

Inzichten in de hoogwaardige en  
circulaire valorisatie van koffiegruis

Dernières avancées dans la  
valorisation à haute valeur ajoutée et  
circulaire du marc de café



**Fevia**



**KOFFIECAFE**

koninkrijk belgië - koninkrijk nederland - koninkrijk luxemburg - koninkrijk spanje - koninkrijk italië - koninkrijk oostenrijk - koninkrijk slovenië - koninkrijk kroatië - koninkrijk slovaakse republiek - koninkrijk hongarije - koninkrijk tjechië - koninkrijk polen - koninkrijk hongarije - koninkrijk slovaakse republiek - koninkrijk kroatië - koninkrijk slovenië - koninkrijk oostenrijk - koninkrijk italië - koninkrijk spanje - koninkrijk luxemburg - koninkrijk nederland - koninkrijk belgië



**möbius**

business consulting. profoundly different.



# Programma / Programme

13U – 13U15	Welkomstwoord door de Koning Boudewijnstichting, Fevia en Koffiecafe	13h – 13h15	Accueil par la Fondation Roi Baudouin, Fevia et Koffiecafé
13U15 – 13U30	Toelichting van de belangrijkste resultaten en geleerde lessen door Möbius	13h15 – 13h30	Présentation des résultats les plus significatifs et des enseignements tirés par Möbius
13U30 – 14U	Inspirerende binnenlandse keynote door Kaffee Circulair	13h30 – 14h	Exposé inspirant belge par Kaffee Circulair
14U – 14U30	Voorstelling van de pilootprojecten door Proximus, Havenbedrijf Antwerpen en de Universiteit van Antwerpen	14h – 14h30	Présentation des projets pilotes : Proximus, Port d'Anvers et Université d'Anvers
14U30 – 15U	<b>PAUZE</b>	14h30 – 15h	<b>PAUZE</b>
15U – 15U30	Inspirerende buitenlandse keynote door De Clique	15h – 15h30	Exposé inspirant étranger par De Clique
15U30 – 16U15	Panelgesprek met Caffè Inc., Permafungi, De Clique, Renewi en Kaffee Circulair	15h30 – 16h15	Panel de discussion avec Caffè Inc., Permafungi, De Clique, Renewi, en Kaffee Circulair
16U15 – 17U	Matchmaking & netwerking	16h15 – 17h	Matchmaking et réseautage



**Welkomstwoord**

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

Keynote Kaffee Circulair

\*

Voorstelling pilootprojecten

\*

Keynote De Clique

\*

Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten van  
koffiegruis

\*

Matchmaking & netwerking



**KOFFIECAFE**

Koninklijk Verbond van Koffiebranders ☿ Union Royale des Torréfacteurs de Café

**Fevia**



Welkomstwoord

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

Keynote Kaffee Circulair

\*

Voorstelling pilootprojecten

\*

Keynote De Clique

\*

Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten van  
koffiegruis

\*

Matchmaking & netwerking

The logo for Slido.com, featuring the word "slido" in a bold, lowercase, sans-serif font. The dot of the "i" is a solid green circle, while the rest of the letters are dark grey.

Slido.com  
Code: #CoffeeGrounds

**Hoeveel kopjes koffie drinkt  
een gemiddelde Belg per jaar?**

- A) 400 kopjes / jaar
- B) 800 kopjes / jaar
- C) 1500 kopjes / jaar

# Koffiegruis in België

Een Belg drinkt gemiddeld **800 kopjes koffie per jaar**.

Dit komt overeen met **67 miljoen kg koffiegruis (droog)**.

Met elke kilo koffiegruis die we kunnen redden van het restafval,  
besparen we **775 gram CO<sub>2</sub>**.



Wie aan de slag wil gaan met koffiegruis moet rekening houden met vier sterk met elkaar verweven factoren:





# Hoe kunnen we koffiegruis hoogwaardig valoriseren?

Dalend waardebehoud



# Belang van logistiek om een werkende oplossing rond koffiegruisvalorisatie op te zetten



Kwaliteitsbehoud van koffiegruis i.f.v. de toepassing



De kosten controleren





# Drogen is belangrijk om zowel schimmelvorming tegen te gaan als de logistieke kosten te beperken

1 (Kleinere volumes) koffiegruis drogen aan de lucht



Inzamelen



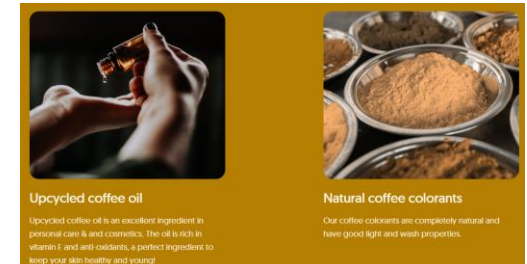
Drogen



Experimenteren



2 Grote volumes koffiegruis drogen door middel van een industriële droger



The logo for Slido, featuring the word "slido" in a bold, lowercase, sans-serif font. The dot of the "i" is a solid green circle. The logo is centered on a white rectangular area that resembles a whiteboard, with a light blue horizontal bar at the top and a light green background below. The whiteboard has a grey shadow at the top and bottom, suggesting it's mounted on a wall.

**slido**

Slido.com  
Code: #CoffeeGrounds

**Hoe houden we de logistieke  
kosten onder controle bij de  
hoogwaardige valorisatie van  
koffiegruis?**

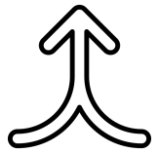
# Hoe houden we de logistieke kosten onder controle?



Het koffiegruis in kleine volumes  
fijnmazig verzamelen



Het koffiegruis in grote volumes  
verzamen



Het koffiegruis bundelen met  
andere (organische) stromen



Combineren van voorwaartse en  
omgekeerde logistiek



Het koffiegruis door de  
voortbrenger ervan laten brengen  
naar een verzamelpunt



# Hoe zetten we een duurzaam en werkend businessmodel op rond de valorisatie van koffiegruis?



De grote uitdaging van dit project is dat de **afzetmarkt nog niet gekend** is”, legt **Dimitri Strybos**, projectmanager van **Kaffee Circulair** uit. “De koffie-olie wordt al gebruikt, maar voornamelijk in de VS. In België merken we dat er nog veel vraagtekens bestaan rond het gebruik van circulaire grondstoffen en dit vraagt een mindshift.”



