

UPDATE!

FAIR TRADE
ORIGINAL
IN 2016



nieuwe
kansen



‘Denk jij na
over de mensen
achter jouw
eten?’

INHOUD

- 04** **Voorwoord:** In onze Aziatische producten zitten vijf vaste ingrediënten die alles zeggen over onze aanpak, onze uitdagingen en ambities.
- 06** **1. Onze droom:** Om onze droom werkelijkheid te maken, ontwikkelen wij Original Chains en meten de impact van ons werk.
- 10** **2. Eerlijke lokale ketens:** Rijstnoedels uit Thailand, fairtrade boeren in Indonesië: we ontwikkelen voortdurend nieuwe handelsketens en producten.
- 16** **3. Klimaat:** Fairtrade boeren zijn kwetsbaar als het gaat om klimaat. Het voorkomen van klimaatverandering maakt daarom deel uit van onze werkwijze.
- 18** **4. Overall, voor iedereen:** Door producten te ontwikkelen en verbeteren en meer plek op het winkelschap te veroveren, bereiken we steeds meer mensen.
- 26** **5. Bijzondere ontmoetingen:** Felice: 'Mijn bezoek aan Thailand is voor mij een bevestiging wat voor uniek verhaal we te vertellen hebben'.
- 28** **6. Optimistisch over de toekomst:** Eerlijke handel in Indonesië. Biologische teelt in Thailand. De toekomst wordt steeds eerlijker.
- 30** **7. Ons team:** We willen kunnen voldoen aan de snel wisselende verwachtingen van klanten en consumenten.
- 32** **8. Ghanese sinaasappels:** Met de opbouw van een sterke sinaasappelketen in Ghana helpen we citrusboeren te werken aan een renderend boerenbedrijf.
- 36** **9. Goeie vraag!** Vijf vragen over ons sinaasappelsap. Natuurlijk met de antwoorden erbij.
- 38** **10. Onze cijfers:** We sloten 2016 af met een positief resultaat, dat we investeren in ons werk en bij onze handelspartners.

colofon

FAIR TRADE ORIGINAL IN 2016

Fair Trade Original
Multatulilaan 12
4103 NM Culemborg
T: 0345 54 51 51
E: info@fairtrade.nl
www.fairtrade.nl

OPMAAK Studio Bassa

TEKST
Fair Trade Original
2 in beweging

FOTO'S

Hugh Sitton p 1
Micky Wiswedel p 2
Remko Kraaijveld p 5, 9, 13, 27, 28, 40
Aleide Tomson p 6, 10, 15
Sjoerd Eickmans p 16, 18, 19, 20
Blauw Gras p 22
Cynthia Brandwijk p 25
Suzanne Klaver p 30
Bastiaan Musscher p 31
Fair Trade Original

VOORWOORD

Onze vijf ingrediënten smaken naar meer

Dagelijks hebben wij contact met veel consumenten. Over de smaak van onze kokosmelk, curries en andere producten van ons Aziatisch culinaire assortiment krijgen we enorm veel positieve feedback. De producten zijn niet alleen lekker, de manier waarop ze gemaakt worden, is net zo bijzonder. Wij zeggen altijd dat deze producten uit vijf vaste ingrediënten bestaan. Zeg maar de Fair Trade Original receptuur. Ik neem ze met je door aan de hand van onze Thaise curries, woksauzen en sambals:

1 LOKAAL GEMAAKT

Thuis bij de vier Thaise broers Yo, Bo, Ball en Boy moet het vaak naar heerlijk eten hebben geroken. Hun moeder is namelijk een begaafd thuiskok die homemade curries, woksauzen en sambals is gaan verkopen. Dit werd een doorstaand succes en de vier broers hebben het idee van hun moeder verder uitgebouwd. Toen wij van Fair Trade Original kennismaakten met de Thaise producten van de vier broers, wisten we het meteen: echt lekker Thais eten wordt lokaal gemaakt.

2 VOOR DE BOER

Als je het aan onze Thaise boerinnen Orapin en Orachan vraagt, is boerin zijn het mooiste beroep van de wereld. Als boerin kweken zij groenten en specerijen met wat de natuur je gegeven heeft: aarde, zon en water. Een mooi, maar ook een zwaar beroep. Het werk wordt grotendeels met de hand gedaan in de warme zon en het inkomen van Thaise boeren is laag. Onze boeren verdienen een betere beloning.

3 MET ELKAAR

Orapin en Orchan zijn onderdeel van een boerengroep. Zij werken op een manier samen waar wij veel van kunnen leren. Eerst helpt Orapin oogsten bij de burens, daarna helpen de burens haar. Door samen te werken in plaats van elkaar te beconcurreren, kan je veel bereiken en zijn er aan het einde enkel winnaars.



Bert in Ghana: 'We zien de positieve effecten van onze eerlijke aanpak overal om ons heen.'

4 VERTROUWEN IN DE TOEKOMST

In 2012 gingen de boeren van Sisaket met z'n 15-en het avontuur aan. Inmiddels zijn de dagelijkse zorgen over een onzekere afzet en wisselende marktprijzen verdwenen. De groep bestaat nu uit 55 boeren en ze voeren samen het gesprek over de toekomst.

5 FOR PEOPLE NOT FOR PROFIT

Fair Trade Original maakt producten om de wensen van mensen in vervulling te laten gaan. Dat geldt voor de boer die droomt van een kansrijke toekomst tot en met de consument die het lekkere wil combineren met het goede.

Deze ingrediënten vind je terug in steeds meer producten van ons assortiment. In de Update! lees je meer over onze aanpak, de resultaten, onze uitdagingen en ambities.

Bert Jongtsma, directeur

BEDANKT!

In deze Update! over 2016 kijken we terug op het afgelopen jaar én we laten diverse stakeholders aan het woord over hun ervaringen met Fair Trade Original. Dat levert een mooi beeld op vanuit verschillende perspectieven: Marit, Commercieel Directeur van Albert Heijn; Kim, hagelslagfan; Pablo, veganist; Margreet, voorzitter van onze raad van toezicht; Charlotte, sinaasappelboerin in Ghana. Graag wil ik jullie allemaal bedanken voor je bijdrage aan deze Update!



1. ONZE DROOM



ONZE DROOM

Van boer tot consument is handel eerlijk en transparant.

ONS AANDEEL

Door het ontwikkelen van lokale handelsketens maken wij eerlijk eten en drinken bereikbaar voor iedereen.

ONZE AMBITIE

- meer fairtrade producten in de winkel
- kansen creëren voor boeren en werknemers
- meer toegevoegde waarde in het land van herkomst
- transparante internationale handelsketens
- andere merken en de handel prikkelen om invulling te geven aan fairtrade
- consumenten betrekken bij onze missie

ONZE DRIJFVEER

Sinds onze oprichting in 1959 bestrijden wij armoede onder producenten in ontwikkelingslanden. De afgelopen decennia is de armoede in deze landen sterk afgenomen maar nog steeds leeft 70% van de armen op het platteland. Nu de wereldleiders hebben afgesproken voor het jaar 2030 armoede te willen uitbannen, spelen boeren daarbij een belangrijke rol. Onze bijdrage bestaat eruit dat we juist hen willen helpen aan een beter bestaan.

WAT IS HET PROBLEEM?

Miljoenen kleinschalige boeren in ontwikkelingslanden verbouwen ingrediënten voor ons dagelijks eten en drinken. Maar als zij hun producten willen verkopen op de internationale markt, trekken ze door gebrek aan kennis en middelen aan het kortste eind.

Meestal leveren boeren in ontwikkelingslanden de ingrediënten voor ons eten en drinken; het eindproduct wordt hier gemaakt. De toegevoegde waarde (het prijsverschil tussen ingrediënt en eindproduct) gaat grotendeels naar een kleine groep handelaren en fabrikanten. Zij hebben in het internationale handelsverkeer een ongekend sterke positie.

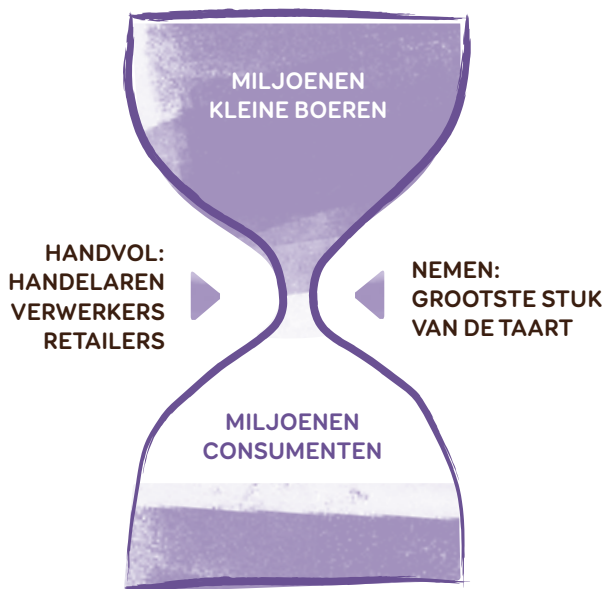
Consumenten hebben slecht of geen zicht op de herkomst van hun producten. Waar komen de ingrediënten vandaan, welke weg leggen ze af, welke partijen zijn betrokken bij de productie en de handel? Dit belemmert mensen om bewuste keuzes te maken in hun koopgedrag.

