiverade att fortsätta med sina hållbara vanor: Bästa praxis från hela världen

IV. Riktlinjer för hur man använder de utvecklade videohandledningarna och marknadsför dem till kunderna

V. Riktlinjer för hur man använder den utvecklade appen och marknadsför den till kunderna

VI. Litteratur och relevanta bilagor

I. Beskrivning av ECOffee-projektet

Kaffekonsumtionen ökar snabbt i hela världen. Tyvärr sker denna ökning parallellt med en ökning av avfallet av förbrukad kaffesump (SCG). Varje dag slänger otaliga kaféer och hushåll betydande mängder kaffesump, vilket bidrar till deponiavfall och miljöförstöring. Den kasserade kaffesumpen är rik på organiskt material och näringsämnen, vilket gör den till en värdefull resurs som kan återanvändas i stället för att slösas bort. Genom att avleda förbrukad kaffesump från deponier kan vi minska utsläppen av växthusgaser och främja hållbarhet. Innovativa lösningar, som att använda kaffesump för kompostering, biobränsleproduktion eller till och med som ingrediens i olika produkter, växer fram för att ta itu med problemet. Att ta itu med problemet med avfall från kaffesump är inte bara en miljömässig nödvändighet, utan också en möjlighet att utnyttja den latent potentialen i denna biprodukt för att gynna vår planet och vårt samhälle.

ECOFFEE-projektet har utvecklats för att ge betydande miljömässiga och sociala fördelar genom att främja hållbara kaffepraxis och vanor för kaffekonsumenter och kaféägare. För att uppnå detta och för att utveckla denna e-guide har partners från sex europeiska länder (Ungern, Cypern, Portugal, Nederländerna, Grekland och Slovenien) gått samman för att utveckla denna e-guide, tillsammans med videohandledning och en smartphone-applikation för konsumenter. Målet med vårt ECOffee-konsortium är att 1) utbilda kaffekonsumenter mot hållbara vanor och ge incitament att följa en sådan profil, 2) förbättra kafeteriaägare och vuxenutbildare med en unik guide om hur man utbildar kaffekonsumenter för att få en hållbar konsumtionsprofil, 3) erbjuda ett enkelt och tillgängligt utbildningsmaterial och metoder i form av öppna utbildningsresurser och färdigt material för kafeteriaägare, kaféanställda och vuxenutbildare.

Den här e-guideboken är resultatet av omfattande fält- och skrivbordsforskning som genomförts i alla partnerländer. Forskningen resulterade i en rapport om behovsanalys

som identifierade de lärandemål och resultat som ingår i denna e-guide och gav användbara rekommendationer för att vägleda det metodologiska genomförandet av e-guiden. Den identifierade också alla relevanta utbildningsverktyg och kurser, samt en kort lista med förslag på tips och tricks för att hålla kunderna/eleverna motiverade att fortsätta med sina hållbara vanor, som alla ingår i denna e-guide. Denna e-guide täcker ett brett spektrum av ämnen kring hållbara kaffepraktiker och ger värdefulla insikter för både konsumenter och kaféägare.

II. Syfte och mål med e-guideboken och hur man använder den

Denna e-guide är en lättanvänd guide för att underlätta effektivt lärande och stöd för kafeteriaägare, anställda och utbildare om hur man utbildar och främjar hållbar och miljövänlig kaffekonsumtion till allmänheten. Den kommer att vägleda dig i hur du på rätt sätt använder de utbildningsverktyg och kurser som presenteras i denna e-guide och hjälpa dig att använda videohandledningarna och appen för incitament. Den innehåller också en kort lista med förslag på tips och tricks för att hålla konsumenter/elever motiverade att fortsätta med sina hållbara vanor.

E-guideboken är uppbyggd av sex moduler enligt följande:

- **Modul 1, 2 och 3** omfattar informationsmaterial för kaféägare och anställda, baserat på resultaten av fältundersökningen, på de specifika luckor och behov som framkommit om informanternas utbildningsbehov.
- **Modul 4** omfattar den informativa delen som riktar sig till konsumenterna, inklusive riktlinjer och tekniska krav. Denna modul belyser fördelarna med specifika ämnen med hjälp av ett enkelt språk, roliga och underhållande bilder, siffror (t.ex. enkel statistik) och lättförståeliga tabeller/figurer, både teoretisk och praktisk information (t.ex. hur man återvinner). Den innehåller också tekniska krav för användning av bärbara datorer, e-posters och e-pamfletter.

- **Modul 5** omfattar illustration av resultat från skrivbordsundersökningar inom områdena bästa praxis (dvs. fallstudier), utbildningsverktyg och utbildningskurser.
- **Modul 6** handlar om rekommendationer för tips och tricks för att motivera konsumenter att följa hållbara tillvägagångssätt och vanor. Innehållet i dessa tips och tricks härrör från fältforskning och bästa praxis som tillhandahålls av partnerskapet. Denna del omfattar även referenser och relevanta bilagor.

III. Moduler

Modul 1. Den gemensamma innebörden av hållbarhet och dess gemensamma verksamhet på kaféer: insikter från en internationell undersökning

Modul 1 - Höjdpunkter:

Olika syn på hållbarhet: Detta avsnitt belyser de många olika förklaringar som cafeteriaägare och anställda gav när de tillfrågades om innebörden av hållbarhet i deras sammanhang. Även om det visar på en viss förståelse, pekar det också på behovet av en gemensam definition och förståelse av hållbarhet inom cafeterior för att säkerställa sammanhängande insatser för att uppnå hållbarhetsmålen.

Vanliga hållbarhetsmetoder och luckor: I avsnittet diskuteras de hållbarhetsmetoder som ofta tillämpas i partnerländernas cafeterior, till exempel minskning av avfall och energi, användning av återvinningsbara muggar och alternativ till engångsplast. Det framgår dock också att de flesta partnerländer inte använder hållbart odlade kaffebönor, vilket tyder på en potentiell brist i medvetenheten om eller förståelsen för fördelarna med sådana metoder. Att öka medvetenheten om dessa metoder anses vara avgörande.

Gemensamma utmaningar och förslag till lösningar: Avsnittet identifierar vanliga utmaningar som kaféer ställs inför när de implementerar hållbara metoder, inklusive brist på kunskap, ekonomiska begränsningar, kundmedvetenhet, motstånd mot förändring och kostnadsfrågor. De föreslagna lösningarna från partnerländerna betonar vikten av utbildning, fortbildning, professionell rådgivning, ekonomiska incitament för små kaféer, kampanjer för att öka allmänhetens medvetenhet och främjande av hållbara produkter för att hantera dessa utmaningar. Detta samförstånd återspeglar behovet av omfattande strategier för att övervinna hållbarhetsbarriärer i cafeterior

Fältforskningen har genomförts med deltagande av sex europeiska länder: Ungern, Cypern, Portugal, Nederländerna, Slovenien och Grekland.

Six European Partners



Fältundersökningen genomfördes i form av enkäter med frågor som syftade till att upptäcka luckor och behov hos konsumenter och cafeteriaägare/anställda när det gäller lärande. För att uppfylla detta syfte fanns det totalt två separata undersökningar. Den första hade utvecklats för att identifiera hållbara vanor, kunskapsluckor och behov hos konsumenter, medan den andra var avsedd för cafeteriaägare. I slutet av datainsamlingen hade partnerskapet fått in 134 svar från konsumenter och 61 svar från cafeteriaägare, anställda och utbildare.

Enkäten bestod av två huvudavsnitt och motsvarande underavsnitt för båda kategorierna. Den första delen av enkäten innehöll demografiska frågor. Det andra avsnittet innehöll frågor som syftade till att identifiera hållbara vanor och kunskapsluckor. För konsumenter innehöll den andra delen specifikt underavsnitt med frågor som syftade till att utforska deras kaffekonsumtionsvanor, konsumenternas stöd för hållbara metoder, deras

deltagande i hållbara program, andra hållbara vanor (t.ex. att föredra kaffe hemma för att minska avfallet) och deras medvetenhet om hållbara metoder. För kafeteriaägare/anställda omfattade det andra avsnittet specifikt underavsnitt som inkluderade befintlig kunskap om hållbarhet och dess betydelse på kafeterior, implementering av hållbara metoder i partnerländer, graden av konsumtion av kaffeböner och hantering av SCG, utmaningar som kafeterior står inför i samband med implementeringen av hållbara metoder och hur dessa utmaningar kan hanteras, deras kunskaper och färdigheter om hållbara kaffekonsumtionsvanor och metoder, otillräckliga områden inom utbildning och träning i hållbarhet, kafeteriaägarnas/anställdas uppfattning om vikten av hållbarhet för konsumenterna och deras förslag på hur man effektivt kan kommunicera hållbara vanor till konsumenterna, samt deras förslag på resurser som kan bidra till att främja hållbara vanor bland konsumenterna. Resultaten av dessa undersökningar diskuteras härnäst:

1.1 Viktiga insikter från undersökningar av kaffekonsumenter

Undersökningar som genomförts i partnerländerna har visat att majoriteten av kaffekonsumenterna, särskilt i Ungern, Portugal, Nederländerna och Slovenien, dricker mindre än 5 koppar kaffe per vecka. När det gäller bruket att använda återanvändbara koppar eller muggar när man köper kaffe visar resultaten att ett betydande antal konsumenter, särskilt i de nämnda länderna, aldrig anammar detta miljövänliga beteende. Intressant är att när det gäller korrekt återvinning eller bortskaffande av kaffemuggar tenderar de flesta konsumenter, med undantag för dem i Ungern och Portugal, att engagera sig i dessa metoder antingen ibland eller konsekvent. I Ungern och Portugal är det däremot en betydande andel av konsumenterna som aldrig deltar i återvinning eller bortskaffande av kaffemuggar, vilket understryker behovet av att främja och utbyta goda återvinningsmetoder i dessa länder.

Resultaten visar att konsumenterna är starkt benägna att stödja kaffebarer som tillämpar hållbara metoder, vilket tyder på en utbredd vilja att besöka sådana anläggningar om de finns i deras städer. Det finns dock utrymme för förbättringar när det gäller konsumenternas medvetenhet och engagemang för olika hållbarhetsinitiativ inom kaffebranschen.

När det gäller återvinning av kaffekoppar och komposteringsprogram visade en samstämmig bild bland konsumenterna att många städer saknar sådana program, men konsumenterna uttrycker en stark vilja att delta om dessa initiativ görs tillgängliga. Detta understryker vikten av att främja och utöka tillgängligheten till dessa program.