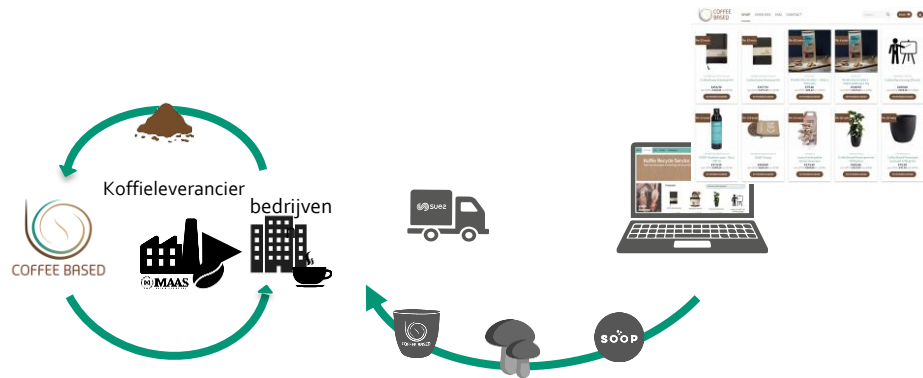
Het is zeer belangrijk om **met de juiste mensen aan tafel** te zitten en dat er bij alle partijen voldoende kennis en enthousiasme is om iets op te zetten”, vertelt Lien Dauwe, milieudeskundige bij Port of Antwerp. Ook Stephan Claes, innovation manager bij Renewi, beaamt dit. “Er is een **gemeenschappelijke inspanning** nodig van de **verschillende schakels in de keten.**”



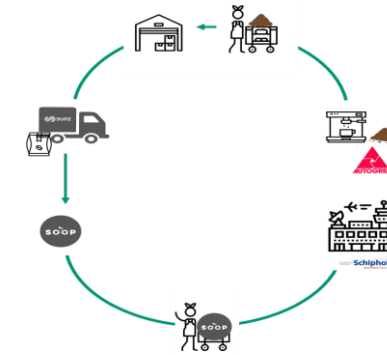
Als je ons product afrekent op een lineair model dan is het **duurder** dan wat er in de markt is. Reken je af op een circulair model (dus waar **negatieve externaliteiten** in de prijs zitten) dan is ons product attractiever. Maar dit vereist een paradigmashift van de maatschappij”, vertelt **Josephine Nijstad van Caffe Inc.**

# Er bestaan verschillende soorten business modellen

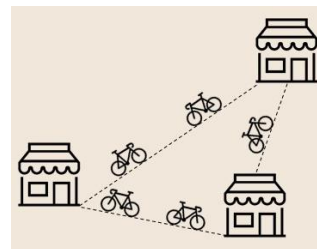
1 Partnership en geïntegreerd servicemodel tussen de verschillende actoren in het ecosysteem



2 Partnership en rechtstreekse afzet bij koffiegruis genererende partij



3 Lokaal valoriseren van koffiegruis in een circulaire cascade



Leerlessen uit de pilootprojecten





The logo for Slido, featuring the word "slido" in a bold, lowercase, sans-serif font. The dot of the "i" is a solid green circle. The logo is centered on a whiteboard background with a light green border and a grey horizontal bar at the top.

Slido.com  
Code: #CoffeeGrounds

**Hoeveel pilootprojecten  
hebben we de afgelopen twee  
jaar begeleid?**

A) 2

B) 3

C) 7

# Twée jaar community building en innovatie rond het hergebruik van koffiegruis



# De leerlessen uit de pilootprojecten en de verschillende interviews

- 1 Koffiegruis is een zeer interessante stroom die **tot de verbeelding spreekt**. Dit maakt circulaire economie tastbaarder en gemakkelijker om te begrijpen.
- 2 Organisaties die koffiegruis voortbrengen zijn op zoek naar een **totaaloplossing** en wensen graag van begin tot einde **ontzorgd** te worden.
- 3 **Samenwerkingen** zijn noodzakelijk om een goed werkend model op te zetten rond de hoogwaardige valorisatie van koffiegruis. Het helpt als er een partij opstaat die de **ketenregie** opneemt.
- 4 Geen geslaagde circulaire innovatie zonder **leiderschap**.
- 5 **Gecascadeerd gebruik** van koffiegruis is in de praktijk moeilijk.
- 6 Bij het hoogwaardig valoriseren van koffiegruis zijn er kansen voor de **sociale economie**, zowel voor inzameling als verwerking.
- 7 **Wetgeving** kan een remmende factor zijn bij het opzetten van een pilootproject rond hoogwaardige valorisatie van koffiegruis.
- 8 Bij het opzetten van een pilootproject rond de hoogwaardige valorisatie van koffiegruis is het belangrijk om te **experimenteren**, verschillende zaken uit te testen en hiervan te leren.
- 9 Er is nood aan een verdere samenwerking tussen **onderzoekers en ondernemers** om de kringloop te sluiten.
- 10 Veel van de bestaande koffiegruisinitiatieven kunnen vooralsnog niet overleven zonder subsidies. Wie wil schalen zal op zoek moeten naar de juiste **financieringsmix**.

# DE POWER VAN KOFFIEGRUIS

SAMENWERKINGEN VOOR CIRCULAIRE OPLOSSINGEN



Hoe zit de  
koffiegruisketen  
in elkaar en hoe  
kunnen we die meer  
circulair maken?

Hoe kunnen  
we koffiegrijs  
hoogwaardig  
valoriseren?

Wat is de  
milieu-impact van  
de hoogwaardige  
valorisatie van  
koffiegrijs?

10 leerlessen rond  
het hergebruik  
van koffiegrijs.

Eindrapport van het begeleidingstraject  
"Op weg naar vernieuwende oplossingen  
voor het hergebruik van koffie" (2019-2021)  
door Möbius in opdracht van de Koning  
Boudewijnstichting, Fevia en Koffiecafe

# LA FORCE DU MARC DE CAFÉ

COLLABORER POUR DES SOLUTIONS CIRCULAIRES



Comment fonctionne  
la chaîne du marc  
de café et comment  
la rendre plus  
circulaire ?

Comment valoriser  
au mieux le marc  
de café ?