ONS ALTERNATIEF

Wij werken samen met lokale ondernemers in ontwikkelingslanden: kleinschalige fabrieken die levensmiddelen produceren. Wij betalen een eerlijke prijs voor de ingrediënten van boeren en voor de verwerking daarvan tot gereed product.

De lokale ondernemers waarmee wij samenwerken, kiezen voor het sociaal ondernemerschap, treden op als onze lokale ambassadeur en vormen een onmisbare schakel met de boeren die fairtrade ingrediënten verbouwen. Doordat wij direct zaken doen met lokale boeren en ondernemers, bouwen wij een sterke persoonlijke band met hen op en werken samen aan sociale impact. Bovendien blijft een veel groter deel van de toegevoegde waarde achter in het land van herkomst.

Consumenten als jij hebben het laatste woord. Door te kiezen voor maatschappelijk verantwoorde producten, geef je een stem aan kleine boeren in ontwikkelingslanden. En maak jij, samen met vele anderen, het verschil. Dit noemen wij de Original Chain.



SOCIALE IMPACT

Door fairtrade ingrediënten van boeren in het land van herkomst tot gereed product te laten verwerken, wordt er lokaal meer impact gemaakt. Als vervolgens de verwerker de producten succesvol kan exporteren, vergroot dit de afzet van de boeren en daarmee de sociale impact in de boerengezinnen. Inmiddels wordt 37% van de door ons verkochte producten volgens deze Original Chain methode gemaakt. Dit aandeel willen we elk jaar laten groeien om zo de welvaart in de landen van herkomst te doen toenemen.

'IK BEN BLIJ DAT IK KAN GEVEN'

In 2016 heeft Avance Impact, met medefinanciering van Max Havelaar en MVO Nederland, onderzoek gedaan naar onze sociale impact in drie door ons opgezette Original Chains:

1 in Thailand bij Sisaket Fairtrade Farmer Group en KRS Spicy Food, leveranciers van curries, (wok)sauzen en sambal. Hierover lees je alles in de Update! Azië op www.fairtrade.nl/publicaties.

2 in Ghana bij de keten voor het sinaasappelconcentraat (zie ook pagina 32 en volgende). De impactstudie bevestigt dat de citrusboeren toegang hebben gekregen tot de internationale markt door hun verkoop van fairtrade sinaasappels aan een lokale verwerker (Pinora) die de sinaasappels verwerkt tot sinaasappelsapconcentraat. Door samenwerking met Fair Trade Original kunnen de boeren deelnemen aan trainingsprogramma's waarin zij betere landbouwmethoden leren toepassen. Zij hebben eenvoudiger toegang gekregen tot kunstmest en minder schadelijke middelen om ongedierte te bestrijden.



Het verhaal van Nipalin

Nipalin oogstte haar eerste ananas op de boerderij van haar ouders toen ze 13 was. Intussen is ze 44 jaar. Ze leerde het vak van haar ouders, maar zij hadden slechts een oogst van november tot februari. Door planmatiger te werk te gaan, heeft Nipalin nu meerdere oogsten door het jaar heen. Nipalin heeft geleerd met minder hulpmiddelen als mest toch een hogere opbrengst te bereiken: 'Door de betere planning heeft het fruit op het juiste moment de goede grootte. Het fruit is bovendien rijper. Door dit alles kan ik meer onder fairtrade voorwaarden verkopen.'



Dit komt de oogst ten goede, zowel kwalitatief als kwantitatief. De boeren zijn Fairtrade gecertificeerd en krijgen een fors hogere prijs voor hun sinaasappelen.

3 in Thailand bij Fairtrade Pineapple Growers Group en Samroiody Corporation, leveranciers van ananas en mango in blik en sapconcentraat. Fair Trade Original staat aan de bakermat van deze keten en heeft zowel de boeren georganiseerd en ondersteund in de fairtrade principes als de fabriek geholpen in haar startperiode als fairtrade producent. De belangrijkste uitkomsten van de impactstudie: Samroiody Corporation is de verwerker van de ananas en mango en exporteur van de conserven en het ananasconcentraat. Dankzij de Fairtrade certificering hebben zij een onderscheidende propositie. Door deelname aan internationale voedselbeurzen en een uitstekend exportmanagement weet het bedrijf de fairtrade troef goed naar voren te brengen. Ze hebben intussen klanten in Duitsland, Zwitserland, Oostenrijk en Italië. De toegenomen internationale vraag naar het fairtrade fruit zorgt voor extra omzet voor de verwerker en premie-inkomsten voor de boeren. De boerengroep, die zowel fairtrade ananas als mango verbouwt, is gegroeid van 20 naar 58 boeren en geprofessionaliseerd. Dankzij de ontwikkelingspremie heeft de groep twee administratieve krachten en verleent specifieke diensten aan de leden. Zo werken de boeren via trainingen en andere voorzieningen eraan beter bestand te raken tegen klimaatveranderingen zoals droogte. In dit opzicht hebben ze een voorsprong op niet-fairtrade boeren. Zelf zeggen de boeren dat ze door de samenwerking in de fairtrade groep bewuster omgaan met hun gezondheid, een betere blik op de wereld hebben dankzij de studiereizen, binnen de boerengemeenschap bij meer mensen terecht kunnen voor advies en trots zijn dat ze deel uit maken van een organisatie die bijdraagt aan de gemeenschap als geheel. Zoals een boer zei: 'Ik ben blij dat ik kan geven'.

2. EERLIJKE LOKALE KETENS



In 2016 hebben we nieuwe handelsketens opgezet en bestaande ketens versterkt. Lees hier wat de belangrijkste stappen waren.

NIEUWE PRODUCTEN

Samen met Thaise fairtrade rijstboeren en een lokale verwerker zijn we erin geslaagd rijstnoedels te ontwikkelen. Voor rijstnoedels is een specifieke soort rijst nodig, die in een ander seizoen groeit en op een ander moment wordt geoogst dan de reguliere Pandanrijst. Dit betekent voor de rijstboeren van Nam Om een tweede oogst en daarmee meer inkomen en fairtrade ontwikkelingspremie. De noedels worden ter plekke geproduceerd door de fabriek President Rice. Onze Thaise partner KRS Spicy Food exporteert de noedels naar Nederland. Daarnaast ontwikkelden we in Sri Lanka twee nieuwe kruidenpasta's: Korma en Tandoori. De groenten en specerijen worden lokaal verbouwd. Wij helpen de boeren zich beter te organiseren zodat zij hun kennis over goede landbouwmethoden kunnen delen. De receptuur werken we uit met de lokale verwerker Ma's Tropical Foods.

FAIRTRADE GECERTIFICEERD

Onze producten dragen het Fairtrade keurmerk van Max Havelaar of (in een paar gevallen) het Fair For Life keurmerk. Deze keurmerken richten zich hoofdzakelijk op boeren of werknemers van plantages. Een aantal van onze lokale verwerkers laat zich door een onafhankelijke certificeringsorganisatie op sociale arbeidsomstandigheden voor hun werknemers controleren. De Fairtrade certificering van de hagelslag en vlokken in 2016 betekent een mijlpaal. Na een jarenlange zoektocht slagen we erin fairtrade rietsuiker aan deze producten toe te voegen. Daarmee maken wij als eerste en enige merk voor dit strooisel gebruik van fairtrade cacao én rietsuiker. De Korma en Tandoori kruidenpasta's dragen bij introductie in 2016 nog niet het Fairtrade keurmerk. Om de boeren te stimuleren in hun overgang naar de fairtrade werkwijze, willen we de introductie niet onnodig lang uitstellen. In de periode voor de officiële certificering (die rond kwam in 2017) betalen we hen alvast de ontwikkelingspremie.

Meer investeren in de groei van fairness

Onze uitgaven aan fairtrade ontwikkelingspremies, directe ondersteuning van onze handelspartners en licentie fee aan Max Havelaar bedragen in 2016 € 1.000.000 (7% van de netto omzet). Via groei van onze handelsactiviteiten werken we aan groei van onze investeringen in de ontwikkeling van onze handelspartners.

LOKALE HANDELSKETENS

Het liefst laten wij onze producten lokaal verwerken. Elf lokale verwerkers, veelal in Azië, maken in totaal 40 producten voor ons (2016: 37% van de omzet). Het succes van veel van deze producten maakt dat we kansen zien tot uitbreiding bij onze leveranciers en op zoek gaan naar nieuwe bronnen. Zo vinden we een tweede - extra - ananasketen (boeren en verwerker) en werken we bij de boeren van Sisaket - chilipepers en groenten voor onze Thaise curries en (wok)sauzen - aan verhoging van de productie. Als lokaal verwerken niet mogelijk is, kopen we de fairtrade ingrediënten zelf in (2016: 4% van de omzet) voor verwerking in Europa of werken we met een importeur die dat onder onze regie doet (2016: 36% van de omzet, voornamelijk koffie). Als het echt niet anders kan, laten wij onze leverancier de fairtrade ingrediënten inkopen (2016: 23% van de omzet).

PERSOONLIJKE RELATIES

In 2016 viert Ma's Tropical Foods in Sri Lanka haar 30-jarig bestaan. Wij doen al meer dan 20 jaar zaken met deze leverancier van kokosmelk en de nieuwe Korma en Tandoori kruidenpasta's. Samen werken we intensief aan de empowerment van de boeren, die zich hebben verenigd in de organisatie SAFENet. Ter ere van het jubileum reiken we een cheque van € 5.000 uit aan de boeren die kruiden en specerijen verbouwen voor de kruidenpasta's. Zij gebruiken dit om enkele prioriteiten in hun ontwikkelingsplan aan te pakken: de aanleg van water-afvoergoten ten behoeve van bodembehoud en de productie van compost.