Studien visade också att det finns brister i konsumenternas medvetenhet om och deltagande i hållbara metoder, som att använda återanvändbara muggar, program för påfyllning av kaffe eller lojalitetsprogram. Medan vissa länder, som Slovenien, visade större medvetenhet, visade andra, som Portugal, större engagemang i hållbarhetsundersökningar på kaféer. Dessa resultat tyder på att det finns ett behov av att öka medvetenheten och dela med sig av effektiva strategier för att uppmuntra konsumenterna att anta mer hållbara vanor. Dessutom varierade preferenserna för kaffe med specifika märkningar, hembrygning och inköpsvanor mellan länderna, vilket tyder på möjligheter till riktade strategier för att främja hållbara kaffepraktiker. Även om Ungern och Grekland uppvisade en större medvetenhet om de potentiella användningsområdena för använt kaffesump (Spent Coffee Grounds, SCG), finns det fortfarande ett behov av att utbilda konsumenter i andra länder om SCG:s användningsområden och hållbara hanteringsmetoder.

1.2 Viktiga insikter från undersökningar bland kaffeägare/anställda

Ägare och anställda på kaféer gav en rad olika tolkningar av hållbarhet, som speglade både positiva och negativa aspekter. På den positiva sidan tyder det på att det finns en

viss förståelse för hållbarhet inom kaféerna. Det negativa är dock att det finns ett behov av att skapa en gemensam definition och förståelse av hållbarhet inom branschen. Denna process bör vara relativt enkel med tanke på att majoriteten av kaféägarna och de anställda redan anser att hållbarhet är mycket viktigt. Vanliga hållbarhetsmetoder är att minska avfallsmängden och energianvändningen, använda återvinningsbara muggar och erbjuda alternativ till engångsplast. Användningen av hållbart odlade kaffebönor är dock inte särskilt utbredd, vilket tyder på att det finns ett behov av ökad medvetenhet och utbildning om sådana metoder. Dessutom varierar kaféernas kaffekonsumtionsmönster mellan olika länder, och det saknas metoder för hantering av hållbar kaffesump, vilket understryker vikten av att integrera hanteringen av hållbar kaffesump i utbildningen av kaféer.

I olika länder står kaféer inför liknande utmaningar när det gäller att införa hållbara metoder, bland annat brist på kunskap och expertis, ekonomiska begränsningar för små kaféer, begränsad kundmedvetenhet, motstånd mot förändring och ovilja att betala för hållbara produkter. Lösningförslagen omfattar utbildning för både konsumenter och kaféägare/anställda, professionell rådgivning, ekonomiska incitament för små kaféer, ökad medvetenhet hos allmänheten samt främjande av hållbara och certifierade produkter. De flesta kaféägare och anställda uttrycker en önskan om att förbättra sina hållbarhetsrelaterade kunskaper och färdigheter, utom i Ungern och Slovenien, där motståndet mot förändring verkar vara större.

När det gäller områden som behöver förbättras inom utbildning om hållbara kaffepraktiker är konsumentutbildning och konsumentengagemang de mest bristfälliga områdena i alla länder. Andra områden som behöver uppmärksammas är efterlevnad av regelverk och miljöpolicy, hållbara inköp och hantering av leveranskedjan, energieffektivitet och vattenbesparing samt avfallsminskning och återvinning. Att kommunicera hållbarhet via menyer och skyltar anses vara en effektiv strategi, följt av kampanjer i sociala medier, att visa upp certifikat och etiketter samt att använda videor

och foton. Kampanjer i sociala medier är särskilt lovande för att främja hållbara kaffevanor bland konsumenterna, med förslag på utbildningsvideor, roliga handledningar, e-postmeddelanden och rabattincitament. Dessa insatser kan stödjas ytterligare genom samhällsevenemang och återvinningsinitiativ, eventuellt med ekonomiskt stöd från statliga och lokala intressenter för att hantera budgetproblem som rapporterats av kaféägare.

Modul 2. Introduktion till begreppet "cirkularitet för kaffeavfall

Modul 2 - Höjdpunkter:

Cirkulär ekonomi i kaffebranschen: I detta avsnitt introduceras konceptet med att tillämpa principerna för cirkulär ekonomi på kaffebranschen, med betoning på målet att minimera avfall och maximera resursutnyttjandet genom att hantera kaffeavfall under hela dess livscykel.

Viktiga element för cirkularitet: I rapporten beskrivs viktiga delar av cirkulariteten för kaffeavfall, bland annat att avfall från kaffeproduktion ses som värdefulla resurser, att engångsartiklar i kaffekonsumtionen minskas, att återvinningsbara eller biologiskt nedbrytbara kaffeförpackningar utformas och att kaffeavfall omvandlas till nya produkter eller energikällor. Rapporten belyser också vikten av samarbete, konsumentmedvetenhet och stöd från myndigheter för att uppnå cirkularitet.

Hållbar kaffeindustri: Avsnittet avslutas med att betona att kaffeavfallets cirkulära karaktär innebär ett perspektivskifte där avfallet ses som en potentiell resurs snarare än som slutet på en produkts livscykel. Detta tillvägagångssätt har potential att minska miljöpåverkan, spara resurser och skapa en mer hållbar och motståndskraftig kaffeförsörjningskedja, i linje

Begreppet "**kaffeavfallets cirkularitet**" har sina rötter i principerna för den cirkulära ekonomin, som syftar till att minimera avfall och göra det mesta av resurserna genom att hålla dem i omlopp så länge som möjligt. När det tillämpas på kaffebranschen handlar det om en helhetssyn på hanteringen av det avfall som genereras i olika skeden av kaffeproduktion, konsumtion och avfallshantering.

Här följer en översikt över de viktigaste faktorerna och övervägandena när det gäller cirkulärt kaffeavfall:

- Produktion av kaffe: Kaffeodling genererar avfallsmaterial som kaffekörbärsmassa, skal och avloppsvatten under bearbetningen. I en cirkulär kaffeekonomi ses dessa biprodukter inte bara som avfall utan som värdefulla resurser. Kaffekörbärsmassa kan t.ex. komposteras eller användas för att producera bioenergi, och avloppsvattnet kan genomgå behandling för att minimera miljöpåverkan.
- Konsumtion av kaffe: På kaféet eller i hemmet kan cirkularitet uppmuntras genom att minska engångsartiklar som engångsmuggar, lock och omrörare. Att främja återanvändbara koppar och erbjuda incitament för kunder som tar med sina egna behållare är ett sätt att uppnå detta. Dessutom kan kaffesump, som är en annan avfallsprodukt, återanvändas på olika sätt (t.ex. kompostering, som rengöringsmedel eller i hudvårdsprodukter).
- Förpackningar för kaffe: Cirkulära kaffeförpackningar innebär att man utformar behållare som är lätta att återvinna eller biologiskt nedbrytbara. Tillverkare kan också utforska alternativ för påfyllningsbara förpackningar, vilket minskar behovet av kaffepåsar för engångsbruk.
- Valorisering av avfall: Cirkulär avfallshantering för kaffe syftar till att utvinna värde ur avfallsmaterial. Det kan handla om att omvandla biprodukter från kaffe till nya produkter eller energikällor. Till exempel kan kaffeskal användas som biobränsle och kaffesump kan omvandlas till kosmetika eller till och med användas vid tillverkning av textilier.
- Samarbete i leverantörskedjan: För att uppnå cirkularitet i kaffebranschen krävs ofta samarbete mellan olika intressenter, från kaffeodlare och bearbetningsföretag till kaféer, konsumenter och avfallshanteringsföretag. En viktig aspekt av cirkularitet är att skapa slutna kretslopp där avfall samlas in, bearbetas och återförs till leveranskedjan i någon form.
- Medvetenhet hos konsumenterna: Det är viktigt att utbilda konsumenterna om vikten av att minska kaffeavfallet och ge information om hur de kan bidra till cirkularitetsarbetet. Detta kan leda till beteendeförändringar, som att ta med sig

återanvändbara muggar, kompostera kaffesump eller stödja kaffevarumärken med hållbara metoder.

- Stöd i form av lagstiftning: Statliga regler och incitament kan spela en viktig roll för att främja cirkularitet i kaffebranschen. Politiska åtgärder som uppmuntrar till avfallsminskning, återvinning och hållbara metoder kan bidra till att driva fram positiva förändringar.

I grund och botten är kaffeavfallets cirkulära karaktär ett uttryck för tanken att avfall inte är slutet på en produkts livscykel utan en potentiell resurs. Genom att anta ett cirkulärt tillvägagångssätt kan kaffebranschen minska sin miljöpåverkan, spara resurser och skapa en mer hållbar och motståndskraftig leveranskedja. Det är ett koncept som ligger i linje med bredare hållbarhetsmål och minskningen av avfall i vår globala ekonomi.

Cirkulariteten i kaffeavfall



Modul 3. Frågan om använda kaffebröd (SCG) i EU

Modul 3 - Höjdpunkter:

Förbrukad kaffesump som värdefull resurs: Detta avsnitt belyser de potentiella användningsområdena och tillämpningarna för förbrukad kaffesump, som ofta kasseras som avfall men som kan tjäna olika sekundära syften, inklusive kompostering, trädgårdsskötsel, rengöring, deodorisering, skadedjursavvisande medel och till och med i hantverk och DIY-projekt. Det understryker mångsidigheten och värdet av denna biprodukt från kaffe.

Variation i kaffekonsumtion på kafeterior: Avsnittet ger insikter från fältforskning om kaffekonsumtionsmönster i europeiska kafeterior och visar på blandade resultat i olika länder. Man pekar på skillnader i mängden kaffebönor som konsumeras per vecka, från mindre än 5 kg i Ungern till mer än 10 kg på Cypern och i Portugal. Dessa resultat visar på behovet av skräddarsydda metoder för att främja en hållbar kaffekonsumtion i olika regioner.

Rutiner för hantering av kaffesump: Avsnittet visar också att majoriteten av de tillfrågade kafeterierna tenderar att behandla kaffesump som avfall eller inte tillämpar några särskilda rutiner för hantering av förbrukad kaffesump. Denna observation understryker vikten av att införliva utbildning om hantering av SCG i hållbarhetsinitiativ riktade till kafeterior, och att erkänna det som en viktig aspekt av det bredare målet om hållbar kaffekonsumtion.

Med förbrukad kaffesump avses den använda kaffesump som blir kvar efter kaffebruggning. När du gör kaffe genom att brygga det med metoder som droppbryggning, espresso, fransk press eller pour-over, släpper kaffebönorna ut sina smaker, oljor och föreningar i vattnet. När bryggningsprocessen är klar återstår den förbrukade kaffesumpen, som i huvudsak har gett upp sin smak och arom till det flytande kaffet.

Förbrukad kaffesump är vanligtvis torr och har en grynig konsistens. Den kasseras ofta som avfall, men den kan ha olika sekundära användningsområden och applikationer, vilket gör den till en värdefull resurs i vissa sammanhang.

