



Our Company & Approach to
Fairness in Coffee Sourcing

Java Mission

- **Java Coffee Company (JCC)** seeks to be the best coffee roaster in Poland. We focus on providing fresh roasted coffee, coffee-complimentary products, and coffee-education, to the HoReCa & Retail sector. The following principles will guide our interaction and decisions:
 - We must:
 - Respect each other and align our goals with the company's goals. Private agendas do not drive our business and we work with an „I can help” attitude.
 - Understand that our customers pay us to be the best at what we do, so we should not disappoint them. Helping them to become better, helps us to become better, and facilitates trust.
 - **Treat our suppliers with respect, as we want our clients to treat us, building relationships that help us prosper. This includes coffee growers and the goal to ultimately source all coffees from known sources at a fair price.**
 - Seek to be profitable, so that we can grow to offer each of us opportunities and offer our shareholders a return on their inve



VespaCaffe

- Full service cafe that keeps us in touch with our client's needs
- A place to test new products – coffees, teas, labels (organic, FLO-FAIRTRADE (F-FT), etc.)
- Educate consumers about coffee
 - LIMITED EDITIONS (story coffees) program
 - Launching YouBean.pl





Sourcing – Our Belief in
Relationships & Fair Trade

Commercial Market

- Generic names like Brazil Santos, Columbia Excelso
- Low price, plentiful supply
- Traceability limited, longer supply chain, less margin to go around
- Normally don't take into account „fairness” to the grower



FLO-FAIRTRADE

- Strongest option for smaller farmers and lesser developed regions
 - ie. Garden farmers of Ethiopia
- Additional security via minimum price guarantees and F-FT premiums that aid social, environmental & economic development
- Perhaps the best alternative to build awareness and loyalty to the concept of "fair"
- Trusting in the label and the process managed by FLO



Direct Relations

- No middle man, or chain optimized, all members have access to each other
- Prices agreed directly and volumes also
- Personal contact, sharing of knowledge, group cupping sessions, plantation visits
- Greatest integration of the chain, highest prices commanded, new innovative products (ex: Cup of Excellence)