VOEDSELVEILIGHEID

Wij verlangen van onze verwerkers in ontwikkelingslanden dat zij voldoen aan een voedselveiligheidssysteem dat door GFSI (Global Food Safety Initiative) is geaccrediteerd. Bij het implementeren en verbeteren van hun kwaliteitssysteem bieden wij hen ondersteuning. Naar aanleiding van een recall in 2016 zijn de kwaliteitscontroles bij een van de leveranciers van onze kokosmelk verbeterd.



NIEUWE BOEREN TOEGANG GEVEN TOT FAIRTRADE

Het ontwikkelen van lokale ketens is een kwestie van een lange adem. De introductie van de hierboven genoemde rijstnoedels vereist in 2016 een intensieve betrokkenheid van onze Development Manager bij de opzet van een complexe keten. De specifiek benodigde longgrain rijst - met een hoog amylose gehalte - moet ver vooruit aangekocht worden. Na de oogst moet de rijst een aantal maanden rusten om zich tot een geschikte grondstof voor de rijstnoedels te ontwikkelen. Dit vergt in de aanloop van alle partijen een lange termijn commitment, nog voordat de eerste concrete handel plaats vindt. Daarnaast maken we in 2016 een begin met het ontwikkelen van een nieuwe keten in Indonesië. De producten worden begin 2018 verwacht. Soms is het opzetten van een nieuwe handelsketen moeilijker dan gedacht. Onze zoektocht in Cambodja naar boeren die fairtrade en biologische rijst aan ons kunnen leveren, hebben we gestaakt. De overall marktkansen voor de betrokken boeren blijken onvoldoende groot.

MEER TRANSPARANTIE EN TRACEERBAARHEID

Als we fairtrade ingrediënten in Nederland of Europa laten verwerken, dan vervullen we de rol van ketenregisseur. Bij de ontwikkeling van deze handelsketens treden we in overleg met de verwerker om afspraken te maken over de herkomst van de fairtrade ingrediënten en hun samenwerking met de boeren. We willen een vinger aan de pols kunnen houden door onder andere over fairtrade inspectierapporten te beschikken en boerencoöperaties te bezoeken.

De internationale handel is niet altijd ingericht op traceerbaarheid van het ingrediënt tot in het eindproduct. Dit speelt in het bijzonder in de cacaosector. Het lukte ons jarenlang niet om onze fabrikant van hagelslag en vlokken zover te krijgen om de fairtrade cacao en rietsuiker traceerbaar te verwerken. Daarom stappen we in 2016 over naar een andere hagelslagfabriek, die dit wel kan. Omdat we zelf de fairtrade ingrediënten inkopen, kunnen we zelf bepalen met welke cacaoöperatie we gaan samenwerken. Als een nieuwe samenwerking is opgestart, kunnen we programma's ontwikkelen voor boeren die - net als de cacaosector als geheel - kampen met problemen rond lage productiviteit, klimaatverandering, genderongelijkheid, kinderarbeid en gebrek aan ondernemerschap. Wij denken bovendien dat de herkomst van de cacao beter te volgen is als we in het land van herkomst de bonen laten verwerken tot massa. Het onderzoek hiernaar is inmiddels in volle gang, in 2017 nemen we een besluit. De overstap naar een andere hagelslagfabriek betekent ook dat we naast fairtrade cacao nu gebruik maken van fairtrade rietsuiker, uit Mauritius.

Tegelijkertijd zijn we kritisch over niet-fairtrade ingrediënten waar risico's aan kunnen kleven. Zo hebben we ons er opnieuw van verzekerd dat de hazelnoten in onze hazelnootpasta voor ons - volgens het mass-balance principe - worden ingekocht in Spanje en niet in Turkije waar veel kinderarbeid in de pluk voorkomt.



NIEUWE ANANASKETEN

Fairtrade ananassen zijn een succes. Jarenlang is Samroyod Corporation de enige aanbieder van fairtrade ananas in blik en het ananasconcentraat. In nauwe medewerking met Samroyod is binnen vijf maanden een tweede keten ontstaan tussen Saming Foods en de Trat Pineapple Farmers Group. Zo geven we nieuwe boeren de kans om ook hun ananassen tegen een eerlijke prijs te verkopen.

REIZEN IN 2016

Om onze ambities bij de boeren en verwerkers waar te maken, reizen we in 2016 extra vaak. Al onze dienstreizen zijn klimaatneutraal. We compenseren met Gold Standard CO2 credits, zie ook pagina 16-17). Vooral onze twee development managers zijn veel op pad, soms vergezeld van collega's zoals een product manager, de kwaliteitsmedewerker en de directeur. Bij sommige partners gaan we vaker dan een

keer langs. In totaal gaat het om 18 bezoeken, variërend van enkele dagen tot ruim een week. Daarnaast is Avance Impact twee keer voor ons op reis geweest om impactmetingen te doen bij boeren en verwerkers en werken we nauw samen met lokale consultants die partijen in de keten regelmatig bezoeken en advies geven.

Land	Bezoek aan	Activiteiten
Ghana	<ol style="list-style-type: none"> 1. partners sinaasappelconcentraat 2. boerenorganisaties en producenten cacao 	<ol style="list-style-type: none"> 1. bespreken strategie/ voortgang ontwikkelingsprogramma/ overhandigen Jumbo truck/ uitvoering impactstudie 2. oriëntatie op nieuwe keten
India	partners noedels	voorbereiden boeren, tarwemolen en noedelproducent op Fair for Life inspectie; bespreken ontwikkelingen bij noedelproducent
Sri Lanka	<ol style="list-style-type: none"> 1. partners kokosmelk 2. partners Indiase kruidenpasta's 3. theeketen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. focus op voedselveiligheid, verbeterplan na recall kokosmelk, bezoeken met auditor 2. bespreken ontwikkelingsplannen met kruidenboeren 3. bezoek potentiële theeketen; onderzoeken samenwerkingsmogelijkheden
Thailand	<ol style="list-style-type: none"> 1. partners culinaire producten 2. partners rijstnoedels 3. partners nieuwe keten ananas in blik 4. partners cassavechips 5. rijst-, ananas- en kruidenboeren 	<ol style="list-style-type: none"> 1. voorbereiden impactstudie; bespreken Fairtrade compliance als voorbereiding op inspecties; opzetten studie productiekosten; bespreken groeiscenario en biologische potentie 2. bespreken productie Chainat rijst voor rijstnoedels in 2016 en 2017 in perspectief van groeiscenario; Fairtrade compliance boeren 3. uitvoering en voortgang Fairtrade certificering 2e bron ananas 4. bespreken proces FSSC22000 voedselveiligheid 5. met fotograaf en copywriter verhalen en beeldmateriaal verzamelen voor campagne ontmoetnzeboeren.nl
Cambodja	potentiële partners Jasmijnrijst Cambodja	analyse opties om met boeren en rijstmolen een biologische en Fairtrade keten te ontwikkelen
Mauritius	partners rietsuiker	bespreken Fairtrade compliance groei en ontwikkelingsplannen met boerencoöperaties; bespreken social audits suikerfabrieken; bespreking bij verpakker over reorganisatie en voedselveiligheid
Indonesië	partners in nieuwe keten Indonesische biologische en Fairtrade culinaire producten	bespreking Fairtrade en biologische trajecten bij boeren-organisaties; inzet lokale Fairtrade en biologische experts Assessment voedselveiligheid lokale verwerker



BELOFTE VOOR DE TOEKOMST

De leerlingen van de dorpsschool in Hakmana, in het zuiden van Sri Lanka, zijn onder andere de (klein)kinderen van onze kokosnootboeren. Het gebouw is met hulp van Jumbo supermarkten, Fair Trade Original en de ontwikkelingspremie twee jaar geleden prachtig opgeknapt. En dat is duidelijk te zien! De lichte klaslokalen, de computerruimte, de speeltoestellen buiten: alles ziet er fris en vrolijk uit. De kinderen zijn met zichtbaar plezier bezig aan de les over de voedingswaarde van verschillende groenten en fruit. Waarom is een banaan gezond en wat zit er in een kokosnoot? In het praktijklokaal staan hun klasgenootjes al smoothies te maken, die straks geproefd gaan worden. Sinds de opknopbeurt groeit de school en ontvangt dankzij de kwaliteit die ze biedt meer subsidie van de overheid. De ouders zijn blij met de verbeteringen op school. Ze zien goed onderwijs als een belofte voor de toekomst van hun kinderen. Net als ouders overal ter wereld dus.

3. KLIMAAT

Het voorkomen van klimaatverandering maakt deel uit van onze werkwijze. Boeren die de fairtrade ingrediënten voor onze producten leveren, behoren tot de meest kwetsbare groepen als het om klimaatverandering gaat: dit heeft een directe invloed op hun oogst.