Några vanliga sätt att **återanvända eller återvinna** förbrukad kaffesump är

- Kompostering: Förbrukad kaffesump är rik på organiskt material och kan läggas till komposthögar eller soptunnor. De bidrar med kväve till komposten, vilket hjälper till att balansera förhållandet mellan kol och kväve, vilket förbättrar komposteringsprocessen och resulterar i näringsrik kompost för trädgårdar.
- Trädgårdsskötsel: Kaffesump kan användas som ett naturligt gödningsmedel eller jordförbättringsmedel i trädgårdar. Den kan bidra till att förbättra markstrukturen, öka vattenhållningen och förse växterna med näringsämnen som kväve och kalium.
- Rengöring: Kaffesumpens slipande konsistens gör den användbar för skrubbing och rengöring av ytor. Den kan användas för att skrubba disk, rengöra oljiga ytor eller till och med som en naturlig exfoliant i hudvårdsprodukter.
- Desodoriserande: Kaffesump kan absorbera och neutralisera lukter i små utrymmen, t.ex. kylskåp, frysar eller skor. Det kan hjälpa till att eliminera oönskade lukter.
- Skadedjursavvisande: Vissa trädgårdsmästare använder kaffesump för att avskräcka skadedjur som sniglar och sniglar, eftersom dessa varelser är kända för att undvika att krypa över den slipande strukturen.
- Hantverk och DIY-projekt: Förbrukad kaffesump kan användas i olika hantverksprojekt, t.ex. för att göra handgjort papper eller skapa konstverk med textur.

Det är viktigt att notera att även om det finns dessa potentiella användningsområden för förbrukad kaffesump, bör de inte ses som en obegränsad resurs, och deras tillämpning

kan bero på mängden genererad kaffesump och lokala förhållanden. Dessutom är inte all kaffesump densamma; olika bryggmetoder och typer av kaffeböner kan resultera i variationer i sammansättningen och texturen hos den använda kaffesumpen. Därför är det bra att experimentera och se hur man bäst kan använda den för sina specifika behov.

Common Ways to Recycle SCGs

Composting



Gardening



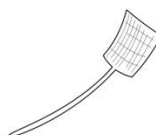
Cleaning



Deodorising



Pest Repellent



Crafts & DIY Projects



Modul 4. Hur kan konsumenterna få mer hållbara och miljövänliga vanor när det gäller kaffekonsumtion?

Modul 4 - Höjdpunkter:

Strategier för att främja hållbara vanor hos konsumenterna: Avsnittet belyser olika strategier som kafeterior kan följa för att motivera konsumenterna att anta mer hållbara vanor. Dessa strategier täcker följande ämnen:

*Använda återanvändbara muggar i kafeterierna
Korrekt återvinning eller avfallshantering av kaffemuggar
Hållbarhetsprogram (t.ex. påfyllning av kaffe, lojalitetsprogram)*

4.1 Använda återanvändbara muggar i kafeterierna



En av de mest förnuftiga fördelarna med att motivera kunderna att ta med sina egna kaffemuggar till kafeterian är den minskade mängden avfall som orsakas av kaffemuggar. Men den här metoden kan också bidra till att spara pengar för både kunder och kafeterior. Genom att ta med sig sin egen mugg kan kunderna ofta

spara upp till 50% på kaffekostnaden, medan kafeterierna kan minska sina kostnader för inköp av engångsmuggar¹. Kafeterierna brukar erbjuda rabatter och andra belöningar till kunder som tar med sig sin egen mugg.

En annan fördel med återanvändbara kaffemuggar är att de är bättre isolerade än pappersmuggar, vilket gör att kaffet håller temperaturen längre. Att använda en återanvändbar mugg minskar också risken för överföring av fomiteer, enligt Centers for Disease Control and Prevention (CDC)⁽¹⁾.

4.2 Korrekt återvinning eller avfallshantering av kaffemuggar



Kaffekoppar är vanligtvis täckta med plast eller vax för att förhindra att vätskan läcker ut och för att kontrollera temperaturen och förlänga hållbarheten. Detta gör det dock svårare att återvinna kopparna, eftersom det krävs specialiserad infrastruktur. Avsaknaden av lämpliga behållare för insamling av kaffemuggar är en annan stor utmaning, eftersom muggarna ofta inte hamnar i någon

¹ De ekonomiska fördelarna med återanvändbara muggar: Varför kaffebarokunder tar den återanvändbara vägen. *The Commons*. <https://www.thecommonscafe.com/the-financial-benefits-of-reusable-mugs-why-coffee-shop-customers-are-taking-the-reusable-route/>

insamlingscentral eller slängs i andra soptunnor och till och med förorenar behållarnas återvinningsbara skräp. En lösning är att införa ett eget system för återvinning av kaffekoppar genom att installera ett insamlingskärl för kaffekoppar, vilket minskar avfallet till deponier och även kostnaderna för att ta hand om allmänt avfall .²

En annan strategi som kafeterior kan använda för att återvinna kaffemuggar på rätt sätt är att införa ett returprogram, där kunderna erbjuds incitament för att lämna tillbaka muggar. Kaffekoppsleverantörer samarbetar med kafeterior för att hämta dessa koppar och återvinna dem på rätt sätt .³

4.3 Hållbarhetsprogram (t.ex. påfyllning av kaffe, lojalitetsprogram)

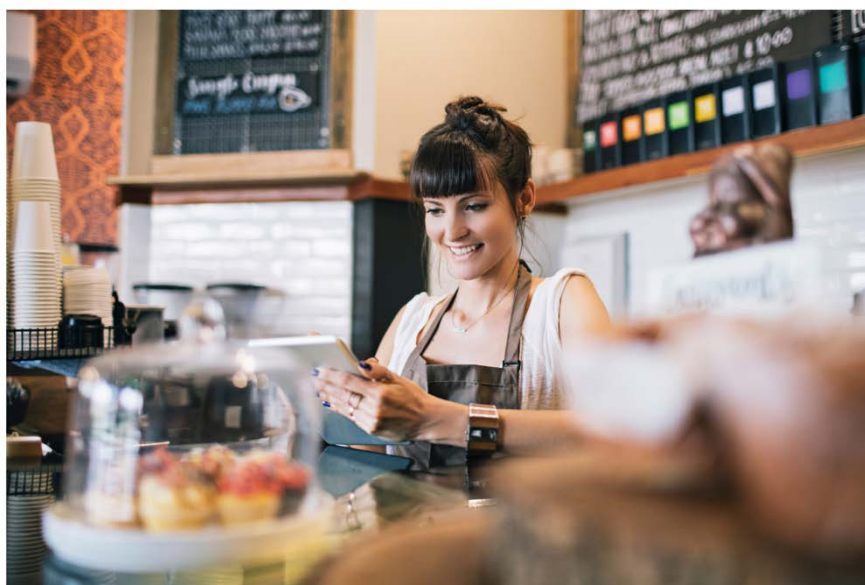


² Alla dina frågor besvarade om återvinning av kaffekoppar ... och vad är den bästa återvinningsbehållaren för kaffekoppar? UNISAN. <https://www.unisanuk.com/all-your-questions-answered-on-coffee-cup-recycling-and-what-is-the-best-coffee-cup-recycling-bin/#:~:text=Having%20a%20coffee%20cup%20recycling,save%20money%20on%20waste%20collection.>

³ 5 innovationer för framtiden för återvinning av kaffekoppar. Återvinningscoach. <https://recyclecoach.com/blog/5-innovations-for-the-future-of-coffee-cup-recycling/>

Lojalitetsprogram kan användas av kafeterior för att främja hållbarhet bland kunderna. Till exempel kan rabatter erbjudas till kunder som väljer mer hållbara eller ekologiska produkter i din cafeteria, som vissa kaffeböner eller vegetariska alternativ från närområdet. Du kan också erbjuda kunderna att skänka sina belöningar till ett gott ändamål - som kan vara relaterat till miljön .⁴

4.4. Hur ifrågasätter jag kafeterians hållbarhetspraxis (vilka aspekter bör jag ta hänsyn till?)



Enligt de tillfrågade kafeteriaägarna/anställda var kampanjerna i sociala medier den mest lovande strategin för att bidra till att främja hållbara kaffevanor bland konsumenterna. Detta följdes av att erbjuda rabattincitament för återanvändbara muggar och att öka medvetenheten och tillhandahålla utbildning med hjälp av roliga videohandledning, e-planscher eller e-pamfletter. Att anordna samhällsevenemang tillsammans med lokala organisationer och/eller myndigheter och att tillhandahålla återvinningskärl var också några av de stödjande strategierna.

⁴ 12 hållbarhetstips för caféer 2023. StampME. <https://www.stampme.com/blog/12-cafe-sustainability-tips-for-2022>

När cafeterior gör miljöanpassningar märker kunderna det - särskilt stamgästerna. Att skapa inlägg i sociala medier för att förklara dessa beslut kan bidra till att öka medvetenheten bland kunderna och till och med locka fler likasinnade kunder. Kafeterierna kan också dela hållbarhetsrapporter för att visa sina framsteg och skicka dessa uppdateringar till lokala nyhetsbyråer .⁵

4.5 Andra hållbarhetsvanor (t.ex. varför man ber om mindre kaffestorlekar, varför man undviker pappersmuggar när man sitter på kafé, fördelar med att göra kaffe hemma, vilken kaffesort man föredrar)



Konsumenterna bör också undvika kaffemuggar av papper när de sitter på kaféer, eftersom pappersmuggar fortfarande använder plast för att förhindra att muggen löses upp på grund av den varma vätskan. Detta plastskikt kan dock avge giftiga ämnen. Detta är inte bara skadligt för konsumenternas hälsa, utan kan också

⁵ Hållbara kaféer: 8 strategier med hög effekt för att minska ditt koldioxidavtryck. *Bellwether Coffee*. <https://bellwethercoffee.com/blog/sustainable-coffee-shops-8-high-impact-strategies-to-lower-your-carbon-footprint/>

skada levande organismer om det hamnar i naturen⁶. Därför bör man undvika pappersmuggar genom att använda kaffemuggar när man sitter på ett kafé eller genom att ta med sig egna återanvändbara muggar när man tar med sig kaffe.