Quel est l'impact  
environnemental  
de la valorisation  
qualitative du marc de  
café ?

10 apprentissages  
sur la valorisation du  
marc de café

Rapport final du parcours d'accompagnement  
« Vers des solutions innovantes pour la  
valorisation du café » (2019-2021) par Möbius  
pour le compte de la Fondation Roi Baudouin,  
Fevia et Koffiecafe



Welkomstwoord

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

**Keynote Kaffee Circulair**

\*

Voorstelling pilootprojecten

\*

Keynote De Clique

\*

Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten van  
koffiegruis

\*

Matchmaking & netwerking



Welkomstwoord

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

Keynote Kaffee Circulair

\*

**Voorstelling pilootprojecten**

\*

Keynote De Clique

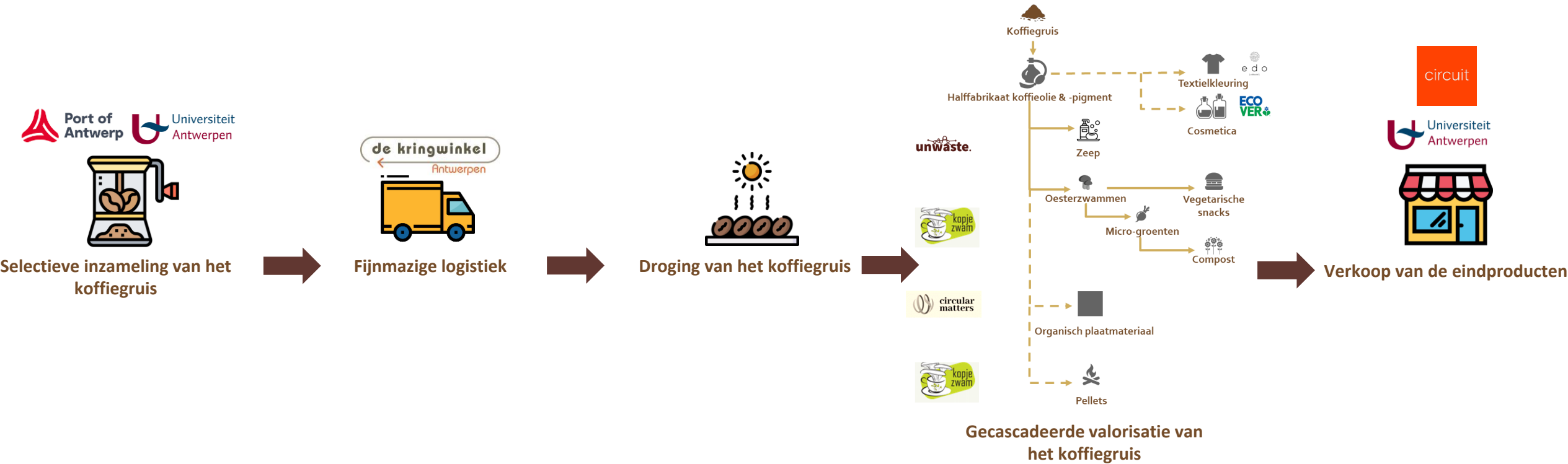
\*

Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten van  
koffiegruis

\*

Matchmaking & netwerking

# Projectidee: de circulaire koffiehuis in Antwerpen



# Waar staan we nu?



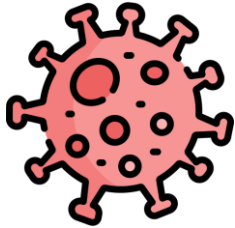
Pilootproject Renewi & Havenbedrijf



Universiteit Antwerpen



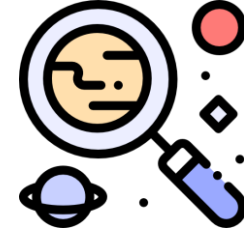
# Uitdagingen en leerlessen uit het project



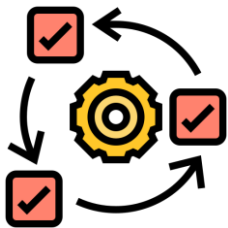
Grote impact van corona op de in te zamelen volumes koffiegruis



Nood om met de juiste mensen rond de tafel te zitten waarbij een trekker dient op te staan



Mogelijke samenwerking tussen onderzoekers en ondernemers



Nood om flexibel te zijn en continu het plan van aanpak aan te passen



Belangrijk om te starten en te experimenteren en testen

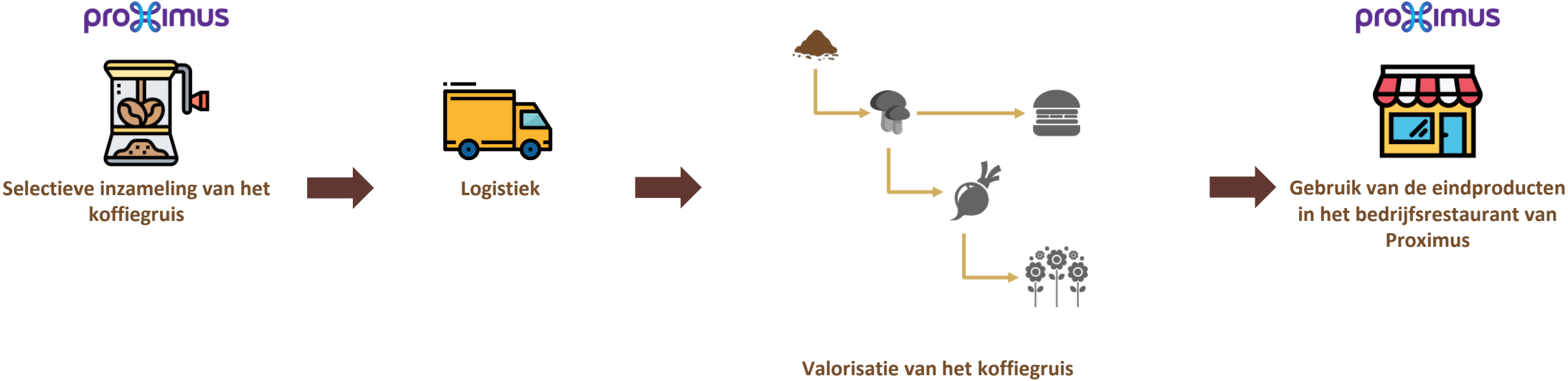


Nood aan investeringen om deze experimenten te ondersteunen



**Waar willen we naartoe?**

# Projectidee: Green Coffee



# Waar staan we nu?

Vanaf 2021 zijn we verplicht om keukenafval en etensresten apart te sorteren.