Onze eigen bedrijfsactiviteiten en verpakkingen zijn via CO2 compensatie klimaatneutraal. Daarnaast werken we aan een vijfjarenplan om klimaatverandering tegen te gaan. Daarbij houden we rekening met de mate van invloed die wij kunnen uitoefenen op de activiteiten en stakeholders in onze handelsketens:

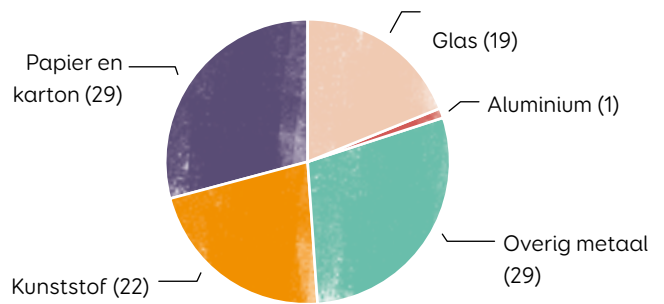
1. VERBOUWEN INGREDIËNTEN

De boeren die de ingrediënten voor onze producten verbouwen, werken volgens de fairtrade standaarden rond milieubeheer, voorkoming van en bescherming tegen klimaatverandering. Wij helpen nieuwe boeren het fairtrade certificaat te behalen via trainingen en begeleiding door lokale consultants.

2. PRODUCTIE

Met ingang van 2017 is ons gehele koffieassortiment klimaatneutraal. De CO2 uitstoot wordt van boon tot aan de winkel in kaart gebracht en gecompenseerd met Gold Standard CO2 credits. Met de verwerkers in de landen van herkomst willen we een joint business plan opstellen met aandacht voor hun klimaatprestaties. Het ontwikkelen van deze plannen was oorspronkelijk gepland voor 2016. Wij verwachten in 2017 met een aantal door ons geselecteerde lokale verwerkers aan de slag te gaan met CO2 reductieplannen.

Het verbruik van verpakkingsmateriaal in 2016: 455 ton CO2



3. VERPAKKEN

Onze verpakkingen zijn klimaatneutraal. Bij de keuze voor materialen staan voedselveiligheid en de kwaliteit van onze producten voorop. De meest gebruikte verpakkingsoorten binnen het huidige assortiment zijn glas, papier, karton en blik. In 2016 werd 540 ton materiaal gebruikt wat gelijk stond aan 455 ton CO2. De CO2 uitstoot daalde in vergelijking met 2015 met 11%. De totale CO2 uitstoot van de verpakkingen van de door ons verkochte producten compenseren we door de aankoop van Gold Standard CO2 credits.



Houtovens in Afrika

Met de aankoop van onze Gold Standard CO2 credits dragen we bij aan de verspreiding van mens- en milieuvriendelijke houtovens in Kenia, Tanzania en Oeganda. Deze ovens gebruiken zo'n 40% minder brandstof dan het traditionele koken op open vuur en hebben nauwelijks tot geen rookontwikkeling. Dit betekent minder CO2-uitstoot: een voordeel dat wordt omgezet in CO2-credits. De verkoop van de credits financiert het houtoven project.

4. TRANSPORT NAAR MAGAZIJN

Het vervoer van de ingrediënten en producten die wij of onze importeurs inkopen, vindt plaats over zee. Wij laten nooit producten invliegen. In 2017 brengen we de CO2 uitstoot van het zeetransport en het vervoer van de haven naar het magazijn in kaart en ontwikkelen we een plan om de uitstoot te verminderen.

5. OPSLAG EN VERVOER NAAR KLANT

De opslag en het vervoer van producten naar klanten hebben we uitbesteed aan Simon Loos B.V. Dit bedrijf is gespecialiseerd in het vervoeren van producten naar grote retailers en ontving in 2014 de Lean and Green Star Award voor het reduceren van de CO2-uitstoot met 20% in vijf jaar tijd.

6. VERKOOP AAN CONSUMENT

We hebben weinig invloed op het klimaatbeleid dat onze afnemers voeren. Wij informeren hen over ons klimaatbeleid en de maatregelen die wij nemen om onze klimaatprestaties te verbeteren.

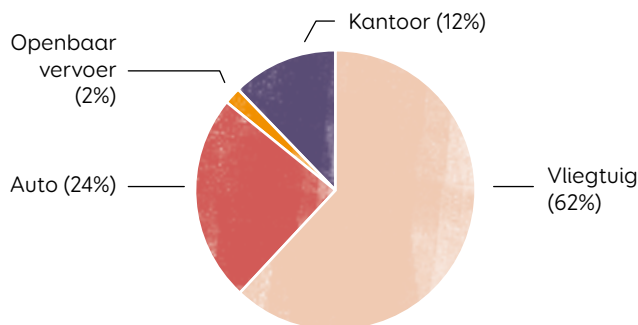
7. GEBRUIK PRODUCT

Op steeds meer verpakkingen vermelden we dat deze klimaatneutraal zijn en via welke afvalstroom (plastic, papier, overig) ze kunnen worden verwijderd. In onze nieuwsbrief en op Facebook geven we tips voor afvalverwerking en het voorkomen van voedselverspilling.

8. BEDRIJFSVOERING EN REIZEN

Wij werken in een klimaatneutraal kantoor en ook de dienstreizen die wij maken, zijn klimaatneutraal. De uitstoot die in 2016 vrij komt bij het werken op kantoor en het reizen bedraagt 130 ton CO2. In vergelijking met 2015 is dit een stijging van 106%. De door ons gemaakte vliegreizen zijn in 2016 goed voor 62% van de CO2 uitstoot die vrijkomt bij werken en reizen. We maken meer vliegreizen naar onze producenten: we begeleiden onze producenten intensiever bij de ontwikkeling van sterke handelsketens en hebben een drietal impactonderzoeken uitgevoerd. De CO2 uitstoot compenseren we door de aankoop van Gold Standard CO2 credits.

De CO2 die vrijkomt bij werken en reizen bedraagt in 2016 130 ton CO2.



4. OVERAL, VOOR IEDEREEN

Liefst zien we onze producten overal op het schap, toegankelijk voor iedereen. Door nieuwe producten te ontwikkelen, bereiken we steeds meer mensen. In Nederland én op het platteland van Azië, Afrika en Latijns-Amerika. Voor de boeren een beter leven en een betere toekomst, voor jou meer eerlijk eten op je bord.



Smaak. Gezondheid. Biologisch. Dat drijft ons naast de zoektocht naar fairtrade ingrediënten bij de verdere ontwikkeling van ons assortiment en optimalisatie van de bestaande producten. Waar mogelijk werken we zonder kunstmatige toevoegingen. Als dat vanwege houdbaarheid of smaak niet lukt, kiezen we voor het beste alternatief. Door op de verpakking heldere informatie te geven over de inhoud van een product, geven we consumenten de mogelijkheid bewuste keuzes in hun voeding te maken. In 2016 voegen we 12 nieuwe producten toe aan ons assortiment.

CULINAIR

De geurige smaak en de veelzijdige gebruiksmogelijkheden maken onze Rijstnoedels direct tot een succes. De zilvervliesvariant is uniek in de Nederlandse supermarkt. Er zitten meer vezels in dan in de witte noedels: 6,1g tegen 3,4g per 100g. Rijstnoedels zijn van nature glutenvrij. Net zo belangrijk: beide varianten hebben een stevige bite en zijn super snel en eenvoudig klaar te maken.



Na het grote succes van de Curry kruidenpasta's uit Thailand, introduceren we twee nieuwe varianten die worden verbouwd, bereid en verpakt in Sri Lanka. Deze smeltkroes van culturen is zeer vertrouwd met de Indiase keuken en daarmee ook met gerechten als Korma en Tandoori. Onze leverancier van kokosmelk MA's Tropical Foods is op de lokale markt al lange tijd succesvol met kruidenpasta's. Nu veroveren de fairtrade varianten, zonder kunstmatige toevoegingen, stap voor stap de Nederlandse winkelschappen. De kruidenboeren, met de kokosboeren verenigd in SAFENet, zien hiermee een exportmarkt ontstaan.



Voor wie graag iets anders op tafel zet, zijn de nieuwe Rijstvarianties een verrassing. De zilvervlies Pandanrijst, gemengd met rode en zwarte rijst, zorgt voor een kleurrijke aanvulling op de maaltijd. De Basmatirijst met linzen en zwarte quinoa is kleur- én vezelrijk (8g vezels per 100g). Beide producten zijn zowel biologisch als fairtrade gecertificeerd. De linzen vormen een tweede oogst voor de boeren die de Basmatirijst verbouwen. 2016 is het jaar van de linzen: ze passen - ook volgens de nieuwe Schijf van Vijf - in een gezond voedingspatroon.

De verrassende Zeezoutmix kokos-citroen-koriander wordt geproduceerd in Zuid-Afrika met een onmiskenbare twist van Azië. Niet zo vreemd, want ook Zuid-Afrika verenigt alle culturen en smaken van de wereld. Het zout is afkomstig van Khoisan Salt Trading, een familiebedrijf aan de Atlantische Oceaan. De medewerkers 'oogsten' het zeezout uit de zoutpannen. De nieuwe molen draagt het Fair for Life keurmerk.



Kokosmelk nummer 1 in Nederland

Ons blik Kokosmelk 400 ml is in z'n soort nummer 1 in omzet binnen Nederland en dat geldt ook voor onze Thaise Groene Curry. Hierdoor aangespoord, nemen nog meer retailers deze producten op in hun assortiment. Bij Dirk en Dekamarkt bijvoorbeeld lopen de verkopen van beide producten intussen boven verwachting.