Det finns också fördelar med att ha kaffe hemma. Du kan spara en betydande summa pengar i det långa loppet genom att göra ditt kaffe hemma. Du kan också välja kvaliteten på ditt kaffe och designa det på ditt sätt⁷. Det finns också miljöfördelar med det. Hemma använder konsumenterna sina egna muggar att dricka sitt kaffe ur, vilket bidrar till att minska antalet engångsmuggar som slängs varje år - 2,5 miljoner i Storbritannien, varav endast 0,25% kan återvinnas helt på grund av det plastlager de innehåller⁸. Mjölksvinn är en annan fråga som kan lösas genom att göra kaffe hemma, eftersom det har visat sig att 1 av 12 liter mjölk som används i cafeterior hålls ut i avloppet⁹. Metoden du använder för att göra kaffe kan också bidra till koldioxidutsläppen. Genom att använda icke-automatiska kaffemaskiner hemma, t.ex. en fransk press eller ett droppfilter, kan du minska koldioxidutsläppen i samband med tillagningsprocessen.¹⁰

4.6 Främja potentiella användningsområden för förbrukade kaffegrunder (SCG) (t.ex. trädgårdsskötsel och kompostering)

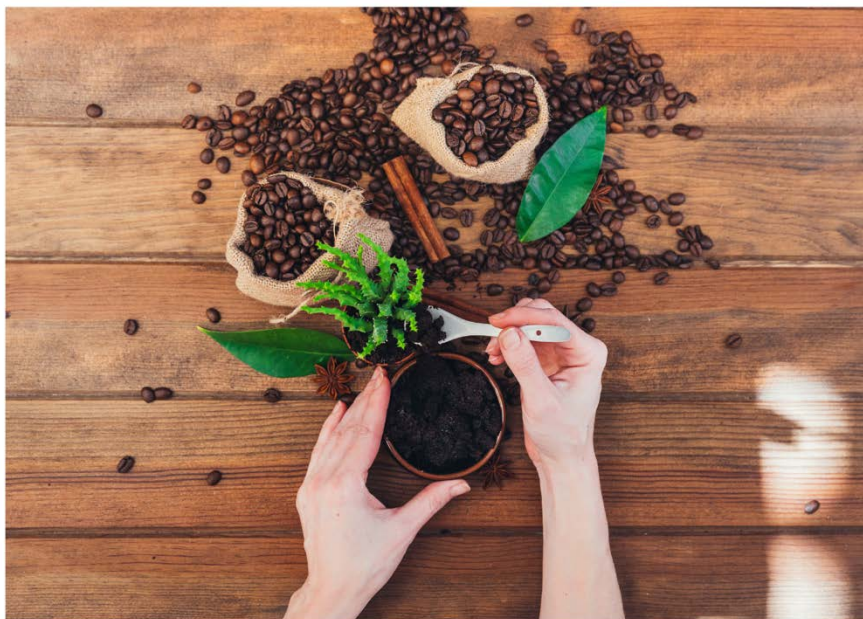
⁶ Pappersmuggar är lika giftiga som plastmuggar. *Göteborgs universitet*. <https://www.gu.se/en/news/paper-cups-are-just-as-toxic-as-plastic-cups>

⁷ Fördelarna med att göra kaffe hemma. *Kaffe över cardio*. <https://coffeeovercardio.com/blogs/news/the-benefits-of-making-coffee-at-home>

⁸ Engångsförpackningar: Kaffekoppar. URBIS. <https://urbis.secure.europarl.europa.eu/urbis/node/917>

⁹ Milk Waster - En flaskfri caféhandel? *Beverage Standards Association*. https://www.beveragestandardsassociation.co.uk/wp-content/uploads/2019/10/BSA_Bulletin_No2LoReOct19.pdf

¹⁰ Grejer mot grejer: Slaget om kaffebryggarna. *MIT*. <https://sustainability.mit.edu/article/stuff-versus-stuff-battle-coffee-makers>



Kafeterior kan erbjuda SCG-påsar till kunder för att gödsla deras trädgårdar. De kan också erbjuda det till lokala jordbrukare och samarbeta med dem för att få sina leveranser lokalt⁴. Kaffesump är också ett utmärkt snigelmedel på grund av sin sura kvalitet .¹¹

Intressant nog har en studie upptäckt att SCG också kan användas som ingrediens i bageriprodukter. De införlivade SCG i kexrecept, eftersom de fann att SCG är en källa till olösliga fibrer med antioxidanter, aminosyror och sockerarter med låg glykemisk nivå. De resulterande kexen hade hög näringsmässig och sensorisk kvalitet och de kan potentiellt minska kroniska sjukdomar, som diabetes eller fetma .¹²

Andra potentiella användningsområden för SCG:er är⁽¹¹⁾:

¹¹ 17 Brilljanta användningsområden för begagnade kaffegrundar (med bilder). *Kaffe tillgivenhet*. <https://coffeeaffection.com/uses-for-used-coffee-grounds/>

¹² Martinez-Saez et al, Användning av förbrukade kaffegrundar som livsmedelsingrediens i bageriprodukter. *Food Chemistry* 216 (2017). 114-122. <https://digital.csic.es/bitstream/10261/136200/1/bakery%20products.pdf>

- Kylskåpsdeodorant, eftersom kaffesump kan absorbera lukt
- Det kan också förhindra att trottoarer fryser upp till en viss temperatur och till och med hjälpa till att smälta isen
- Pan scrubber: hjälper till att rengöra stekpannor från matrester
- Som nämnts ovan kan det användas som ingrediens inte bara i bageriprodukter, utan också i såser, som barbecue, och som köttrub tack vare den naturliga rökiga smaken hos kaffesump. Den används också för ölbrygning

Modul 5. Vanliga sätt att implementera hållbarhetspraxis på caféer: En översikt över utbildningsverktyg, kurser och bästa praxis

Modul 5 - Höjdpunkter:

Huvudsyftet med denna modul är att ge enkel tillgång till identifierade utbildningsverktyg och kurser i hela EU som rör främjande av hållbara kaffekonsumtionsvanor och tekniska krav för kursleverans.

Utbildningsverktyg: Dessa verktyg syftar till att främja hållbara kaffekonsumtionsvanor hos kunderna. De omfattar olika resurser, från dokument till guider eller blogginlägg, för olika målgrupper. I detta avsnitt beskrivs varje verktyg kortfattat och länkar till resurserna ges.

Utbildningskurser: Detta avsnitt innehåller information om kurser som finns tillgängliga inom EU med olika expertisnivå som täcker ämnet hållbarhet i kaffesektorn. Dessa kurser riktar sig till alla yrkesverksamma i kaffets värdekedja: från odling till rostning eller till konsumenter som är intresserade av kaffesektorn.

Bästa praxis: Vi tillhandahåller också bästa praxis för att främja och stimulera hållbara kaffekonsumtionsvanor till kunder från hela världen.

5.1 Pedagogiska verktyg

Här delar vi med oss av olika utbildningsverktyg som kan användas för att främja hållbara kaffekonsumtionsvanor bland kunderna.

1. Bryr sig finsmakarkonsumenter om hållbarhet? Undersökning av kaffekonsumtion genom netnografi

Målgrupp Experter

Kompetens: Expertis inom kaffebranschen

Kunskaper: Grundläggande baristakunskaper

Attribut: Känner till vikten av miljöskydd och hållbarhet

Denna artikel¹³ syftar till att analysera hur konnosörkonsumenter (CC) integrerar hållbarhet i sina kaffekonsumtionsmetoder. Den antar ett kvalitativt netnografiskt tillvägagångssätt genom tolkande kulturanalys av specialkaffe-bloggares berättelser.

När det gäller de undervisningsstrategier och tekniker som används är uppsatsen en studie om kaffedrickandets hållbarhet. Med utgångspunkt i teorier om social praktik visar studien att CC sannolikt kommer att implementera och uppfatta hållbarhet på ett helt annat sätt än den dominerande massmarknaden, eftersom de påverkas av sina gemensamma ritualer, värderingar, normer och symboliska betydelser. Dessa resultat är relevanta ur ett ledningsperspektiv eftersom de också ger insikter om hur man kan främja miljövänliga metoder hos kaffekonsumenter samt hur man kan skapa mer hållbara marknadsföringsstrategier.

2. Toppmöte om grönt kaffe

Målgrupp för tjänsten: Köpare och säljare av kaffe

Kompetens: Utvecklar förmågan att ta reda på trovärdig/tillförlitlig kaffekedja

Kunskap: Tillhandahåller trender på makronivå och individuella framgångshistorier för att informera om hållbara inköp och försäljning av kaffe

Attribut: Främjar förståelse genom att diskutera utmaningar och möjligheter på global nivå som både köpare och säljare står inför på marknaden för råkaffe

¹³ Bartoloni, Ietto & Pascucci, Bryr sig finsmakarkonsumenter om hållbarhet? Utforska kaffekonsumtionspraxis genom netnografi. *British Food Journal* (2022). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-07-2021-0814/full/html>

Denna webbplats¹⁴ syftar till att ge information om handeln med råkaffe genom att använda tillförlitlig och användbar kunskap om kaffemarknaderna. De viktigaste lärandemålen är 1) att tillhandahålla tillförlitlig och trovärdig information om hållbar kaffekonsumtion/produktion, och 2) att informera målgruppen om marknadstrender och olika strategier (köp- och säljstrategier för råkaffe).

Innehållet presenteras på webbplatsen i form av rapporter/artiklar. På webbplatsen kan målgruppen få tillgång till information om virtuella evenemang som syftar till att ge information om hållbara kaffetrender. Dessutom finns det ett avsnitt med utbildningsverktyg där all användbar information lagras. Avsnittet är uppbyggt i tre delar: verktyg, åtgärder och lärande. Beroende på vilket innehåll du vill lära dig kan du klicka på någon av dessa kategorier. Om en inköpare t.ex. vill lära sig mer om inköpsstrategier för grönt kaffe måste han/hon klicka på verktygsdelen. Utöver dessa finns det ett avsnitt som ägnas åt uppdateringar. De två sista avsnitten är informativa på så sätt att de ger information om partnerorganisationer, bidrag och utbildningsverktyget/webbsidan Green Summit som helhet.

Förutom skriftliga strategier (t.ex. rapporter och artiklar) använder Green Summit också en annan strategi som omfattar videor och virtuella evenemang. Videorna fungerar som stöd för den skriftliga informationen. De virtuella evenemangen ger utrymme för interaktion så att utmaningar och möjligheter kan upptäckas genom diskussioner med köpare och säljare från olika bakgrunder och regioner.

¹⁴ För mer information, vänligen besök: <https://green.sca.coffee/tools>



3. Kaffeguiden

Målgrupp: Professionella kaffeanvändare

Kompetens: Expertis inom kaffebranschen

Kunskap: Expertis inom kaffekedjor

Attribut: Erkänner vikten av hållbarhet som ett nytt normalläge

The Coffee Guide¹⁵ är världens mest omfattande, praktiska och neutrala informationskälla om den internationella kaffehandeln. Den täcker handelsfrågor som är relevanta för kaffeodlare, handlare, exportörer, transportföretag, certifierare, föreningar och myndigheter samt andra relevanta aktörer. Många inom kaffebranschen anser att den är den självklara referensen. Denna fjärde upplaga är direkt påverkad av kaffebranschen. Den har uppdaterad teknisk information om ekonomi, livsmedelssäkerhetsåtgärder, logistik och avtal. Den har omdefinierat kvalitets- och datasegmentering och utökat täckningen av digitalisering och information relaterad till certifieringar och lagstiftning om leveranskedjan. Den lägger också stor vikt vid frågor som klimatförändringar, volatilitet i kaffepriset, levnadslön och den orättvisa fördelningen av makt, vinst och resurser i hela leveranskedjan. Syftet är att vara informativ, användbar och inkluderande för alla intressentsektorer.