**Swill** 

Van voedingsafval naar groene energie en meststof.

Heeft u al een oplossing? Wij helpen je graag!

Rolcontainer: 240L

Swill Box: 16 L

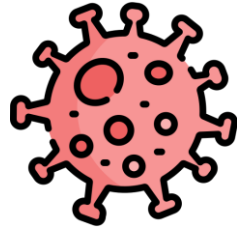
Biobox: 600 L

**WIE SORTEERT CREEERT**

**renewi**  
waste no more

Meer info of bestellen? [www.renewi.com/nl-be/swill](http://www.renewi.com/nl-be/swill)

# Uitdagingen en leerlessen uit het project



Grote impact van corona op de in te zamelen volumes koffiegruis & de werking van het bedrijfsrestaurant



Hogere maturiteit in Nederland wat betreft de valorisatie van koffiegruis, maar geen duurzame optie door de afstand



Nood aan ontzorging van grote bedrijven gezien dit niet hun kernactiviteit is



Vraagtekens rond de duurzaamheid van de extra logistieke bewegingen voor een selectieve inzameling



**Waar willen we naartoe?**

**Pauze met productmarkt**  
**Pause avec marché de produits**





Welkomstwoord

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

Keynote Kaffee Circulair

\*

Voorstelling pilootprojecten

\*

**Keynote De Clique**

\*

Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten van  
koffiegruis

\*

Matchmaking & netwerking





## Het probleem

**Natuurlijke grondstoffen uit de stad, zoals koffiegruis, snijresten en andere voedselresten worden weggegooid bij het restafval.**

**Hierdoor worden deze grondstoffen vernietigd in verbrandingsovens. Dit betekent dat de waardevolle nutriënten niet worden benut.**

## De oplossing

**Door natuurlijke grondstoffen bij de bron van het restafval te redden, zijn ze te gebruiken als grondstof voor nieuwe voedselproducten in de stad. Zo creëren we waardevolle, lokale en circulaire ketens**

## Over De Clique

De Clique werd in 2019 in Utrecht opgericht door een groep gedreven en ervaren ondernemers.

Momenteel heeft De Clique meer dan 100 klanten waaronder winkelcentrum Hoog Catharijne, Tivoli Vredenburg en Universiteit Utrecht waar natuurlijke grondstoffen opgehaald worden. Deze grondstoffen worden gebruikt om met partners lokale producten te ontwikkelen die daarna weer in de stad gegeten worden.

De Clique gaat het businessmodel uitrollen naar andere steden. Utrecht dient hiervoor als blauwdruk.

Wegen van koffiedik op onze hub





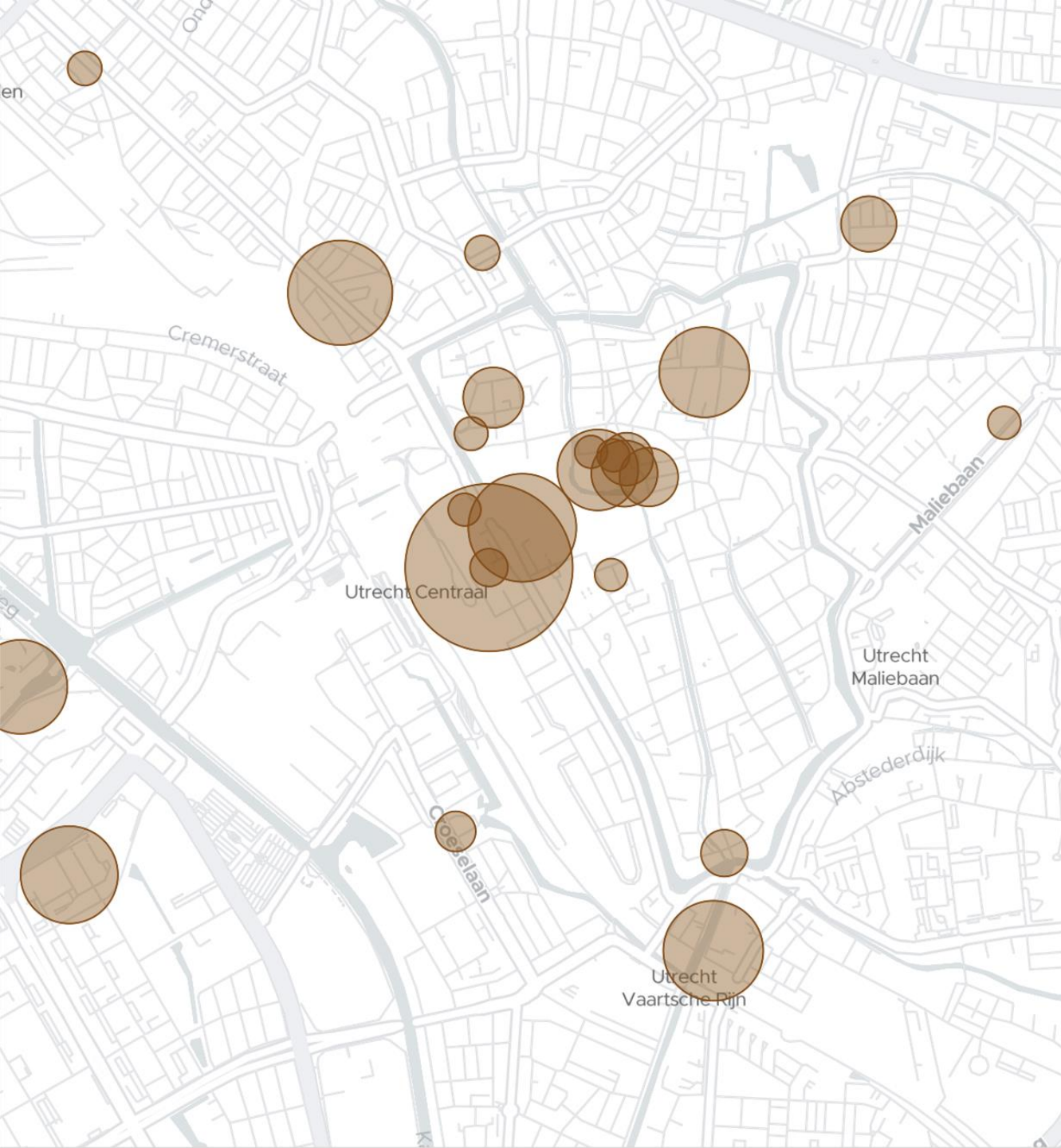
## Onze service

Met onze grondstoffenservice haalt De Clique CO2-neutraal natuurlijke grondstoffen zoals koffiegruis, sinaasappelschillen en snij- en voedselresten op bij bedrijven, supermarkten en horeca in stedelijke gebieden.