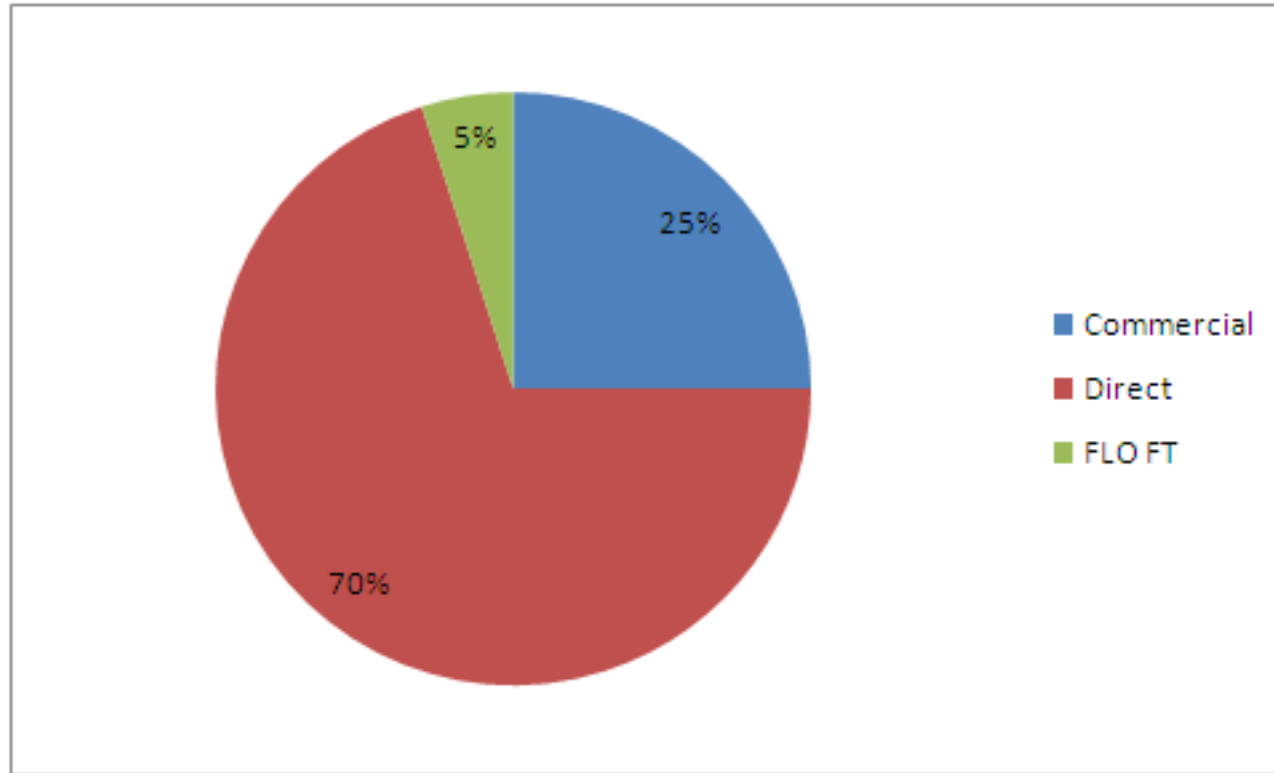


Sourcing Numbers

- Java Sourcing:
 - Commercial, 40% (down from 50%, a year ago)
 - most of Polish market
 - Direct, 59%
 - direct contact with some producers
 - F-FT, 1% (certified FEB 2009)
- Pricing (estimates based on our experience):
 - Commercial = x
 - Direct = x + <premium of 50% or higher>
 - FAIRTRADE = x + <25-50%> & Fairtrade Fees



Expected Sourcing 2011



* Plan is to have 100% Direct Source or FLO FT by 2014.





Building Awareness & Gaining
Acceptance

Consumers

- Profile: Price-sensitive, "does it really work?"
- Education at point-of-sale, and in general
 - Worth noting: after a year we only have 3 F-FT clients. More interest in "story coffees".
- Conscious choice, otherwise "coffee is coffee" to most consumers
- The consumer demand must be created to make the system work. Education and good stories are key.



Pierwsza w Polsce świeżo palona kawa FAIRTRADE

Filiżanka kawy Fairtrade to nie tylko niezapomniane wrażenia smakowe, ale i pewność, że godnie i sprawiedliwie wynagrodzeni zostali farmerzy odpowiedzialni za jakość ziaren. Z dumą prezentujemy pierwszą kawę Fairtrade Java Coffee Company. Odpowiednio skomponowane ziarna tworzą mieszankę o zdecydowanym charakterze, pełną soczystych cytrusów, orzeźwiająca, a zarazem delikatna.

Co to jest FAIRTRADE?

Fairtrade (Sprawiedliwy Handel) to partnerstwo w handlu oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, oferując lepsze warunki handlowe i broniąc praw marginalizowanych producentów i pracowników Globalnego Południa.

Co oznacza logo FAIRTRADE na opakowaniach?

Znak FAIRTRADE na opakowaniu oznacza, że farmerzy otrzymują sprawiedliwą cenę za swój produkt, a pracownicy uczciwe wynagrodzenie za wykonaną pracę. Godziwa cena pomaga wielu producentom walczyć z biedą, a ich sytuacja materialna ulega znacznej poprawie. Po więcej informacji wejdź na stronę: www.info.fairtrade.net

Na temat ruchu Fairtrade - Sprawiedliwy Handel w Polsce, przeczytasz na stronie www.fairtrade.org.pl

Chcesz wiedzieć więcej?