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

Guiden har kvar det som har gjort den så populär genom åren, med neutral och praktisk information från frö till kopp. Den riktar sig till intressenter i värdekedjan i alla länder som producerar och konsumerar kaffe. En översikt över kaffevärlden innehåller rekommendationer om konsumtionsmetoder och konkurrenskraft, certifiering, kontrakt, logistik, försäkring, handel, framtida marknader, hedging, riskhantering, kvalitetskontroll, digitala verktyg och mycket mer.

Guiden är avsedd att fungera som ett viktigt verktyg för utbildning och kunskapsutbyte för att främja intressena hos producenter, exportörer och de som stöder dem i kaffeproducerande länder runt om i världen. Hållbarhet är den röda tråd som förenar alla kapitel i guiden. Den utforskar definitionerna av värdig inkomst, logiken i att samla in projekt för klimatlösningar och den roll som unga människor och kvinnor kan spela för att främja kaffe.

4. Dags att vakna upp och känna doften av kaffe: 6 lösningar för avfallsfritt kaffe

Målgrupp: Kaffekonsumenter

Kompetens: Förklarar hur man gör kaffe på ett hållbart sätt

Kunskap: Beskriver fördelarna med att använda någon av de sex nollavfallslösningar för kaffe som presenteras i artikeln

Attribut: Ger skäl till varför engångskapslar blev populära och varför det är mycket ohållbart

Artikeln¹⁶ ger läsarna sex olika sätt att göra sitt morgonkaffe avfallsfritt. Den innehåller en lista över skäl till varför engångskaffekapslar är extremt ohållbara och alternativa traditionella kaffeberggningsmetoder som du kan använda i din

¹⁶ Thomas, dags att vakna upp och känna lukten av kaffe: 6 lösningar för kaffe utan avfall. *Zero Waste Europe* (2017). <https://zerowasteurope.eu/2017/11/zero-waste-coffee/>

dagliga kafferutin och som inte ger upphov till något avfall, t.ex. fransk press eller mockakanna.

Innehållet presenteras i ett kort och lättläst blogginläggsformat som riktar sig direkt till kaffekonsumenterna. Informationen är mycket lättbegriplig med lättillgängliga data och korta förklaringar av de olika kaffealternativen.

5. Kaffe: Hållbar njutning av en av de mest kända stimulantia

Målgrupp för verksamheten: Kaffekonsumenter samt kafeteriaägare/anställda

Kompetens: Fokuserar på alla aspekter kring din kaffekonsumtion för konsumenter och kafeteriaägare/anställda för att lära sig om alla hållbara alternativ som finns tillgängliga

Kunskap: Ger detaljerad information om alla de hållbara alternativ/lösningar som konsumenterna har tillgång till

Egenskaper: Ökar konsumenternas medvetenhet om alla steg som ingår i deras dagliga kafferutiner, hur ohållbara de kan vara och tillhandahåller mer miljövänliga alternativ och lösningar

Webbplatsen¹⁷ ger konsumenter och kafeteriaägare/anställda alla möjligheter att göra sin kafferutin mer hållbar, bland annat när det gäller vilket kaffe man ska köpa, hur man gör det, alternativ med kapslar, kaffetillsatser eller "coffee to go". Verktöget lyfter fram certifierat kaffe och hållbara varumärken på marknaden samt hållbara alternativ för kaffeförpackningar. Det ger tips om hur man kan tillreda kaffe hemma på ett hållbart sätt, tillsammans med bättre alternativ för kaffefilter och kapslar. Den fokuserar också på att främja konsumtionen av hållbar mjölk och hållbart socker och hjälper konsumenterna att bli mer hållbara när de köper med sig kaffe. I ett nötskal erbjuder webbplatsen en komplett guide till hur man gör kaffe hållbart, från det ögonblick du köper det, förpackningen

¹⁷ Kaffe: Hållbar njutning av en av de mest kända stimulantia. *Den omtänksamma konsumenten* (2021). <https://www.considerate-consumer.com/coffee>

det kommer med och sättet du gör det på, till kaffet du tar med dig från en kafeteria.

Innehållet presenteras i ett artikelformat uppdelat i avsnitt som behandlar alla aspekter kring kaffekonsumtion med insikter om hållbara lösningar/alternativ. Det innehåller också länkar till andra resurser om läsaren vill fördjupa sig i något ämne specifikt.



6. Utmaning för hållbart kaffe

Målgrupp för seminariet: Kaffeföretag, regeringar och beslutsfattare, konsumenter och allmänhet, forskningsinstitut och den akademiska världen

Kompetenser: Engagemang och samarbete med intressenter; ledarskap och förändringshantering; dataanalys och utvärdering; kritiskt tänkande och problemlösning

Kunskaper: Hållbarhetsbegrepp, principer och ramverk; bästa praxis och innovativa lösningar inom kaffebranschen; förståelse för viktiga resultatindikatorer och konsekvensbedömningar; medvetenhet om sociala, miljömässiga och ekonomiska utmaningar inom kaffeproduktion

Attribut: Etiskt och ansvarsfullt beslutsfattande; medvetenhet om och empati för kaffeproducerande samhällen; långsiktigt tänkande och beaktande av hållbarhetseffekter; engagemang för rättvisa, transparens och respekt för mänskliga rättigheter.

Sustainable Coffee Challenge¹⁸ är ett kollektivt initiativ som omfattar företag, regeringar, icke-statliga organisationer (NGO:er), forskningsinstitutioner och olika intressenter för att underlätta fullständig hållbarhet inom kaffeindustrin. Partnerna i detta initiativ samarbetar aktivt för att öka transparensen, skapa en gemensam vision för hållbarhet och arbeta tillsammans för att påskynda framstegen för att uppnå dessa mål.

I initiativet betonas vikten av ekonomisk hållbarhet för kaffesektorn. Det utforskar ämnen som marknadstillträde, rättvis handel, prisvolatilitet, värdekedjans effektivitet, tillgång till finansiering och kredit samt affärsmodeller som stöder den långsiktiga ekonomiska lönsamheten för kaffeodling och handel. Initiativet erkänner den roll som marknadens efterfrågan och konsumenternas medvetenhet spelar för att driva fram hållbara kaffepraxis. Det undersöker ämnen som konsumentutbildning, marknadstrender, certifieringar och marknadsföringsstrategier för att främja hållbar kaffekonsumtion och skapa ett mer hållbart ekosystem på marknaden.

Sustainable Coffee Challenge använder en mängd olika metoder för att presentera och strukturera sitt innehåll. Den producerar rapporter, vitböcker och publikationer som utforskar specifika hållbarhetsämnen i kaffesektorn och erbjuder forskningsresultat, bästa praxis och rekommendationer för intressenter. Man presenterar också fallstudier och framgångshistorier för att visa på den positiva effekten av hållbara metoder i branschen och inspirera andra. Vi samarbetar med partnerorganisationer, t.ex. icke-statliga organisationer och forskningsinstitut, för att dela innehåll, bedriva gemensam forskning och genomföra projekt.

7. Kunskapshubb för kaffe

¹⁸ För mer information, vänligen besök: <https://www.sustaincoffee.org>

Målgrupp: Alla Alla blivande kaffeoproffs

Kompetens: Expertis inom kaffebranschen

Kunskaper: Grundläggande färdigheter

Attribut: Intresse för baristayrket

Coffee Knowledge Hub (CKH)¹⁹ är en öppen plattform för dem som tillhandahåller utbildning och resurser av hög kvalitet. Den bjuder in den globala kaffegemenskapen till en lärande upplevelse - tillgång till kurser över hela världen och möjlighet att ansluta sig och upptäcka de senaste trenderna och forskningen. Kurser och föreläsningar behandlar olika ämnen, t.ex. kaffebranschen, råkaffe, rostning och hållbarhet. Plattformen ger också tillgång till ett bibliotek med online-resurser och till en podcastserie som utforskar "kaffemenyn" - inklusive aspekter som kaffemenyns koldioxidavtryck, menyutveckling och prissättning.

5.2 Utbildningskurser

I detta avsnitt presenteras olika utbildningskurser som finns tillgängliga inom EU och som omfattar kaffesektorns hållbarhet.

1. Professionell barista

Målgrupp för tjänsten: Caféanställda/ Nybörjare

Varaktighet: 32 timmar

Kompetens: Grundläggande kunskaper om Ho.Re.Ca.

Kunskap: Fokus på nybörjare

Attityd: Intresse för baristayrket

Denna 4-dagarskurs²⁰ omfattar en "grundläggande" och en "master" baristautbildning. Du kommer att lära dig det tekniska och vetenskapliga

¹⁹ För mer information, vänligen besök: <https://coffeeknowledgehub.com/en>

²⁰ För mer information om kursen, vänligen besök: <https://www.cecbudapest.com/english-barista-courses>

tillvägagångssättet för kaffebruggning från en erfaren baristautbildare på ett omfattande och mycket praktiskt sätt.

Kursen är upplagd enligt följande:

Dag 1:

- Introduktion till kaffets värld
- Kaffets väg från frö till kopp
- Vad är specialkaffe?
- Kaffeprovning (cupping) av olika kaffesorter från olika odlingsområden, olika bearbetning och olika rostning
- Lär känna kaffemaskinerna, kvarnarna och andra baristaredskap

Dag 2:

- Grunderna i espressobryggning
- Ristretto, lungo, americano
- Extraktion, TDS
- Grunderna i ångning av mjölk
- Underhåll och rengöring av utrustning

Dag 3:

- Inställning av espressorecept individuellt
- Dryckesmeny, tillverkning av olika latte-drycker
- Lattekonst
- Strategier för arbetsprocesser och hantering av arbetsytor

Dag 4:

- Introduktion till filterkaffe
- Övning
- Examen

2. SCA Hållbarhet Grundkurs

Målgrupp för seminariet: För alla intresserade personer i alla led av kaffets värdekedja (dvs. odling, bearbetning, rostning och konsumtion)

Längd: 8 timmar + 35 minuters bedömning

Kompetens: Möjliggöra för studenter att få kompetens att vidta preliminära åtgärder och fatta välgrundade beslut om hållbar kaffeodling, bearbetning, rostning och/eller konsumtion för sig själva, sitt företag och/eller organisation

Kunskap: Öka studenternas kunskap om terminologin för hållbarhet ur kaffets värdekedjeperspektiv. Utveckla förståelse för hållbarhetsutmaningar och bästa praxis inom kaffesektorn

Attityd: Hjälpa studenterna att öka sina hållbara attityder på olika nivåer i kaffets värdekedja

Den här onlinekursen²¹ syftar till att ge grundläggande information om hållbarhet i kaffekedjan. Den omfattar ämnen som vad begreppet "hållbar" innebär och de hållbarhetsrelaterade utmaningar som finns i kaffets värdekedja. Målet med kursen är att ge en allmän förståelse för hållbarhet inom kaffesektorn genom att införliva faktorerna ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor samt sambandet mellan dessa faktorer.