Onze hulp bij het redden van natuurlijke grondstoffen zorgt voor **70% minder restafval**.

Bedrijven besparen op hun afvalkosten want de hoeveelheid gaat simpelweg naar beneden en de prijs van restafval stijgt.

Ophalen van sinaasappelschillen



## Onze service (vervolg)

Met ons dataregistratie-app levert De Clique de klant rapportages waarmee de impact inzichtelijk gemaakt kan worden.

De grondstoffen uit de stad zijn de basis voor nieuwe producten die vervolgens terug verkocht worden aan de klanten in de stad.

**Onze omzet per klant komt voort uit een maandelijks servicecontract, gecombineerd met de doorgaande verkoop van circulaire producten.**

Datakaart van opgehaalde koffiedik van locaties in Utrecht. Data van onze eigen grondstoffenservice- app.

# Onze producten

Assortiment producten gemaakt door **lokale makers** met **stedelijke natuurlijke grondstoffen**. Dit assortiment breiden we verder uit met vernieuwende en verrassende producten.



**Bitterballen**  
samen met:



**Broden**  
samen met:



**Tosti's**  
samen met:

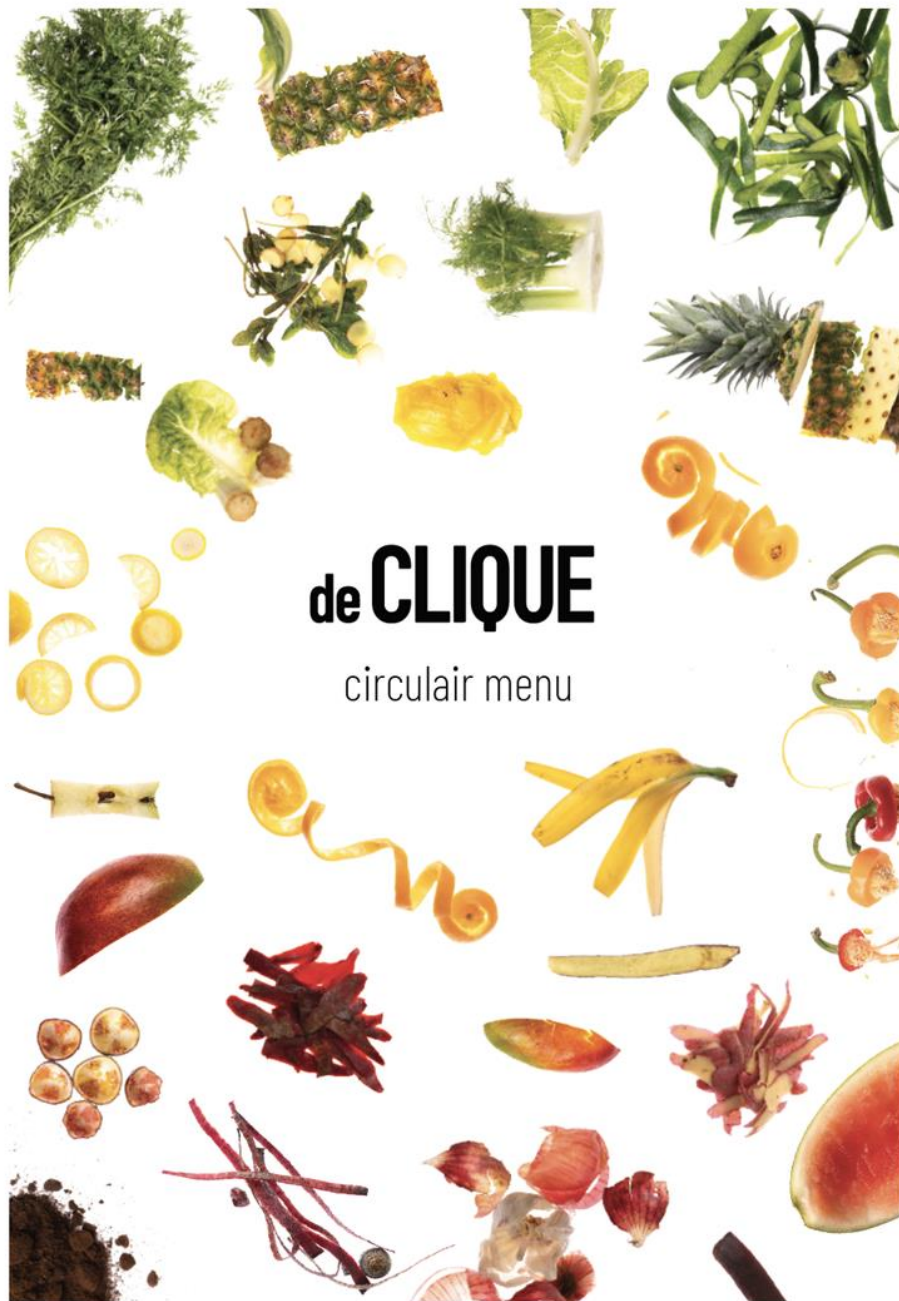


**Frisdrank**  
samen met:



**Thee**  
samen met:





# de CLIQUE

circulair menu

## DRINKEN

### FRISDRANKEN

Krachtige smaakexplosies gemaakt van fruit en kruiden door Fruitslager Roze Bunker

-  **Citrus basilicum**  
*citrus basilicum siroop, Bobby's gin en bruiswater*
-  **Vlierbloesem**  
*citrus basilicum siroop, Bobby's gin en bruiswater*
-  **Wilde ijsthee**  
*citrus basilicum siroop, Bobby's gin en bruiswater*
-  **Gekke Bessen**  
*citrus basilicum siroop, Bobby's gin en bruiswater*