Jeśli jesteś zainteresowany kawą i innymi produktami z certyfikatem Fairtrade zapraszamy na

www.javacoffee.pl



Zapytaj nas o kawę
z certyfikatem
Fairtrade



Cup of Excellence Lot #10 Guatemala El Socorro Y Anexos

Kraj: Gwatemala
Farma: El Socorro Y Anexos
Odmiana: Pacamara, Caturra
Proces: Metoda na sucho
Miasto: Palencia, Gwatemala
Wysokość: 1829 metrów n.p.m.
Wynik punktowy międzynarodowego jury: 88,08
Miejsce: 10

Opis farmy

Farma El Socorro położona jest w Palenci, jednej z gmin w Gwatemali, 50km od miasta o nazwie Guatemala.

Właścicielami farmy od 4 pokoleń jest rodzina de la Cerda. Obecnie zarządcami są Pan Juan i jego syn Juan Diego de la Cerda.

Na farmie znajduje się nowoczesny ekologiczny mokry młyn, który na sucho usuwa miąższ, a następnie przy pomocy wody mechanicznie transportuje kawę. Kawa suszona jest na patkach.

W 2007 roku, kawa z plantacji zajęła pierwsze miejsce w programie Cup of Excellence z wynikiem 93,6 punktu. Natomiast w 2008 roku – miejsce 4 i 89,6 punktu.

Farma posiada certyfikaty Rainforest Alliance i C.A.F.E.

Profil smaku

Aromat/Smak – karmel, migdał, brzoskwinia, morela, czekolada, kwiaty, słód, klon, mango, orzech;
Kwaskowość – łagodna, delikatna, jabłkowa, wytrawny wermut;
Akcenty – elegancki, jedwabisty, zrównoważony, soczysty, kremowy.

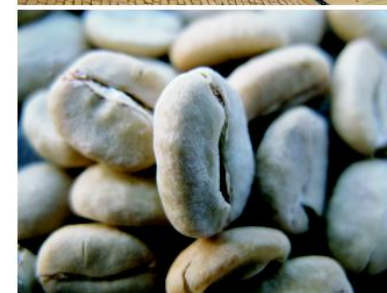
Co to jest Cup of Excellence

Nagroda Cup of Excellence, to najbardziej prestiżowa nagroda na całym świecie, otrzymywana jest podczas wyjątkowego konkursu, w którym ocenia się w danym roku kawę z różnych krajów.

Smak, aromat i wszelkie właściwości organoleptyczne, oceniane są przez grupę międzynarodowych sędziów „cup tasterów”, podczas co najmniej 5 rund – tak aby wynik nie był dziełem przypadku.

Do kolejnych etapów przechodzą tylko te kawy, które konsekwentnie oceniane są najwyżej. Kawy, które otrzymają min. 84 punkty, klasyfikowane są do prestiżowego tytułu Cup of Excellence i sprzedawane są po zawrotnych cenach na aukcjach międzynarodowych – tylko najwyżej licytującym.

Kawy Cup of Excellence są wyjątkowo rzadko spotykane i występują w relatywnie małych ilościach.



Retailers

- Profile: price-sensitive, "nobody believes", support
- Lowest price doesn't always compute to greatest return on investment
- OPPORTUNITY is that F-FT labeled (also Organic, Specialty, etc.) coffees can sell more volume, command a higher price, and promote a worthy cause
- We can all agree that such an offering would not hurt sales, but very possibly could help.



Suppliers / Wholesalers

- Profile: Similar to retailers
- Trends in the West show growth in consumption of certified coffee.
- Treat suppliers (supply chain) like you want to be treated
- Be an educator, builds trust, differentiates
 - Who wouldn't care if they knew more about it





Quote of the Day

„True sustainability is achieved when an importer transcends the role of buyer to become a relationship builder, communicator of taste, marketing advisor, and story teller.”

David Stonehill, Kogod School of Business





Thank You for your attention

www.javacoffee.pl

www.javacoffeblog.pl