Kursen är uppdelad i 4 lektioner om 2 timmar vardera och strukturen är som följer:

Första klass:

- Introduktion till kursen
- Innebörden av hållbarhet
- Kort historik om kafferelaterad hållbarhet
- Makt och politiska frågor i samband med hållbarhet inom kaffebranschen
- Sammanfattning

Andra klass:

- Sammanfattning av första lektionen

²¹ För mer information om kursen, vänligen besök: https://thechaincollaborative.org/wp-content/uploads/2018/11/TCC_SCA-Coffee-Sustainability-Program_Foundation-Course-Outline-2022.pdf

- Introduktion till hållbarhetsintressenter i kaffesektorn
- Introduktion till hållbarhetsrelaterade utmaningar: a) klimatförändringar i hela kaffebranschen, b) agronomi på gårdsnivå
- Sammanfattning

Tredje klass:

- Sammanfattning av andra klassen
- Fortsatta hållbarhetsrelaterade utmaningar: a) priser och prisfluktuationer, b) ekonomisk ojämlikhet inom hela branschen, c) jämställdhet mellan könen i hela leveranskedjan, d) arbetskraft inom hela sektorn, lantarbetare och arbetstagarnas ålder
- Introduktion till vanliga lösningar: a) prisförbättringar
- Sammanfattning

Fjärde klassen:

- Sammanfattning av tredje klassen
- Fortsättning av gemensamma lösningar: a) odlarorganisationer, b) kaffecertifieringar och etisk marknadsföring, c) användning av branschgemensamma verktyglådor, d) betydelsen av forskning och utveckling (FoU) inom kaffesektorn
- Sammanfattning av möjligheter och begränsningar för gemensamma hållbarhetslösningar
- Förstå vad du ska göra härnäst
- Viktiga lärdomar



3. Kurser i Barista Academy: Introduktion till kaffevärlden

Målgrupp för seminariet: Kafeteriaägare och anställda, yrkesverksamma inom området, hotell- och restaurangskolor, kunder och allmänheten som är intresserad av ämnet

Varaktighet: 6 timmar

Kompetens: Grundläggande kunskaper om kaffevärlden

Kunskap: Fokus på nybörjare

Attityd: Intresse för baristayrket

Akademien²² har som mål att sprida kaffekulturen och lyfta fram kaffets kvalitet och främja kaffekonsumtionen genom flera njutbara, innovativa och värdehöjande drycker. De erbjuder 4 olika kurser: introduktion till kaffevärlden (den kurs vi visar upp), espresso, brygning och cappuccino.

I slutet av kursen ska deltagarna kunna: a) identifiera ramarna för kaffets historia, b) beskriva kaffeplantans botanik, c) skilja på de olika processerna för kaffeskörd

²² För mer information om kursen och andra kurser som erbjuds av akademien, besök: <https://www.centrocienciafe.com/en/academia-barista#barista-cursos>

och bearbetning efter skörd, d) skilja på kaffemarknadens förfaranden, e) beskriva hela tillverkningsprocessen, f) tillämpa protokollet i samband med ett cupping-test, och g) identifiera vad som händer i rostningsprocessen.

Kursen är strukturerad enligt följande:

- Modul I: Kaffets historia
- Modul II: Botanik
- Modul III: Skörd och bearbetning
- Modul IV: Kaffemarknaden
- Modul V: Produktionsprocessen
- Modul VI: Koppning
- Modul VII: Sensoriska tester
- Modul VIII: Utvärdering

4. Certifikat i hållbar värdekedja för kaffe

Målgrupp för seminariet: Praktiker inom kaffebranschen, kaffeälskare, hållbarhetsentusiaster

Varaktighet: 4 månader (i genomsnitt 72 kontakttimmar)

Kompetenser: Förståelse för kaffets värdekedja; praktiska färdigheter i kaffeodling; kvalitetsbedömning och kvalitetsstyrning; medvetenhet om och styrning av hållbarhet

Kunskap: Kaffeindustrin; odling och bearbetning av kaffe; hållbara metoder; hantering av värdekedjan

Attityd: Hållbarhetstänkande; kontinuerligt lärande; samarbete och engagemang; etiska och ansvarsfulla metoder

Certificate in Sustainable Coffee Value Chain²³ är en omfattande kurs som erbjuds av University of Hong Kong och som fokuserar på produktion,

²³ För mer information om kursen, vänligen besök: <https://ccsg.hku.hk/courses/certificate-in-sustainable-coffee-value-chain/>

konsumtion och hantering av kaffets värdekedja med betoning på hållbarhet. Kursen syftar till att ge deltagarna praktiska färdigheter och kunskaper relaterade till olika komponenter i kaffeindustrin, från odling till konsumtion. Kursen erkänner den globala betydelsen av kaffe som en allmänt konsumerad råvara och dess inverkan på naturliga ekosystem och miljontals försörjningsmöjligheter. Den erkänner de hållbarhetsutmaningar som kaffesektorn står inför och den ökande prioriteringen av socioekonomiska och bevarandevärden av branschens intressenter.

Kursen är strukturerad enligt följande:

- Grunderna i kaffe:
 - Introduktion till kaffehistoria och rostningsprocessen
 - Utforska de sensoriska aspekterna av kaffe och de mänskliga sinnen som är inblandade
- Hållbar värdekedja för kaffe:
 - Förstå hållbarhetsutmaningarna i den globala kaffebranschen och utforska certifieringar och initiativ som rör hållbart kaffe
 - Introduktion av begreppet "hållbar värdekedja"
- Odling av kaffe:
 - Studera kaffeplantornas botanik och fysiologi, de miljöförhållanden som krävs för kaffeodling och de odlingsmetoder som används i världen
- Jordbruksmetoder:
 - Praktisk erfarenhet på Lai Chi Wo Experimental Farm, inklusive kaffeodlingstekniker, fältdesign, markberedning, trädhantering, beskärning och identifiering av kaffebönornas mognad
- Bearbetning av kaffe:
 - Utforska olika metoder för kaffebehandling, t.ex. naturlig, tvättad, honung och anaerob

- Förstå hantering, torkning och lagring av kaffeböner efter skörd
- Förvaltning av miljön:
 - Undersökning av förhållandet mellan kaffe, biologisk mångfald och ekosystemtjänster
 - Lär dig mer om hållbara produktionsmetoder, regenerativt jordbruk, agroforestry och klimatförändringarnas inverkan på kaffe
- Grönt kaffe:
 - Introduktion till råkaffe, inklusive ursprung, sorter, gradering, leveranskedjan för specialkaffe, lagring, transport, certifiering och koffeinfritt kaffe
- Arbetsplatskultur och inkludering:
 - Förstå kaffets roll i kontorskulturen, kaffets inverkan på gentrifiering, kaféer som sociala utrymmen och utforska kaffeföretag med sociala mål
- Innovation och styrning:
 - Utforska nya trender inom kaffebranschen, spårbarhet för kaffe, styrning av värdekedjan och diskutera innovationens roll i utformningen av branschen



5. STOW - Kurser och workshops

Målgrupp: Professionella baristor Professionella baristor och alla som vill utveckla sina kaffekunskaper

Varaktighet: En-, två- och tredagarskurser samt workshops på tre till fyra timmar

Kompetens: Grundläggande kunskaper om kaffets värld. För vissa avancerade kurser är förkunskapskravet att man har slutfört tidigare nivåer

Kunskaper: Kurser och workshops för alla yrkesnivåer (nybörjare, medelgoda och professionella)

Attityd: Intresse för baristayrket

Denna webbplats för baristautbildning²⁴ syftar till att ge blivande slovenska kaffeproffs verktygen för att skapa en unik slutprodukt och sätta Ljubljana på kartan samtidigt som alla kaffeköp övergår till enbart direkthandel. Innehållet i kurserna beskrivs från de professionella grunderna från arbetsmiljön för en barista till mer krävande kurser med olika betoning på att få och bearbeta kaffe. Det här är några av de kurser och workshops som erbjuds:

- Barista färdigheter på mellannivå: Deltagarna uppgraderar sin expertis inom de sensoriska segmenten, tillreder recept enligt WBC:s standard och normer och hanterar en specialkafeteria. De lär sig hur man manipulerar kaffets smak med hjälp av temperatur, dosering, tid och malningsgranuleringsvariabler
- Grundkurs i bryggning: Avsedd för alla som är intresserade av kaffets resa från böna till kopp. Den ger kunskap om olika grundläggande tekniker och förbehandling av premiumfilterkaffe
- Kurser för bryggare på mellannivå och professionell nivå: Deltagarna förbättrar sin förmåga att smaka på olika ursprungskaffe, olika bearbetade och deras inflytande på smaken beroende på beredningsmetoden. Stor vikt läggs också på vatten och dess kemiska sammansättning

²⁴ För mer information om de kurser som erbjuds, vänligen besök: <https://www.stow.si/tecaji/>

- Sensorisk Cupping Table workshop: Deltagarna får lära känna kaffesmaker från odlingsländer för att träna upp olika uppfattningar om smaker och aromer i kaffe
- Espresso Masterclass workshop: Den handlar om att tillreda en espressodryck enligt ett recept. Deltagarna lär sig hur man effektivt ställer in kaffekvarnen, mäter dosen malet kaffe korrekt, undertrycker det och tillreder en fantastisk kopp espressokaffe
- Pour-Over Masterclass workshop: Deltagarna får lära sig receptets innebörd (förhållandet mellan kaffe och vatten, extraktionstid, vattentemperatur) och tillagningstekniken. Kursen omfattar metoderna V60 och Aeropress

5.3 Bästa praxis

Detta avsnitt handlar om företag, civila organisationer eller mer allmänt initiativ som är framgångsrika i att främja hållbara kaffekonsumtionsvanor hos kunderna, antingen genom kampanjer eller incitament.