### COCKTAILS

Twisted classics met een beetje karma van Fruitslagers Roze Bunker

-  **Citrus smash**  
*citrus basilicum siroop, Bobby's gin en bruiswater*
-  **Gekke Bessen Daiqury**  
*Witte rum, limoensap, gekke bessen siroop, 1 partje limoen, 1 takje rozemarijn*
-  **Wilde fizz (alcohol vrij)**  
*wilde ijsthee siroop, vlierbloesem siroop, citroensap, bruiswater*

### THEE

Wilder Land maakt (on)kruidenthee die de Nederlandse biodiversiteit herstelt

-  **Offline blend - bloemig, zoet**  
*lindebloesem, vlierbloesem, kamille, karwij, rozenblad*
-  **F\*\*\*ling fris blend - fris, kruidig**  
*duizendblad, zuring, citroenmelisse, kruizemunt, korenbloem*
-  **(On)groen blend**  
*hennep, paardenbloem, heermoes, goudsbloem*
-  **Off black blend**  
*Wilgenroosje, walnootblad, korenbloem*

## ETEN

### SOEP

Een verrukkelijke soep van de dag met twee sneden robuust brood

-  **Soep van de dag**  
*Laat jezelf verrassen met een gezonde soep met heerlijk duurzaam brood. Goed bezig!*

### SUPERTOSTI'S

Niet alleen de duurzaamste, maar vooral de lekkerste Supertosti's die je kan krijgen

-  **Twee kazen**  
*belegen boerderijkaas en pittige provolone dolce (op twee dikke plakken desembrood)*
-  **Rendang**  
*rendang van jackfruit met citroengras en vegan wilmersburger cheddar*
-  **Kimchi**  
*kimchi van Oh Na Mi met belegen boerderijkaas*
-  **Paddenstoel**  
*jong belegen manchego, kruidige paddenstoelenstoot en rucola*

### BROOD

Bijzonder brood van Bakker van Ekeren

-  **Sinaasappel-rozemarijn focaccia**  
*Wat een combinatie. Wie heeft dat bedacht? Yum.*
-  **Campatine bierbostel**  
*Proef geen bier, noch bostel, maar lekker dat het is!*

### BORRELHAP

Culinair snacks met ballen van Utrechtse bodem

-  **Bitterballen van oesterzwam**  
*Een smeuvige ragout met knapperige stukjes oesterzwam, en dat in een krokant jasje*

\* Alle producten zijn vegetarisch



## De Clique maakt ketens (weer) rond

De Clique **verbindt en versterkt lokale netwerken**. Wij bouwen met **partners** ketens voor **verse en 'schone' natuurlijke grondstoffenstromen**, zodat deze kunnen worden verwerkt tot nieuwe **hoogwaardige producten**.

We maken **cirkels rond** voor **koffiegruis, sinaasappelschillen** en andere **voedselresten**.

Deze grondstoffen vormen de basis voor verschillende producten zoals oesterzwam producten,, verse oogst, broden en kruidenthee en frisdrank. Deze producten komen weer op het menu van onze klanten.





## Ons team

Het zeer ondernemende team achter De Clique heeft vele jaren ervaring in het starten en opschalen van succesvolle bedrijfsvoering in de afval-, voedsel- en technologiesector waaronder BinBang, Fairphone and FungiFactory.

- Het oprichtende team heeft 5 leden.
- Anja, Bas and Steven zijn het managementteam (zie bio's).
- In totaal heeft het team 20 leden, inclusief onze grondstoffenkoeriers.

# De oprichters



## Anja Cheriakova

Anja is onze algemene directeur en sales tijger. Hiervoor was ze succesvol met haar circulaire start-up [BinBang](#). Anja heeft een achtergrond in gedragswetenschappen. Het is haar passie om met veel plezier afvalloze steden te creëren.

## Bas van Abel

Bas is de financiële en technische man van De Clique. Ook doet hij de merkontwikkeling. Bas heeft als sociaal ondernemer internationale prijzen gewonnen en hij is oprichter van [Fairphone](#).

## Steven Keulemans

Steven leidt de bedrijfsvoering van De Clique. Zijn achtergrond in het bedrijfsleven (ABN-Amro) gecombineerd met zijn passie en ervaring met het telen van oesterzwammen ([Fungi factory](#)) maken hem de perfecte persoon voor deze baan.

## Elisa van Dam

Elisa is onze marketing specialist en bovendien heeft ze een geweldig gevoel voor sales. Ze is medeoprichter van BinBang en heeft uitgebreide ervaring in het creëren van afvalvrije oplossingen.

## Jurjen Groot

Jurjen is onze regel(tjes)neef. Hij zorgt voor juridische zaken en kweekt samenwerkingen. Hij heeft 15 jaar ervaring als advocaat gespecialiseerd in (sociale) start-ups en scale-ups.

## Waar wij staan

- Er is duidelijk vraag naar onze service en producten. Momenteel herstellen we met meer dan 100 klanten en partners de circle of life in de stad.
- Assortiment lokale circulaire producten
- Volledig opererende grondstoffenhub in Utrecht
- Met succes financieringen van meer dan 1 miljoen euro binnengehaald.
- We zijn Sprout/MT finalist voor for Start-up van het jaar 2021 en genomineerd als Utrecht Start-up van het jaar 2021.
- Media-aandacht in kranten, online en op nationale televisie

De Clique EV speciaal ontworpen voor het ophalen van natuurlijke grondstoffen.