WARME DRANKEN

Uniek in de Nederlandse markt zijn onze nieuwe Fairtrade én biologisch gecertificeerde premium oploskoffies Dark Roast en Mild Roast, beide gemaakt met de beste kwaliteit bonen. Mild Roast is gevriesdroogde koffie van 100% Arabica bonen. De Dark Roast variant bevat 100% van de hoogste kwaliteit Robusta bonen.



Eveneens Fairtrade én biologisch gecertificeerd zijn de cacao en ongeraffineerde rietsuiker die als duo de nieuwe Drinking Chocolate vormen. Het hoge aandeel cacao (60%) geeft deze warme-chocolade-in-een-kop z'n volle smaak met een bittertje van pure chocolade. Je maakt 'm met iedere melksoort (of het alternatief daarvoor) naar keuze.



BROODBELEG EN ZOETWAREN

Gezien de belangrijke receptuurwijziging - van bietsuiker naar fairtrade rietsuiker - besluiten we in 2016 onze hagelslag en onze vlokken in een limited edition verpakking te stoppen. Extra feestelijk, extra vrolijk. Al met al worden het drie geheel nieuw producten. Je leest er meer over op pagina 22 en volgende.

Met dezelfde Fairtrade honing als in de knijpfles - vloeibaar, aromatisch, fruitig en licht bloemig van smaak - is er nu ook honing in sticks verkrijgbaar, per portie verpakt. Gemakkelijk voor iedereen, thuis en onderweg. En prettig voor huishoudens waar honing niet dagelijks wordt gebruikt. Het weggooien van honing heeft meer milieu-impact dan dit bewuste gebruik in klein-verpakking. Honing wint weer aan populariteit, en verschijnt tegenwoordig ook in het koffie- en theeschap. Deze honing is afkomstig van vaste partners in Chili, Guatemala en China.



En dan de laatste primeur van 2016: de eerste fairtrade Witte kristalsuiker van Nederland. Net als de bruine rietsuiker die we al jaren in ons assortiment hebben, komt ook deze variant van fairtrade suikerboeren in Mauritius. De kristalsuiker is mooi wit, heeft een neutrale smaak en is fijn van structuur, wat 'm prima verwerkbaar maakt in bijvoorbeeld beslag.



De relevantie van duurzaamheid neemt toe

Albert Heijn-consumenten vinden verschillende duurzaamheid-thema's belangrijk. En onze klanten hechten daarbij steeds meer aan transparantie: ze willen weten waar hun producten vandaan komen, wat de leefomstandigheden zijn van mens en dier en wat de milieu-impact is. Fair Trade Original biedt een brede range aan Fairtrade gecertificeerde voedingsproducten, dus komt hiermee tegemoet aan de wens van klanten dat boeren en arbeiders een eerlijke prijs krijgen.

De thema's blijven constant, de relevantie neemt toe. Uit onderzoek blijkt dat het belang voor duurzaam ondernemen bij aankopen fors groter wordt. Dit geldt sterker bij voeding dan bij de aankoop van diensten en kleding. Voor ons zie ik hierin vooral kansen, om nog beter in te spelen op de groeiende vraag van klanten naar duurzamere producten. Mijn favoriete Fair Trade Original product? Dat is de kokosmelk in combinatie met de Thaise groene curry!

Marit van Egmond - Directeur Merchandise & Sourcing
Albert Heijn.



DYNAMIEK OP HET WINKELSCHAP

De omzet bedraagt in 2016 € 14,5 miljoen en is daarmee 1% lager dan in 2015. In het supermarktkanaal neemt de omzet toe met 4%. Deze groei is te danken aan het succes van onze culinaire lijn.

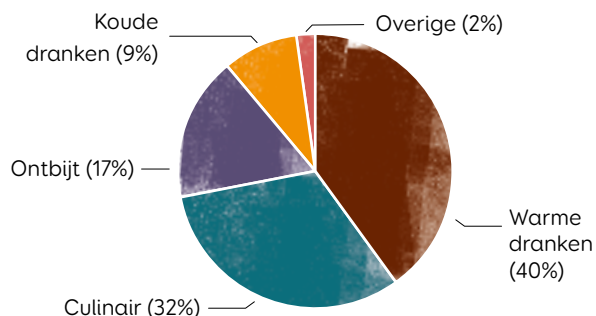
Albert Heijn neemt de rijstnoedels op in het assortiment en plaatst onze Aziatische culinaire producten op één plank bij elkaar. Zo ziet de consument in een oogopslag welke culinaire producten wij verkopen.

Jumbo maakt onze samenwerkingsovereenkomst met hen concreet door een vrachtwagen te sponsoren voor de sinaasappelboeren in Ghana. Zie ook pagina 34. Sindsdien staan onze vruchtensappen in alle Jumbo winkels op het schap. Het bedrijf heeft ook veel andere producten opgenomen en is begin 2017 de eerste supermarkt die de Korma en Tandoori kruidenpasta's verkoopt.

Emté en Coop zijn kleinere supermarktorganisaties van Superunie die een duurzame weg zijn ingeslagen. Beide formules nemen in 2016 nieuwe Fair Trade Original producten op en zien hiermee hun omzet stijgen. Plus, ook onderdeel van Superunie, heeft als strategie om vooral fairtrade producten onder eigen merk te verkopen, wat betekent dat diverse varianten koffie en onze thee en rijst worden gesaneerd.

Wereldwinkels en WAAR zitten ook in 2016 in moeilijk vaarwater. Onze omzet in dit kanaal - dat zich voornamelijk profileert als cadeauwinkel - daalt. Als extra service maken we receptkaarten en een kerstpakketfolder en bieden diverse voordelig geprijsde geschenkverpakkingen aan.

Omzet 2016 per productgroep



NIEUW VAN BINNEN EN VAN BUITEN

Ook onze bestaande producten houden we regelmatig tegen het licht. Veranderen de gewoontes van de gebruikers, wat gebeurt er op het schap, hoe loopt het bij onze leveranciers, wat vinden we van de verpakking? Er is altijd wel iets te verbeteren.

In 2016 zijn de Hagelslag en Vlokken aan de beurt. Eindelijk gelukt: we slagen erin de bietsuiker te vervangen door fairtrade rietsuiker. Hierdoor schiet het fairtrade percentage in onze producten omhoog:

Hagelslag Puur: van 34% naar 97% fairtrade

Hagelslag Melk: van 27% naar 85% fairtrade

Vlokken Puur: van 33% naar 96% fairtrade

Voor de rietsuikerboeren in Mauritius, met wie wij al 18 jaar samenwerken, is de Fairtrade ontwikkelingspremie van \$ 60 per ton rietsuiker meer dan welkom. De prijzen voor het suikerriet staan onder druk en de productiekosten stijgen. Een aantal coöperaties investeert in programma's die neveninkomsten genereren, zoals het kweken van zaailingen voor

groenten. Alle coöperaties besteden de premie deels aan landbouwinputs, zoals mest of huur van laadapparatuur tijdens de oogst. Dat scheelt enorm in de productiekosten, wat vooral voor kleinere suikerboeren gunstig is. Nu wij van hen ook Fairtrade rietsuiker in de Hagelslag en Vlokken verwerken, levert dit de boeren op jaarbasis zo'n € 14.000 aan extra premie-inkomsten op.

LIMITED EDITION

Dit mooie nieuws vieren we met een limited edition verpakking. Deze verpakking is anders dan anders, helemaal in de sfeer van het rietsuikereiland Mauritius. We krijgen veel positieve reacties over de illustraties en het verhaal over de eerlijke rietsuiker. Maar eerlijk is eerlijk, sommigen zijn ook even hun vertrouwde pak kwijt in de winkel. Begin 2017 stappen we volgens plan weer over op de originele verpakkingen. De rietsuiker is uiteraard gebleven.

Ook grijpen we de gelegenheid aan voor een feestje met onze grootste hagelslagfans. Bij een proeverij met lekkere hapjes kan een aantal mensen die zich hebben aangemeld via een Facebook actie de nieuwe hagelslag en vlokken proeven. Tegelijkertijd vertellen we waarom de suikerboeren de extra ontwikkelingspremie zo enorm goed kunnen gebruiken.



Een echte eyeopener

Als ik word uitgenodigd voor de 'Hagelslagproeverij' weet ik direct wie ik mee wil nemen, een goede vriendin van me. Wij hebben allebei een grote liefde voor lekker eten en mooie merken, de perfecte combinatie voor dit feestje. Bij aankomst op de locatie word ik meteen vrolijk. Erg leuk om te zien hoeveel mensen hier net zo enthousiast over worden als ik!

De mensen achter Fair Trade Original vertellen over de overgang van bietsuiker naar rietsuiker uit Mauritius voor hun hagelslag en chocoladevlokken. De kleine gerechtjes met hagelslag zijn heerlijk en inspirerend. Een echte eyeopener wat betreft de diversiteit van hagelslag.

Iedereen neemt ruim de tijd voor de vragen die mijn vriendin en ik hebben. Dit geeft me het idee dat het merk zich echt interesseert voor hun consumenten en de mening die zij hebben over de producten. Iets wat me met name bijblijft, is dat de mensen van Fair Trade Original aangeven dat er nog veel winst te behalen valt wat betreft het verbeteren van hun producten. Iedere stap is er een in de goede richting. Geen arrogant geroep, maar producten ontwikkelen uit liefde voor goed eten, daar gaat het om. Bedankt Fair Trade Original!

Kim van de Sande - Hagelslag fan



BESCHUITJES

Beleg mini beschuitjes met boter, hagelslag en rood fruit.