5.3.1. Nestlé/Nescafé:

Land: Schweiz Schweiz

Typ av företag: Multinationellt konglomeratföretag inom livsmedels- och dryckesförädling

Certifieringar: 4C; Rainforest Alliance; UTZ

Nestlé²⁵ har åtagit sig att utveckla produkter som är bra för dig och bra för planeten. "Vårt syfte är att frigöra kraften i maten för att förbättra livskvaliteten för alla, idag och för kommande generationer. Verklig respekt innebär att göra,

²⁵ För att lära dig mer om Nestlé/Nescafé's hållbarhetsstrategi, besök: <https://www.nescafe.com/make-your-world>

inte bara att säga. Som att se till att våra grödor är hållbara, att våra förpackningar skapar mindre avfall och att vi tar hand om våra bönder och vår planet." Målen: 1) Odlad med respekt, 2) Tillverkat med respekt, 3) Förpackat med respekt, 4) Njut med respekt

"Vår strategi för hållbarhet är omfattande och bygger på åtaganden om att sträva efter nettonollutsläpp och leveranskedjor utan avskogning samt att främja regenerativt jordbruk i stor skala. Dessutom har vi åtagit oss att förbättra vattenförvaltningen, utveckla bättre förpackningar med förbättrad cirkularitet, skapa möjligheter för unga människor och bygga upp en mångfaldig och inkluderande arbetsstyrka²⁶

5.3.2. Nestlé/Nespresso:

Land: Schweiz Schweiz

Typ av företag: Ledare för kaffemaskiner och kaffekapslar

Certifieringar: B Corp; Swiss Triple Impact (STI); Fairtrade; Rainforest Alliance ("Nespresso AAA Sustainable Quality")

Nespresso har erbjudit ett incitament i form av en "gratis gåva" till konsumenter i Australien i utbyte mot att de lämnar tillbaka sin fulla påse med använda kapslar. Genom detta incitament vill Nespresso uppmuntra återvinningsbeteende bland Nespressos kaffekonsumenter. Så här fungerar det:

1. Konsumenterna ombeds att lämna in minst 100 använda kaffekapslar i aluminium till någon av Nespressos butiker
2. De använda aluminiumlådorna måste läggas i återvinningslådorna i butikerna
3. En QR-kod skannas och konsumenterna ombeds fylla i ett registreringsformulär

²⁶ För Nestlés hållbarhetsrapport 2021, besök: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-03/creating-shared-value-sustainability-report-2021-en.pdf>

4. Det ifyllda registreringsformuläret visas för personalen och konsumenterna tar emot gåvan
5. Som gåva kan du välja mellan en hylsa med Nespresso-kaffe, en Nespresso-anteckningsbok tillverkad av återvunnen kaffepulver eller en Nespresso-strandhandduk

När de använda kaffekapslarna i aluminium har samlats in skickas de till behandlingsanläggningar som styrs av partners som är specialiserade på återvinning. Där smälts aluminiumet och återanvänds för att tillverka en mängd olika produkter, bland annat kapslar, burkar, fönsterkarmar, livsmedelsförpackningar, bilar, cyklar och flygplansdelar.

Detta program har implementerats i Australien under 2022. Efter 6 månader hade nästan två ton återvinningsbara kaffekapslar i aluminium samlats in från butikerna och 98% av kunderna uppgav att de ville fortsätta använda programmet.²⁷



5.3.3 Delta Cafés (Grupo Nabeiro):

Land: Portugal Portugal

²⁷ För Nespressos rapport för 2022, samt dess hållbarhetsstrategi, besök: <https://www.sustainability.nespresso.com/our-progress>

Typ av företag: Kafferosteri och företag som förpackar kaffe

Certifieringar: Socialt ansvar; kvalitetsledningssystem; certifiering av livsmedelssäkerhet; system för att hantera förenandet av yrkesliv, familjeliv och privatliv; miljöledningssystem; ledningssystem för hälsa och säkerhet på arbetsplatsen; EMAS; Cafecert Colombia; Rainforest Alliance; UTZ; 3R6; CERTIF - certifierat produktmärke; Fairtrade, ekologiskt kaffe; FDA; HALAL; Ponto Verde; EAC; ekologiskt vin

Företaget²⁸ har för närvarande tre huvudsakliga hållbara projekt:

1. Miljöansvar Ambiente Delta:

Huvudsyftet med projektet är att minska miljöpåverkan, framför allt genom att minska förbrukningen av papper, el, vatten och bränsle i koncernens bolag. För att sätta Ambiente Delta-projektet i rörelse skapades ett nätverk av hållbarhetsambassadörer, bestående av en anställd från varje företag och kommersiell avdelning, vilket gjorde det möjligt för oss att konsolidera hållbarhetspolicyn och understryka känslan av tillhörighet på Delta Cafés

2. Återvinning av maskiner Mission:

Syftet med återvinningsuppdraget var att göra konsumenterna medvetna om behovet av att separera och kassera oönskad elektrisk hushållsutrustning på rätt plats. Delta Q och Amb3E bildade ett partnerskap för att utveckla en informationskampanj som genomfördes under en period på mer än två månader i 22 städer på det portugisiska fastlandet. Resultatet av detta långvariga initiativ blev att 2.000 gamla maskiner lämnades i återvinningscontainrarna. Återvinningen av detta avfall gick till att plantera träd i kommunen Portalegre, vilket kommer att

²⁸ För mer information om Grupo Nabeiros hållbarhetsstrategi och deras hållbarhetsrapport för 2018, besök: <https://grouponabeiro.com/en/sustainability>

gynna hela det lokala ekosystemet på kort sikt och ge fler fritidsområden, vilket förbättrar livskvaliteten för invånarna i regionen.

3. ReThink-projektet:

Det är ett projekt som skapats av Delta Coffee i samband med initiativ från Planet Delta, som syftar till att stänga kaffecykeln. Det är ett projekt för undersökning och användning av avfall som produceras av företagets verksamhet och av konsumtionen av kaffe - dvs. kaffesump. Detta är det mest holistiska projektet i Portugal, eftersom det analyserar och stärker hela kaffecykeln, inklusive konsumenterna och det avfall de genererar. Det studerar och omprövar användningen av kaffesump och sluter cykeln för denna produkt med lägsta möjliga påverkan på hållbarhetsnivån.

Det är konsumenterna själva som måste vara motorn i en beteendeförändring och därför har Delta utvecklat ett system för insamling och användning av det huvudsakliga avfallet från industri- och försäljningsverksamheten.

Projektet finansierades av QREN (National Strategic Reference Framework) med 2 miljoner euro, vilket gjorde det möjligt att etablera partnerskap med fakulteten för vetenskap och teknik vid Universidade Nova de Lisboa, IBET (Institute of Experimental Biology and Technology) och UNIDEMI (Unit for Investigation and Development in Industrial Engineering), samt Diverge Design, som redan har varit partner i andra projekt. Dessa partnerskap kommer att göra det möjligt att skapa nya forskningsprojekt.

5.3.4 ComposTerra:

Land: Nederländerna

Typ av företag: Återförsäljare

Certifieringar: Inga

ComposTerra²⁹ arbetar för att främja design, produktion och spridning av komposterbara produkter, huvudsakligen tillverkade av biomassa. Andra råvaror som de använder och bearbetar är kaffesump, vetekli, teblad, apelsinskal och potatisavfall. Deras tjänster och processer sträcker sig från insamling, förbehandling, blandning, produktion och efterproduktion av de komposterbara biomaterialen. Bland produkterna finns kaffekoppar, som främjar en mer hållbar kaffekonsumtion.

Företaget ser partnerskap som en viktig del av sin vision om en cirkulär omvandling. De strävar efter att påverka genom att dela med sig av sin kunskap som konsulter till företag. De strävar efter att skala upp sina produkter med partnertillverkare.

Bolaget bildades i april 2021. Som en del av deras pågående ansträngningar är den effekt de strävar efter att uppnå:

Ekonomiska konsekvenser:

- a. Prissvärt alternativ till plast tack vare mycket låga inköpskostnader
- b. Stöd till små och medelstora företag i deras cirkulära omställning för att "framtidssäkra" dem

Ekologisk påverkan:

- c. Minskad användning av råvaror
- d. Stoppa plastföroreningar
- e. Överföring av biomassaströmmar från restavfall till kompost

Social påverkan:

- f. Att vara en förebild för kvinnor inom STEM och entreprenörskap
- g. Utbildning av nästa generations forskare genom samarbete med universitet och högskolor

²⁹ För mer information om företaget och dess produkter, besök: <https://www.composterra.nl/en/home>



5.3.5 Kabioca:

Land: Frankrike Frankrike

Typ av företag: Rostare

Certifieringar: Certifierad ekologisk jordbruksmärkning

Med sina växtbaserade kapslar försöker Kabioca³⁰ minska mängden aluminium som används i kapslar, vilket uppgår till 40 000 ton avfall per år i hela världen - varav endast 2 000 ton återvinns. Deras kapslar är kompatibla med både Nespresso- och Dolce Gusto-maskiner. Deras Nespresso-kapslar är också biologiskt nedbrytbara och komposterbara. De odlar också ekologiska kaffeböner, fria från bekämpningsmedel och GMO.

Företaget har tilldelats Yvelines miljöpris för sin innovation och utveckling av mer miljövänliga produkter. De har integrerat CSR i sin företagsstrategi för att göra framsteg inom fyra pelare: inköp/leverantörer, produkter, logistik och sociala frågor.

De har också minskat mängden förpackningar i sina leveranser. De använder e-fakturer, återvunna förpackningar och koldioxidfria transporter för att skicka sina växtbaserade kapslar.

³⁰ För mer information om företaget och dess produkter, besök: <https://www.kabioca.com/en/home-new/>

5.3.6 Starbucks:

Land: USA Förenta staterna

Typ av företag: Multinationell kedja av kaffehus och rosterier

Certifieringar: Fairtrade; Rainforest Alliance; Ekologiskt kaffe

Starbucks erbjuder en rabatt till kunder som tar med sig sina egna återanvändbara muggar. Rabattbeloppet varierar beroende på plats, men det är vanligtvis cirka 10 cent av dryckespriset. Detta incitament syftar till att uppmuntra kunderna att välja återanvändbara alternativ framför engångsmuggar. Starbucks säljer också återanvändbara muggar av eget märke, som kunderna kan använda för sina drycker. De anordnar ibland specialevenemang, som "Bring Your Own Tumbler Day", där kunderna får ytterligare rabatter eller belöningar för att använda sina egna återanvändbara muggar. Dessa evenemang syftar till att öka medvetenheten och främja användningen av återanvändbara alternativ.

Dessa rabatter och tillgången till Starbucks återanvändbara muggar har lett till en betydande minskning av antalet engångsmuggar som används av kunderna. Denna minskning av engångsmuggar bidrar till att minska avfallsgenereringen, inklusive det tillhörande pappers- eller plastavfallet och den energi som krävs för att producera dem.

Starbucks är en global ledare inom kaffebranschen och dess hållbarhetsinitiativ har påverkat andra kaffekedjor och företag att följa efter.

Starbucks erbjuder också kaffeprodukter som har olika certifieringar, till exempel Fairtrade, som främjar hållbara kaffekonsumtionsvanor. Även om de specifika certifieringarna kan variera beroende på region och produkt, har Starbucks ansträngt sig för att köpa kaffe som uppfyller erkända hållbarhetsstandarder.