## Geleerde lessen koffiegruis

- klanten zoeken een totaaloplossing
  - ontzorgd in logistiek
  - inzicht in impact
- producten centraal
- lokale overheden belangrijke partners
  - beleid EN...
  - uitvoering(!)
- samen sterk





de **CLIQUE**

jurjen@declique.nl | +31627035376 | declique.nl



Welkomstwoord

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

Keynote Kaffee Circulair

\*

Voorstelling pilootprojecten

\*

Keynote De Clique

\*

**Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten  
van koffiegruis**

\*

Matchmaking & netwerking

# Panelgesprek rond de opportuniteiten van het hergebruik van koffiegruis & systemische knelpunten & oplossingsrichtingen



Stephan Claes  
Renewi



Dimitri Strybos  
Glimps.bio



Julien Jacquet  
PermaFungi



Jurjen Groot  
De Clique





Welkomstwoord

\*

Geleerde lessen uit twee jaar community building en  
innovatie rond hergebruik van koffiegruis

\*

Keynote Kaffee Circulair

\*

Voorstelling pilootprojecten

\*

Keynote De Clique

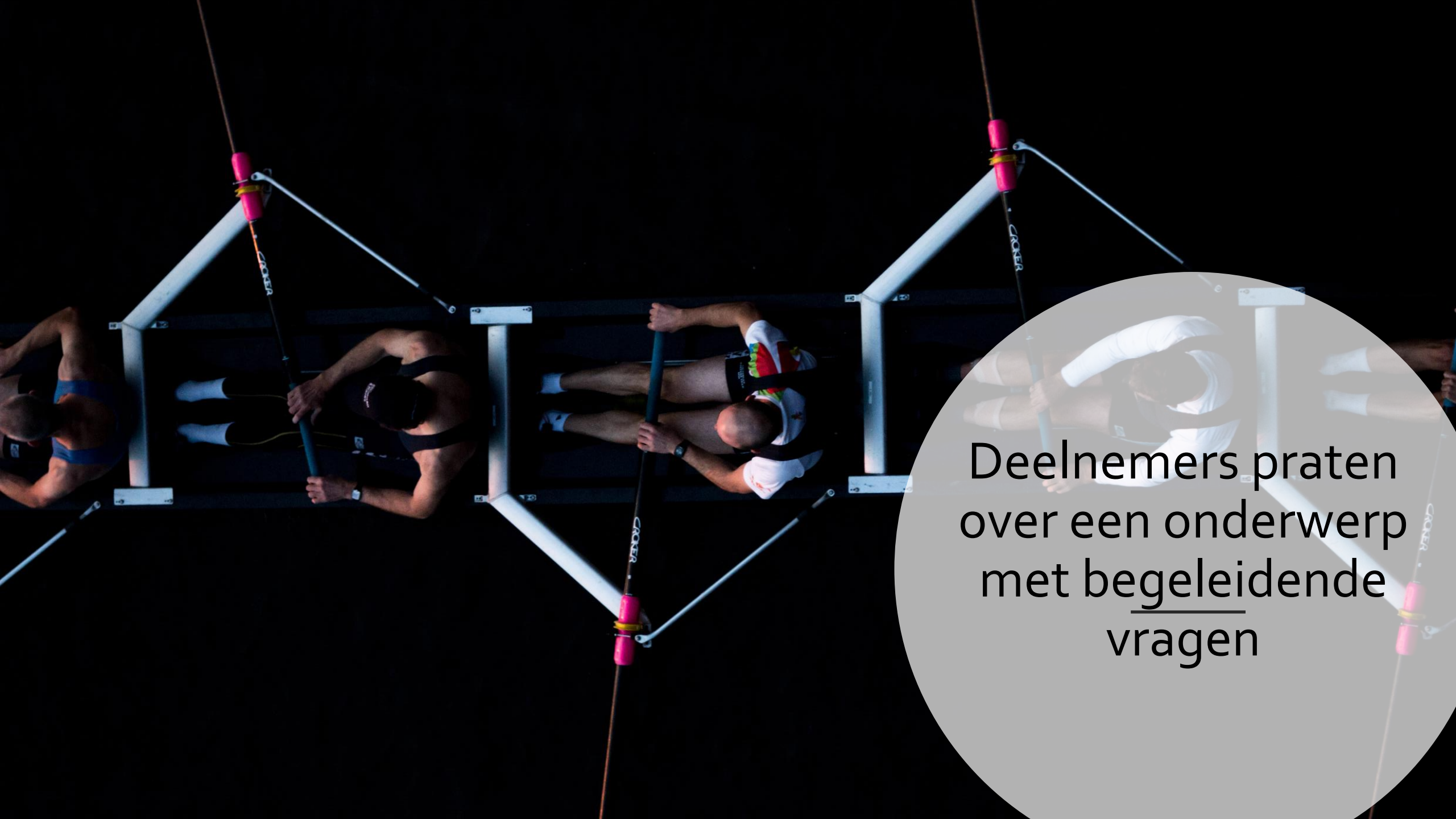
\*

Panelgesprek rond de opportuniteiten en knelpunten van  
koffiegruis

\*

**Matchmaking & netwerking**





Deelnemers praten  
over een onderwerp  
met begeleidende  
vragen

## De ene regel

### De wet van de twee voeten

"Als je je op enig moment in een situatie bevindt waar je niets leert of bijdraagt: ga ergens anders heen"



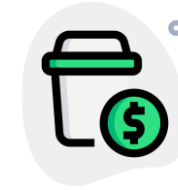
# Agenda aan de discussietafels

1. Doe een tour de table
2. Duid de gastheer van de discussietafel aan die heel de discussie zal volgen
3. Discussieer en leer
4. Formuleer & noteer de key takeaways

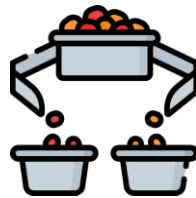
# De verschillende discussietafels



Koffiegruis apart inzamelen, is het sop de kolen waard?



Hergebruik van koffiegruis, heeft dit louter zin vanuit het oogpunt van sensibilisering omtrent circulaire economie of zit er ook echt business in?



Moeten koffieproducenten de verantwoordelijkheid opnemen voor het afval van hun eigen product?



Zit de klant (B2B en B2C) wel te wachten op koffiegruisgebaseerde producten?




Werkt het beleid nu mee of eerder tegen aan het hergebruik van koffiegruis?

# Bedankt voor jullie aandacht!

Kom nog meer te weten over het hergebruik van koffiegruis in het eindrapport

## DE POWER VAN KOFFIEGRUIS

SAMENWERKINGEN VOOR CIRCULAIRE OPLOSSINGEN



Hoe zit de koffiegrijsketen in elkaar en hoe kunnen we die meer circulair maken?

Hoe kunnen we koffiegrijs hoogwaardig valoriseren?

Wat is de milieu-impact van de hoogwaardige valorisatie van koffiegrijs?