HAGELSLAG BROODLOLLIES

Voor ca. 20 broodrolletjes
Bereidingstijd: 5 minuten

INGREDIËNTEN

Brood
Boter
3 frambozen

EN VAN FAIR TRADE ORIGINAL

Hagelslag Puur

BEREIDINGSWIJZE

- Vraag de bakker een brood over de lengte te snijden.
- Verwijder de korstjes.
- Beleg de lange sneetjes brood met boter, hagelslag en 3 frambozen per sneetje op een rijtje en rol op.
- Plak vast met boter en snijd van de rol 2-3 broodrolletjes.
- Steek ze vast op een stokje en serveer in een glas.

Voor meer recepten zie
www.fairtrade.nl/recepten

**FAIR
TRADE
ORIGINAL**

WIJ VIERN FEEST!

Wist je dat...
HAGELSLAG
& Strookjes
het **MEEST** gegeten
Zoete broodbeleg
van **NL** is?

Onze **HAGELSLAG** heeft
een **NOG eerlijker** recept!



Jouw boterham met **HAGELSLAG**
maakt **VERSCHIL**



Dierenwelzijn



GROTE BETROKKENHEID

De overgang naar rietsuiker in de hagelslag grijpen we ook aan om het probleem van wit uitgeslagen pure hagelslag aan te pakken. Door een klein beetje melkvet toe te voegen, blijft de korrel langer mooi en donker. We zien - nu we bijna een jaar verder zijn - dat dit resultaat heeft. Over het wit uitslaan van de hagelslag komen veel minder klachten binnen.

Samen met vlokken is hagelslag in Nederland de grootste zoete broodbelegsoort. Mensen zijn hier erg aan gehecht, dat geeft een grote betrokkenheid. Naast veel positieve reacties op alle veranderingen, komt er fel protest vanuit een groep veganisten die de toevoeging van melkvet in hun favoriete hagelslag onbegrijpelijk vindt. We gaan met hen in gesprek (zie kader), en dit leidt ertoe dat we samen met een gespecialiseerd bedrijf in België alternatieven voor melkvet onderzoeken. Tot nu toe leiden de uitkomsten niet tot een bevredigende oplossing. In de komende tijd zullen we de opties naast elkaar leggen en een besluit nemen over hoe verder. Aan veganisten bieden we als alternatief onze pure Vlokken - zonder melkvet.

Fair Trade Original krijgt in 2016 te maken met een kleine social media rel naar aanleiding van de keuze om melkvet toe te voegen aan de pure hagelslag. Veel dierenliefhebbers hebben moeite met deze aanpassing aan dit onder veganisten zeer populaire product. Zij zijn verbaasd dat Fair Trade Original geen rekening houdt met het welzijn van melkkoeien en hun kalfjes.

De kritiek komt voor Fair Trade Original duidelijk onverwacht, en er wordt een gespreksavond georganiseerd. Ik neem daar vanuit Viva Las Vega's aan deel, in de hoop te kunnen bijdragen aan een oplossing. De doelstelling van Viva Las Vega's is immers om bedrijven te helpen hun gebruik van dierlijke ingrediënten te reduceren.

Ik ben positief verrast door de integriteit waarmee Fair Trade Original reageert op de soms felle kritiek en luistert naar de reacties. Ellie en Bert blijken oprecht geïnteresseerd om meer te leren over de dier- en milieuvriendelijke kanten van de zuivelindustrie. Het is voor mij duidelijk dat Fair Trade Original de duurzaamheid van haar producten en de tevredenheid van haar klanten erg serieus neemt.

Tot een concrete oplossing om het melkvet te vervangen heeft dit helaas nog niet geleid, wel tot het voornemen om dierenwelzijn voortaan mee te nemen in het duurzaamheidsbeleid van het bedrijf. Ik moedig dit van harte aan en kijk er zeer naar uit om te zien hoe Fair Trade Original hier in de toekomst invulling aan gaat geven.

Pablo Moleman - Viva Las Vega's

5. BIJZONDERE ONTMOETINGEN

Juni 2016 reis ik naar Thailand om kennis te maken met Wilawan, Nipalin, Orapin en Orachan,. Met deze vier boerinnen werken we al heel lang en nauw samen, zij verbouwen voor ons rijst en ananas en leveren de ingrediënten voor onze curry kruidenpasta's, woksauzen en sambal.

Hoewel de ontmoetingen kort zijn, ben ik meteen onderdeel van de boerengezinnen. We koken lokale recepten en eten gezamenlijk wat we hebben bereid. Ook voeren we levendige gesprekken, over het dagelijks leven daar en wat wij als Fair Trade Original voor hen betekenen. We lachen veel.

Wat mij vooral opvalt? Hoe hard het werken is. De dames zijn gewend om 's ochtends voor dag en dauw op te staan om vervolgens dat wat er moet gebeuren op te pakken: ze koken voor het gezin, zorgen voor de monniken, bewerken het land en er is overleg binnen de boerengroep. Dit alles - en veel meer - doen ze met veel elan en vol plannen voor de toekomst.

In het voorjaar van 2017 zijn Orapin en Orachan - voor het eerst in hun leven stapten zij in een vliegtuig - in Nederland. Om hier kennis te maken met onze fans en onze handelspartners. Vol enthousiasme delen ze hun ervaringen op het gebied van fairtrade en wat de samenwerking met Fair Trade Original hen heeft gebracht. Ze gaan aan de slag in de keuken en delen hun Thaise recepten en bereidingswijzen met onze fans. Ons bijzondere verhaal en onze persoonlijke benadering komen dankzij hun stralende aanwezigheid tot leven.

Mijn bezoek aan Thailand is voor mij een bevestiging wat voor uniek verhaal we te vertellen hebben. De eerlijke lokale handelsketens die we ontwikkelen, zijn echt uitzonderlijk en maken voor de boeren het verschil. Onze werkwijze is nooit standaard en verschilt per categorie en handelsketen. Nooit eenvoudig, wel heel erg bevredigend als het lukt. Dat maakt ons werk (en ons merk!) complex en uitdagend. Het is onze rol om steeds meer consumenten het eerlijke eten en drinken te laten ontdekken. Als je de glimlach van Orapin ziet, snap je dat het de moeite waard is.

Felice Uiterwijk
Marketing Manager

Lees meer over mijn bezoek aan Thailand en over de boerinnen in de [Update! Azië](#) en op www.ontmoetonzboeren.nl



‘Als we bij Nipalin logeren, floept om 4 uur in de ochtend het licht alweer aan en wordt er gekookt voor de monniken. Mango met sticky kokosrijst en curry met ananas en geroosterd varkensvlees gaan in plastic tasjes. ‘Hup, op de brommer’, grijnst Nipalin. En zo tuffen we met z’n allen naar de monniken. En dan is de zon nog maar nauwelijks op.’



‘Zij delen graag hun rijke smaken en recepten’

6. OPTIMISTISCH OVER DE TOEKOMST

Eerlijke handel opzetten met Javaanse boeren in Indonesië. Omschakeling naar biologische teelt. Onze koffie klimaatneutraal. De toekomst wordt steeds eerlijker.

In 2017 vieren we het eerste kroonjaar van onze Aziatische productlijn. We zijn enorm trots op de groei die dit assortiment in vijf jaar heeft doorgemaakt. Dit succes smaakt bovendien naar meer. Daarom werken we aan uitbreiding: we verwachten in de loop van het jaar Nederland kennis te laten maken met onze eerste Thaise soepen. Deze worden, net als alle andere culinaire producten in ons assortiment, in het land van herkomst verbouwd, bereid en verpakt. Vijf jaar Thaise culinaire producten markeerde een goed moment om met de fairtrade boeren en de lokale verwerker de samenwerking te evalueren via een impact assessment. Met de uitkomsten van de evaluatie zijn we volop aan de slag. Zo helpen we de boeren om ook biologische kruiden, specerijen en groentes te verbouwen. Dit geeft hen een sterkere marktpositie. Zelf zijn zij zeer gemotiveerd om deze stap te zetten. Biologische teelt zien ze als een duurzame landbouwmethode die beter is voor mens en milieu.

NIEUWE HANDELSKETEN IN INDONESIAË

De omschakeling naar biologische teelt ondersteunen we ook in Sri Lanka (kruidenboeren), Ghana (sinaasappelboeren) en Indonesië. In het laatste land bouwen we een geheel nieuwe Original Chain. De Indonesische keuken vormt een mooie en logische uitbreiding van ons Aziatische assortiment. We zullen de boeren in Centraal Java begeleiden in het proces om fairtrade en biologische ingrediënten te verbouwen voor een drietal boemboes. Na ter plaatste de eerste recepturen geproefd te hebben, hebben we er alle vertrouwen in dat deze net zo lekker worden als de populaire Thaise curries.

KOFFIE KLIMAATNEUTRAAL

Vanaf 2017 is al onze koffie klimaatneutraal en leveren we door het compenseren van de CO₂-uistoot een positieve bijdrage aan de gezondheid van mensen en aan de ontwikkeling van de lokale economie in Kenia en Uganda. De koffie wordt rond de zomer van 2017 bovendien in een nieuw jasje gestoken. De nieuwe verpakking kan gerecycled worden en houdt de koffiearoma's beter vast. Dit komt de smaak ten goede. Ook introduceren we in juni 2017 een nieuw thee-assortiment. De thee wordt in Sri Lanka gemelangeerd en verpakt in een doosje dat geheel recyclebaar is.

