

Makelaar in duurzame koffie

 Uit Trends van 23/04/2020 22/04/20 om 21:00 Bijgewerkt om 13:26

Koffie is populairder dan ooit. Toch blijven van de twintig koffiehandelaars die Antwerpen ooit telde, er nog maar twee over. Efico zet in op duurzaamheid om het verschil te maken.



MICHEL GERMANÈS "Een grote pot koffie op tafel voor iedereen is iets van vroeger." © Debby Termonia

"Duurzaamheid begint met eerlijkheid", stelt Michel Germanès, de CEO van Efico. Op de koffietafel staan schaaltes bonen en gebrande koffie. Hij lepelt een slok naar binnen, laat die door zijn mond gaan en spuugt die dan weer uit. "Koffie proef je zoals wijn", zegt Germanès, die al 35 jaar actief is in het bedrijf. "Zelfs na al die jaren leer ik nog elke dag bij." In het stijlvolle Antwerpse herenhuis waar Efico kantoor houdt, staan flikkerende schermen vol beurstabellen. Beneden bevindt zich een koffielab met minibranders. Elke lade staat voor een aparte container koffiebonen, en dus voor een andere smaak.

Efico is in 1926 gesticht door de familie Installé. Germanès leidt het bedrijf samen met uitvoerend voorzitter Philip Van gestel. De omzet lag de voorbije jaren tussen 140 miljoen en 160 miljoen euro. Het bedrijf werkt met 39 herkomstlanden, verhandelt vooral arabicakoffie en exporteert naar koffiebranders in 25 landen, vooral in Europa.

Faire vergoeding

Efico is een voorloper in duurzaamheid. Germanès werd vorig jaar genomineerd als CSR Professional van het jaar 2018, een prijs waarmee de vzw Time4Society mensen bekroont die een voortrekkersrol spelen in het maatschappelijk verantwoord ondernemen. "Zelfs als de prijs zakt, onderhandelen we met onze klanten, zodat de boer toch nog een faire vergoeding krijgt", stelt Germanès.

Efico houdt stand in een branche waar veel handelaars verdwenen zijn. Wereldwijd zijn er amper 150 spelers over, in Antwerpen nog twee van de twintig. "Op koffie wedden is verleidelijk, maar voordat je het weet, heb je je hand overspeeld", zegt de CEO.

De Efico Foundation, die in 2003 is opgericht, heeft naar eigen zeggen al meer dan zeventig projecten opgezet in zeventien landen, goed voor 2 miljoen euro investeringen en een impact op 90.000 families van koffieboeren. Koffie is een intensieve teelt. Een gemiddelde plantage levert drie tot vier containers per jaar op. Daarvoor plukken duizend mensen de bonen, met de hand. Enkel in vlakke gebieden, zoals Brazilië, kunnen machines worden ingezet.

Professionele koffieproevers

Efico werkt via de Efico Foundation al jaren samen met de Collibri Foundation van Colruyt Group. De retailgroep richtte die stichting in 2005 op. Beide stichtingen vinden elkaar in hun visie op de ontwikkeling van jongeren en het verduurzamen van koffie. In Colombia lopen al ruim vijftien jaar vormingsprojecten voor jonge koffieboeren. Bij een zuid-zuidontmoeting kon een delegatie Burundese koffieboeren ervaringen uitwisselen met collega's in Colombia.

Seabridge in de haven van Zeebrugge is een ander voorbeeld van hoe Efico inzet op duurzaamheid. Het magazijn van 20.000 vierkante meter werd in 2008 gebouwd, om koffiebonen die van de boot komen in de beste omstandigheden te bewaren voordat ze naar de koffiebranders gaan. "Artisanale branders nemen kleinere hoeveelheden af en kunnen niet alles zelf stockeren. Zo komen we hen tegemoet", legt Germanès uit.

Met wat toen het grootste zonnepanelendak op de privémarkt was, staat Seabridge voor groene energie, innovatieve afvalverwerking en circulaire economie. Onlangs werden in het Seabridge-lab trainingen gegeven om mensen op te leiden tot professionele koffieproevers, de zogenoemde Q Graders.

Oude mensen

Hoewel koffie almaar populairder wordt, zijn de prijzen laag. "Tot 1989 was er een koffieakkoord", zegt Germanès. "De prijzen bleven stabiel. Daarna werd de markt opengegooid en kwamen de speculanten. Naast de fysieke markt van de koffie heb je dus ook een virtuele beurs. De speculatie drijft de prijzen naar beneden. Sinds enkele jaren is er een koffiecrisis. De prijzen zijn laag."

Koffie zet evenwel zijn opmars voort. "Vooral in de landen van oorsprong", weet Germanès. "Toen ik voor het eerst naar Brazilië reisde, was koffiedrinken er een grote ontgoocheling. Nu houden de Brazilianen de betere koffie voor zichzelf. De productie is gestegen van 6,5 miljoen naar 22 miljoen balen. China maakt een inhaalbeweging, maar de koffieconsumptie blijft er relatief laag. Als het product er ooit een hype wordt, zullen de prijzen toch in evenwicht blijven, doordat China ook zelf koffie produceert."

In de landen waar koffie al populair was, wordt die niet zozeer meer, maar wel anders gedronken. "Een grote pot koffie op tafel voor iedereen is iets van vroeger. Mensen drinken nu veeleer een espresso. Toen ik jong was, was koffie iets voor oude mensen. Nu is het een hip product. Maar koffie blijft een democratisch product, enkel water is goedkoper. Dat de kiloprijs laag is, is geen goed nieuws voor de herkomstlanden. Het is niet omdat er meer koffie wordt gedronken dat hun omzet stijgt."

De cirkel rond

Ondersteuning is dus welkom. Zo ziet Germanès ook de werking van de Efico Foundation. "We investeren vooral samen met koffiebranders en partners in projecten, onder meer in Colombia, Congo, Ethiopië, Guatemala en Nicaragua", vertelt hij. "We bekijken de specifieke behoeften van de koffiegemeenschappen en de koffieregio's. We dragen bijvoorbeeld bij tot de verbetering van de productie en de kwaliteit op de plantages, gekoppeld aan een duurzame inkomensverhoging voor de koffieboeren, aan kennisoverdracht, aan onderwijs. Of we ondersteunen omliggende dorpen bij de installatie van sanitair, duurzame verlichting via zonnepanelen of keukenapparatuur. Efico maakt zo de cirkel rond, van producent naar gebruiker."



Koffie blijft een democratisch product, enkel water is goedkoper

"Ook de consument vindt de traceerbaarheid van het product dat hij koopt, almaar belangrijker", zegt Germanès. "Aan elke kop koffie van Efico hangt een fair verhaal vast." ●