De använder sig av olika budskap, kanaler och taktiker i sina kampanjer för att främja hållbarhet och ansvarsfulla kaffeinköp. Starbucks betonar sitt engagemang

för etiska inköp och stöd till kaffeodlare. De lyfter fram den positiva inverkan som deras inköpsmetoder har på böndernas försörjning och samhällen. De kommunicerar också sina ansträngningar för att minimera sitt miljömässiga fotavtryck genom hållbara metoder, som att främja bevarandet av biologisk mångfald och minska avfallet.³¹

5.4 Barcaffè:

Land: Slovenien Slovenien

Typ av företag: Rostare

Certifieringar: Rainforest Alliance; SI-EKO-003 certifikat

Barcaffè har alltid strävat efter att leverera en förstklassig kaffeupplevelse till sina kunder och samtidigt stödja miljön och de samhällen där företaget verkar. Odlingsmetoden för deras Flora-kaffe följer strikta etiska och miljömässiga standarder. Det är förpackat i miljövänlig aluminiumfri folie. Eftersom folien är tunn går det åt betydligt mindre material under förpackningen, vilket ytterligare underlättar hanteringen. Det är den första helt återvinningsbara förpackningen som bibehåller kaffets optimala färskhet samtidigt som den skyddar vår planet. Barcaffè har sedan en tid tillbaka framgångsrikt uppfyllt sitt löfte om att plantera tusentals träd. De har också förbundit sig att följa etiska normer - lokala odlare garanteras goda arbetsvillkor och rättvisa löner. Deras produktionsmetod bevarar den tropiska regnskogen och hotar inte ursprungsbefolkningen. De tillverkar också en egen kompost som de säljer, gjord av kaffesump och annat organiskt avfall. Den marknadsförs som en högkvalitativ kompost som är rik på näringsämnen och kan gödsla växter och trädgårdar³²

³¹ För att läsa Starbucks rapport om social påverkan 2022, vänligen besök: <https://content-prod-live.cert.starbucks.com/binary/v2/asset/137-84763.pdf>

³² För att lära dig mer om Barcaffè hållbarhetsstrategi, besök: <https://suppliers.atlanticgrupa.com/en/social-responsibility/towards-environment/>

Modul 6. En kort lista med förslag på tips och tricks för att hålla kunderna/eleverna motiverade att fortsätta med sina hållbara vanor och fallstudier om bästa praxis från hela världen



Ge incitament: "Gratis gåva" till konsumenterna i utbyte mot att de lämnar tillbaka sina använda kapslar eller erbjuder rabatter för återanvändbara muggar/tillhandahåller återvinningskärl.



Använd effektiva kommunikationsmetoder: Kommunicera hållbara vanor genom att använda menyer och skyltar/visa certifikat och etiketter för att främja hållbara vanor.



Var en förebild: Genom att använda e-fakturering och återvunna förpackningar kan du vara en god förebild - använd också koldioxidfria transporter för att skicka växtbaserade kapslar och använd certifikat och etiketter för att visa alla hållbara aktiviteter som du deltar i.



Använd kampanjer: Kreativa marknadsföringskampanjer med hjälp av medvetandehöjande, roliga utbildningsvideor - användningen av kampanjer i sociala medier med foton och videor är avgörande.



Evenemang: Organisera samhällsevenemang med lokala intressenter/NGO:er för att främja hållbara vanor - leda samarbete med utökade intressenter som resulterar i tillgång till fler konsumenter.



Förstahandsupplevelser fungerar! Använd därför storytelling-metoder - genom att visa upp framgångshistorier från kaffeodlare och positiva resultat av hållbart beteende.

IV. Riktlinjer för hur man använder de utvecklade videohandledningarna och marknadsför dem till kunderna

✓ Välj rätt videoinnehåll:

Välj videohandledning som stämmer överens med kaféets hållbara värderingar och mål. Se till att innehållet är engagerande, informativt och lätt att förstå.

✓ Integrera i utbildningen, stärk din personal:

Införliva dessa videohandledningarna i dina utbildningsprogram för anställda för att utbilda din personal om hållbara kaffepraxis. Se till att dina anställda är kunniga och kan dela med sig av informationen till kunderna. Utbilda personalen så att de kan svara på kundernas frågor och vägleda dem till hållbara kaffekonsumtionsvanor.

✓ Visa upp i ditt kafé:

Skapa ett särskilt område i ditt kafé där kunderna kan se dessa videohandledningarna. Använd skyltar eller digitala skärmar för att visa att det finns videor om hållbar kaffekonsumtion.

✓ Närvaro på nätet:

Dela dessa videohandledningarna på kaféets webbplats och sociala medieplattformar. Använd fängslande bildtexter och hashtags för att locka en bredare publik.

✓ Inkorporera videor i marknadsföringskampanjer:

Använd utdrag eller nyckelord från dessa videohandledningarna i ditt marknadsföringsmaterial, t.ex. flygblad, nyhetsbrev och inlägg i sociala medier.

✓ Erbjud interaktiva sessioner:

Håll live-evenemang eller webbseminarier där kunderna kan lära sig mer om hållbara kaffepraktiker, och se videohandledningarna för fördjupad information.

✓ Belöna deltagande:

Uppmuntra kunderna att engagera sig i videohandledningarna genom att erbjuda rabatter, lojalitetspoäng eller specialerbjudanden för dem som slutför handledningarna eller visar sina kunskaper.

✓ Tillhandahålla ytterligare resurser:

Erbjud tryckt material, blogginlägg eller länkar till vidare läsning om hållbara kaffepraxis för dem som är intresserade av mer information.

✓ Engagera dig med kunderna:

Uppmuntra kunderna att dela med sig av sina tankar och idéer om hållbar kaffekonsumtion, både online och i butiken. Svara på kommentarer och återkoppling för att främja en känsla av gemenskap.

✓ Mät och justera:

Håll koll på hur dina kunder engagerar sig i och påverkas av videohandledningarna. Samla in feedback och gör nödvändiga justeringar av innehållet och marknadsföringsstrategierna baserat på responsen.

✓ Samarbeta med lokala hållbarhetsinitiativ:

Samarbeta med lokala hållbarhetsorganisationer för att gemensamt främja användningen av videohandledning och hållbara kaffepraktiker.

✓ Föregå med gott exempel:

Se till att ditt kafé tillämpar hållbara metoder och använd det som ett verkligt exempel på de principer som diskuteras i videohandledningarna.

✓ Skapa en gemenskap:

Skapa en känsla av gemenskap bland dina kunder som delar samma värderingar och uppmuntra dem att delta i diskussioner, dela med sig av sina erfarenheter och stödja varandra.

Genom att följa dessa idéer kan du effektivt använda videohandledningar för hållbar kaffekonsumtion och marknadsföra dem till dina kunder, vilket bidrar till att öka medvetenheten och uppmuntra miljöansvariga kaffevanor i ditt samhälle.

V. Riktlinjer för hur man använder den utvecklade appen och marknadsför den till kunder

Använda ECOffee-appen

1. Nedladdning och installation:

Ladda ner ECOffee-appen från projektets officiella webbplats eller de angivna appbutikerna.

Installera appen på din mobila enhet.

2. Skapande av konto:

Skapa ett användarkonto med hjälp av en giltig e-postadress eller inloggning på sociala medier.

Ange nödvändiga uppgifter, t.ex. namn och plats, för att anpassa din upplevelse.

3. Språkval:

Välj det språk du föredrar för en sömlös upplevelse. Appen finns tillgänglig på engelska och alla projektpartners nationella språk.

4. Utforska självstudier:

Få tillgång till de virtuella handledningarna som utvecklats i WP3 för att förbättra dina kunskaper om hållbara och miljövänliga kaffekonsumtionsvanor.

5. Insamling av poäng:

Delta i poänginsamlingssystemet genom att göra inköp i ECOffee-klustrets kafeterior. Skanna QR-koder eller följ anvisade procedurer för att se till att poängen krediteras ditt konto.

6. Lös in poäng:

Följ dina framsteg i poängsamlandet i appen.

Lös in ackumulerade poäng mot rabatter eller värdecheckar i alla ECOffee-klustrets kafeterior.

7. Håll dig informerad:

Utforska information om projektet, dess uppdrag och uppdateringar i appen.

Marknadsföring av Ecoffee-appen till kunder:

1. Kampanj i cafeterian:

Visa upp reklammaterial i din cafeteria för att informera kunderna om Ecoffee-appen. Utbilda personalen i att informera kunderna om appens fördelar och uppmuntra till användning av den.

2. Digital marknadsföring:

Utnyttja dina onlineplattformar, inklusive sociala medier, för att marknadsföra appen. Dela engagerande innehåll om appens funktioner, fördelar och hur den bidrar till en hållbar kaffekonsumtion.

3. Erbjuder exklusiva kampanjer:

Uppmuntra nedladdning av appen genom att erbjuda exklusiva kampanjer eller rabatter till kunder som använder Ecoffee-appen.

4. Skapa evenemang för att öka medvetenheten:

Ordna evenemang eller kampanjer för att skapa medvetenhet om appen. Engagera dig i din community för att skapa spänning och intresse.

5. E-postkampanjer:

Genomför en e-postkampanj till din befintliga kundbas och informera dem om lanseringen av appen och dess fördelar.

6. Integration av lojalitetsprogram:

Integrera appen i ditt befintliga lojalitetsprogram och uppmuntra kunderna att delta för att få ytterligare förmåner.

7. Feedback från kunder:

Uppmuntra kunderna att ge feedback i appen, så att du kan förstå deras upplevelser och göra förbättringar.

VI. Litteratur och relevanta bilagor

1. Global kaffeplattform:

GCP är en medlemsorganisation med flera intressenter som arbetar för att främja hållbarheten inom kaffesektorn med visionen om en blomstrande och hållbar kaffesektor för kommande generationer. GCP gör det möjligt för kaffeproducenter, handlare, rosterier, regeringar och icke-statliga organisationer att anpassa och multiplicera sina ansträngningar och investeringar, kollektivt agera på lokala prioriteringar och kritiska frågor, skala lokala hållbarhetsprogram och växa den globala marknaden för hållbart kaffe över hela kaffevärlden. GCP-medlemmarna och GCP:s nätverk av landsplattformar är enade i övertygelsen att hållbart kaffe är ett delat ansvar och arbetar tillsammans för att uppnå en omvälvande förändring av välståndet för en miljon kaffeodlare fram till 2030.

De tar upp övergripande och djupare hållbarhetsutmaningar som sektorn står inför, inklusive hot relaterade till klimatförändringar, utbrott av skadedjur och sjukdomar, åldrande träd och jordbrukare.

För mer information om organisationen, besök [GCPs webbplats.](#):



Co-funded by
the European Union



ECOffee-project

E-guide om hållbar kaffekonsumtion