DE ECHTE WINST

Om nog meer producten succesvol op de markt te brengen, breiden we ons team uit met nieuwe mensen op de marketing en sales afdelingen. Langs die weg kunnen we boeren in ontwikkelingslanden een beter toekomstperspectief bieden. En precies dáár zit onze echte winst.

7. ONS TEAM

Groei is nodig om onze missie waar te maken

Fair Trade Original wil sociale impact bewerkstelligen door productieketens op te zetten in opkomende landen. En ja, dan is het heel logisch dat we een stichting zijn - zonder winstoogmerk. Als stichting zijn we meer maatschappelijk dan winst gedreven. Tegelijkertijd willen we bereiken dat de consument voorkeur geeft aan onze producten en dat deze goed verkrijgbaar zijn bij de winkel in de buurt. Zo laten we zien dat we echt verschil willen maken.

Als raad van toezicht leveren we graag een bijdrage aan dit interessante werkveld; zorgen dat je goede en eerlijke producten realiseert en verkoopt om duurzame impact te realiseren. We hebben als raad een breed veld aan expertise in huis: retail, marketing, kwaliteit, supply chain en verandering in organisaties. Dit zetten we in om het management van Fair Trade Original te adviseren en toe te zien dat inzet van mensen en middelen dienend is aan de missie.

ALERT ZIJN

Groei is nodig om de missie van Fair Trade Original te kunnen waarmaken. Meer omzet betekent meer mogelijkheid tot impact. Zo staat de kwaliteit van de producten voorop en willen we kunnen voldoen aan de snel wisselende verwachtingen van klanten en consumenten. Dat vraagt alertheid van de organisatie en van de mensen die er werken. De medewerkers moeten goed geëquipeerd zijn en de juiste kennis hebben; daar investeert Fair Trade Original in.

LEREN VAN ELKAAR

Als raad van toezicht investeren we ook in ervaring opdoen en leren van elkaar en andere bedrijven. En het delen van kennis. Zelf heb ik bijvoorbeeld training en advies gegeven bij zuivelcoöperaties in Indonesië. Je merkt dat men daar snel stappen vooruit maakt door te leren van ervaringen die elders zijn opgedaan. Mensen zijn leergierig en wil groeien en verbeteren. Groei betekent voor hen de mogelijkheid om hun eigen omstandigheden en die van hun gemeenschap te verbeteren. Dat is ook wat wij willen bewerkstelligen met het opzetten van productieketens: de mogelijkheid om samen met



verschillende partners in de keten te werken aan ontwikkeling van individuen, bedrijven en de wereld waar in zij leven.

POSITIEVE ENERGIE

Ik geloof in de kracht van samenwerking en de positieve energie die het oplevert binnen het bedrijf Fair Trade Original en samen met onze ketenpartners. Ik sta voor 100% achter de missie van eerlijke handel. Mijn rol als voorzitter van de raad van toezicht is om het verhaal te vertellen en samen met de raad van toezichtleden, de bestuurder en het bedrijf naar de toekomst te kijken. De omgeving verandert en daarmee de eisen die aan onze producten en ons bedrijf worden gesteld. Er is echt nog veel te realiseren, en ik wil iedereen stimuleren om een bijdrage te leveren.

Margeet Oostenbrink
Voorzitter raad van toezicht



Dit zijn de mensen met wie we werken. Van links naar rechts achter: Mark van Noord, Richard Wijnands, Josée van Kesteren, Bert Jongsma, Karin Schat, Lotje Kaak, Maurice van Dort, Martin Boon. Midden: Harold Goessens, Katrien Kloos, Wendy Koelemij. Voor: Lisette Brouwers, Ellie Tap, Ralph Vermeulen, Margot van Veldhuisen, Felice Uiterwijk, Jan van der Heiden, Lois van Erkel. Annemarie Govaerts, René Wils en Yvonne Janssen ontbreken op de foto; Evelien van de Glind en Peter Hummels zijn bij ons komen werken nadat de foto is gemaakt.

RAAD VAN TOEZICHT 2016

Margreet Oostenbrink (voorzitter vanaf 28 december 2015)

Theo Roos (lid sinds 26 februari 2010)

René Bakker (lid vanaf 11 juni 2015)

Maarten Delfortrie (lid tot 11 maart 2016)

Harry de Grooth (lid tot 11 maart 2016)

Simone Hertzberger (lid vanaf 11 maart 2016)

Bart Kroon (lid vanaf 11 maart 2016)

De bestuurder is als directeur belast met de dagelijkse leiding van de organisatie en is voorzitter van de management-teamvergadering. De medewerkers kiezen uit hun midden de personeelsvertegenwoordiging (PVT). De drie leden voeren regelmatig overleg met de bestuurder en onderhandelen namens het personeel over de arbeidsvoorwaarden die zijn vastgelegd in een eigen rechtspositieregeling.

Feiten over ons team

- In 2016 is één nieuwe medewerker aangenomen. Het gemiddeld aantal FTE daalde van 20,3 in 2015 naar 19,0 in 2016.
- De gemiddelde leeftijd van de medewerkers steeg van 46,3 jaar in 2015 naar 47,8 jaar in 2016.
- Het gemiddelde aantal dienstjaren van de medewerkers die op 31 december 2016 in dienst waren, bedraagt 14.
- Het ziekteverzuim (exclusief zwangerschappen) steeg van 1,7% in 2015 naar 2,0% in 2016.
- Uit het over 2016 gehouden medewerkers-onderzoek kwam een overall score van 7,8 (op een schaal van 0 tot 10).

8. GHANESE SINAASAPPELS WORDEN SERIOUS BUSINESS

Als begin 2012 de toevoer van fairtrade sinaasappelsapconcentraat uit Brazilië dreigt terug te lopen, richt onze importeur, Verbruggen Juice Trading, zich tot Fair Trade Original om gezamenlijk op zoek te gaan naar een nieuwe leverancier. Nu is ongeveer 30% van ons sinaasappelsap afkomstig uit Ghana.

Ruben Verbruggen, directeur van Verbruggen Juice Trading zei indertijd: 'Om een nieuwe fairtrade keten op te bouwen, heb je drie partijen nodig: een lokale pionier die ter plekke de kar kan trekken, een partij die de aanloopkosten wil financieren en een commerciële marktpartij met de juiste vakkennis én de kanalen om de handel op gang te brengen. Fair Trade Original heeft het netwerk en de goodwill om deze partijen bij elkaar te brengen. Daarnaast hebben jullie de expertise om de betrokkenen op te leiden in de Fairtrade standaard. Dankzij deze rolverdeling is onze samenwerking in Ghana zo succesvol.'

KWALITEIT

In Ghana komen we allereerst in contact met fruitverwerkingsfabriek Fruittiland. Hier zien we kansen voor nieuwe aanvoer van sinaasappelsapconcentraat, mits geproduceerd onder fairtrade voorwaarden. Ook bezoeken we een aantal citrus associaties. We werken met de boeren aan de versterking van hun organisaties en certificering volgens de Fairtrade standaarden. Verbruggen richt zich op verbetering van het verwerkingsproces bij Fruittiland. Zo moet de fabriek het machinepark aanpassen en toewerken naar de Europese regelgeving voor hygiëne en voedselveiligheid. Ook de boeren krijgen een kwaliteitstraining. En ze worden gewezen op het belang van goede arbeidsomstandigheden, zoals het gebruik van veilige ladders en laarzen ter bescherming tegen slangen.

RENDABELE BEDRIJFSVOERING

De sinaasappelteelt in Ghana is een zwakke sector. Boeren met sinaasappelbomen op hun land pakken wat voor het grijpen hangt en verkopen het fruit op de lokale markt of aan omliggende landen. Kennis van goede teelt- en oogstmethoden ontbreken waardoor de kwaliteit vaak achterblijft en de opbrengst in kilo's beperkt is. Van duurzame productie en streven naar betere kwaliteit is doorgaans geen sprake. Veel citrusboeren ruilen hun sinaasappelbomen net zo makkelijk in voor cacao- of rubberbomen.