10 leerlessen rond het hergebruik van koffiegrijs.

Eindrapport van het begeleidingstraject "Op weg naar vernieuwende oplossingen voor het hergebruik van koffie" (2019-2021) door Möbius in opdracht van de Koning Boudewijnstichting, Fevia en Koffiecafe

## LA FORCE DU MARC DE CAFÉ

COLLABORER POUR DES SOLUTIONS CIRCULAIRES



Comment fonctionne la chaîne du marc de café et comment la rendre plus circulaire ?

Comment valoriser au mieux le marc de café ?

Quel est l'impact environnemental de la valorisation qualitative du marc de café ?

10 apprentissages sur la valorisation du marc de café

Rapport final du parcours d'accompagnement « Vers des solutions innovantes pour la valorisation du café » (2019-2021) par Möbius pour le compte de la Fondation Roi Baudouin, Fevia et Koffiecafe

# Discussietafel 1

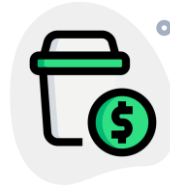


## Koffiegruis apart inzamelen, is het sop de kolen waard?

- **In welke mate wordt de CO<sub>2</sub>-winst als gevolg van de hoogwaardige valorisatie teniet gedaan door de extra logistieke bewegingen?**
  - Zijn er verschillen al naargelang van de gekozen valorisatieroute?
  - Kunnen we via LCA-analyses beter zicht krijgen op de CO<sub>2</sub> winst die kan geboekt worden met de verschillende valorisatieroutes en vervolgens ook op de transportafstanden die hier dan mogen tegenover staan?
- **Hoe kunnen we de kosten en milieu-impact die gepaard gaat met het transport verlagen?**
  - Wat zijn mogelijke innovaties die de kosten en/of milieu-impact kunnen beperken?
    - Bv.: Innovatieve recipiënten (of andere innovaties) die de houdbaarheid van het koffiegruis ten goede komen en de benodigde ophaalfrequentie kunnen doen zakken
      - Wat is ervoor nodig om dit te implementeren?
    - Welke andere innovaties zijn er nog mogelijk?
  - Wat zijn mogelijke logistieke oplossingen om de kosten en milieu-impact te verlagen?
    - Bv. Bundelen van stromen voor ophaling en transport, drop-off points die toelaten dat voortbrengers van koffiegruis zelf de 'first mile' voor hun rekening nemen, combineren van leveren van koffie met ophalen van koffiegruis, keuze voor vervoersmiddelen met een lage milieu-impact, etc.
      - Wat zijn de voor- en nadelen van elke piste?
      - Wat zijn hierbij eventuele barrières in de wetgeving (afval, voedselveiligheid)?



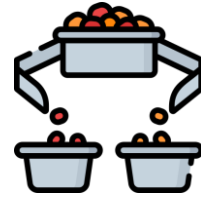
# Discussietafel 2



**Hergebruik van koffiegruis, heeft dit louter zin vanuit het oogpunt van sensibilisering omtrent circulaire economie of zit er ook echt business in?**

- **Hoe krijg je de business case rond van de valorisatie van koffiegruis?**
  - Zit de oplossing in opschaling (grotere volumes) of juist in het focussen op een hyperlokale, kleinschalige model?
  - Is het komen tot een sluitende business case voor de éne valorisatieroute gemakkelijker dan voor de andere?
  - Hoe kan samenwerking met de sociale economie helpen om de business case rond te krijgen?
  - Wat is er nog nodig om de business case voor koffiegruis gemakkelijker rond te krijgen?
- **Hoe kunnen we ervoor zorgen dat (startende) bedrijven die inzetten op koffiegruis valorisatie minder subsidie-afhankelijk worden?**
  - Wat zijn andere financieringskanalen (bv. ook risico-kapitaal, crowdlending...)?
  - Zit er muziek in corporate venturing? (Bij corporate venturing koopt een gevestigd bedrijf zich in in een innovatieve start-up of gaan ze een structurele samenwerking aan.)

# Discussietafel 3



**Moeten koffieproducenten de verantwoordelijkheid opnemen voor het afval van hun eigen product?**

- **Hoe kunnen koffieproducenten concreet een rol gaan vervullen in de inzameling en verwerking van koffiegruis?**
  - Welke samenwerkingen (bv. met afvalverwerkers) zijn hiervoor nodig?
- **Wat zijn de voordelen (op korte of lange termijn, direct of indirect) voor koffieproducenten om zelf een rol op te nemen in de inzameling en verwerking van koffiegruis?**
  - Wat zijn de obstakels?
  - Zal dit er spontaan van komen of is er wetgeving voor nodig (zoals voor andere stromen zoals verpakkingen)?
  - Hoe kunnen (overheids)aanbestedingen ertoe bijdragen dat koffieproducenten meer gaan instaan voor koffiegruisinzameling- en verwerking?

# Discussietafel 4



## Zit de klant (B2B en B2C) wel te wachten op koffiegruisgebaseerde producten?

- **In welke mate is er een afzetmarkt voor koffiegruisgebaseerde producten?**
  - Zit het potentieel vooral in de B2C of de B2B markt?
  - Is er een verschil tussen de verschillende soorten koffiegruisgebaseerde producten? (bv. koffiegruisgebaseerde zepen vs. oesterzwammen)
- **In welke mate willen consumenten een premium prijs bepalen voor koffiegruisgebaseerde producten?**
  - Hoe kunnen we consumenten bewust maken van de voordelen van koffiegruisgebaseerde producten?
  - Wat zijn eventuele andere verkoopsargumenten (bv. natuurlijk), andere dan het circulaire karakter?
- **Zien we brood in 'cross-selling'?**
  - Moeten verschillende aanbieders van koffiegruisgebaseerde producten gaan samenwerken en hun producten aanbieden in gedeelde (online) winkels en/of de krachten bundelen met verkopers van andere duurzame/circulaire producten?

# Discussietafel 5



Werkt het beleid nu mee of eerder tegen aan het hergebruik van koffiegruis?

- Welke wetgevende drempels bestaan er vandaag voor het hergebruik van koffiegruis?
  - Welke acties kan het beleid nemen om deze drempels weg te nemen?
  - Is er een verschil tussen de verschillende valorisatiemogelijkheden van koffiegruis?