FAIRTRADE

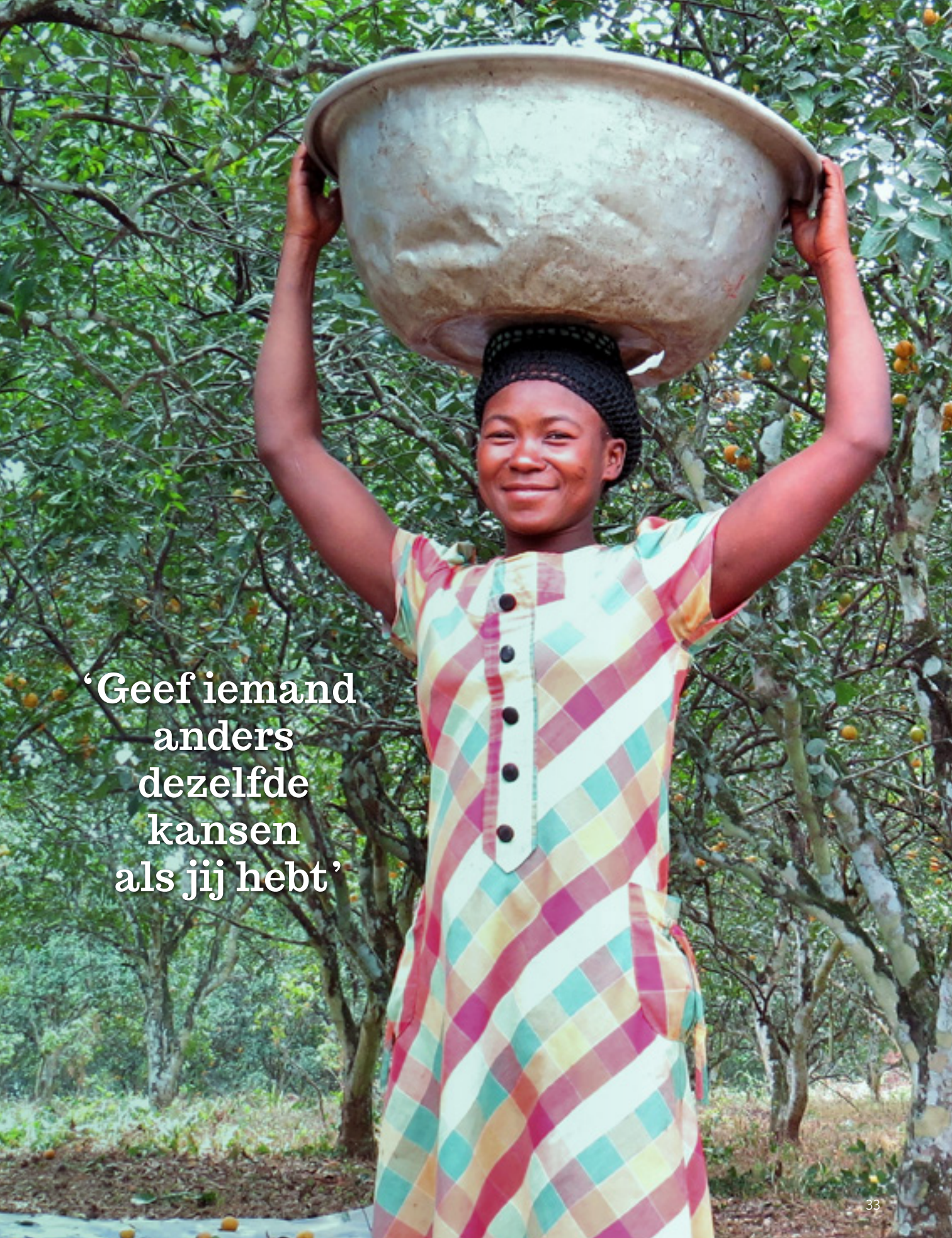
Met de opbouw van een sterke sinaasappelketen in Ghana helpt Fair Trade Original citrusboeren hun sinaasappelproductie duurzaam te verbeteren en te werken aan een renderend boerenbedrijf. De fairtrade sinaasappelteelt is lucratief in Ghana; de minimumprijs voor fairtrade sinaasappels is aanzienlijk hoger dan de reguliere marktprijs. Het geld dat de sinaasappelteelt opbrengt, besteden de boeren aan hun gezin zoals schoolgeld voor de kinderen en betere huisvesting. Ook investeren ze in hun boerderij. Daarnaast ontvangt de boerenassociatie een fairtrade ontwikkelingspremie. Die wordt in onderling overleg benut voor handhaving van de fairtrade standaarden en voor gemeenschapsprojecten.

FIJNE KNEEPJES

Een ander wezenlijk voordeel van de Fair Trade Original aanpak voor de boeren, en voor de sector in z'n geheel, zijn de georganiseerde trainingen. Kwaliteitsverbetering, productiviteit, het managen van hun inkomsten: alles komt aan bod. De boeren leren de fijne kneepjes van het vak en weten hoe ze hun boerenbedrijf gezond kunnen houden. Zo plaatsen ze hun fruitbomen op de juiste afstand van elkaar, worden de bomen regelmatig gesnoeid en met kennis van zaken wordt er natuurlijke mest gebruikt om de bodem te verrijken. De sinaasappelbomen dragen aanzienlijk meer gezond fruit dan voorheen en iedereen is bijzonder optimistisch over de verdere toename. Dit enthousiasme is aanstekelijk: de boeren komen vol belangstelling kijken wat ze moeten doen om hetzelfde resultaat te bereiken. Door de training ontdekken de boeren de voordelen van een rendabele bedrijfsvoering. Sinaasappels worden serious business. Dit leidt tot empowerment van de boeren, versterking van hun associaties en een betere onderhandelingspositie in de keten.

VOOR- EN TEGENSPOED

Na een eerste goed seizoen, duiken de problemen alsnog op. Hoewel de ondersteuning verder gaat, komt de inkoop bij Fruittiland tijdelijk stil te liggen. Vanwege slecht functionerende machines in de fabriek voldoet het concentraat niet aan de exporteisen van smaak en voedselveiligheid. Deze kwaliteitsproblemen blijven aanhouden totdat in 2015 de productie uiteindelijk geheel stil komt te liggen. Om de boeren afzet te blijven bieden en de verwerking



‘Geef iemand
anders
dezelfde
kansen
als jij hebt’

en toevoer van fairtrade sinaasappelconcentraat uit Ghana stabiel te houden, stappen we over naar een andere fruitverwerkingsfabriek: Pinora. Om de obstakels in deze Ghanese keten – die er nog in ruime mate zijn – het hoofd te bieden, spreken alle betrokkenen nogmaals hun commitment uit voor de langere termijn. Zoals Ruben Verbruggen jaren geleden al zei: alleen door samen te werken en alle kennis te bundelen, maak je een nieuwe fairtrade keten tot een succes.

JUMBO TRUCK

Drie jaar lang leggen Jumbo Supermarkten en Fair Trade Original geld opzij voor gezamenlijke projecten bij onze handelsspartners. In 2016 draait alles om een vrachtwagen voor de citrusboeren in Ghana. Het is voor hen een uitdaging om hun oogst snel en veilig te vervoeren naar de fabriek. De beschikbare vrachtwagens zijn klein en vaak oud, veel wegen zijn slecht en na een flinke regenbui onbegaanbaar. Regelmatig strandt een vrachtwagen langs de weg met pech: als de reparatie niet snel gebeurt, staan de sinaasappels te rotten en worden later bij de poort van de concentraatfabriek geweigerd. Vertegenwoordigers van Jumbo overhandigen persoonlijk de vrachtwagen aan de boerenassociatie. Nu kunnen de boeren hun sinaasappelooft veilig en op tijd afleveren.



Buiten het oogstseizoen kan de vrachtwagen worden ingezet voor andere producten en materialen, wat extra inkomsten oplevert. De boeren gaan uiterst zuinig om met de vrachtwagen; het truck managementteam ziet toe op het efficiënte en veilige gebruik ervan.

Best citrus farmer

Sinds acht jaar verbouw ik sinaasappels in mijn eigen boomgaard. Mijn man Antoni werkt niet op de boerderij, hij is chauffeur. Vorig jaar ontving ik samen met vier andere boeren in de regio de prijs voor 'Best Regional Citrus Farmer 2016'. De jury heeft alle boerderijen bezocht om te kijken naar onze



manier van werken maar ook hoe we onze kennis delen met anderen. Ik bezoek altijd de trainingen van onze associatie en pas de nieuwe technieken zoveel mogelijk toe. Omdat ik zie dat het werkt, geef ik wat ik geleerd heb ook aan anderen door. En als ik ergens niet uitkom, vraag ik zelf advies.

Ik heb twee medewerkers in dienst: zij snoeien de bomen, bestrijden onkruid en helpen bij de oogst. Ik leer hen wat ik zelf bij de training heb geleerd. En dat geldt ook voor de groep plukkers die mij bij de oogst helpt. Ik hou goed in de gaten dat iedereen alle regels precies volgt want dan heb ik meer en beter fruit. Vorig jaar was de oogst 45 ton sinaasappelen, nu verwacht ik dat het zal groeien tot 60 ton. Met de prijs won ik materialen om de bedrijfsvoering verder te verbeteren, zoals sproeimachines en beschermende kleding. Dat is ook voor mijn medewerkers een goede zaak.

Ik zie mezelf eerder als zakenvrouw dan als boerin. Ik heb een organiserende taak in het bestuur van de citrus associatie en hoor dat andere vrouwen mij als voorbeeld zien. Mijn ouders hadden een boerenbedrijf en als het aan mij ligt, neemt mijn dochter later mijn boerderij over.

Charlotte, lid van citrus-associatie Nyame Akwan



SCHAKELS IN DE KETEN

In het hoofdseizoen van december tot maart is de sinaas-appelooft in volle gang. In de boomgaarden heerst er een grote drukte van seizoenarbeiders die helpen bij de oogst. De rijpe vruchten worden geplukt en in manden, schalen en zakken naar kleine trucks gedragen. Deze trucks verzamelen zich uiteindelijk bij een station waar de Jumbo truck staat te wachten om de rijpe sinaasappels naar Pinora te rijden. Wat de boeren niet aan Pinora kunnen verkopen, komt terecht op de lokale (vers)markt of gaat naar Burkina Fasso waar olie uit de schil wordt geperst.

Aangekomen bij Pinora worden de sinaasappels getest. Eenmaal geslaagd voor de kwaliteitscheck, worden de sinaasappels gewogen en gelost. Na een handmatige check op de lopende band worden de sinaasappels gewassen, geperst, gepasteuriseerd en verwerkt tot sapconcentraat.

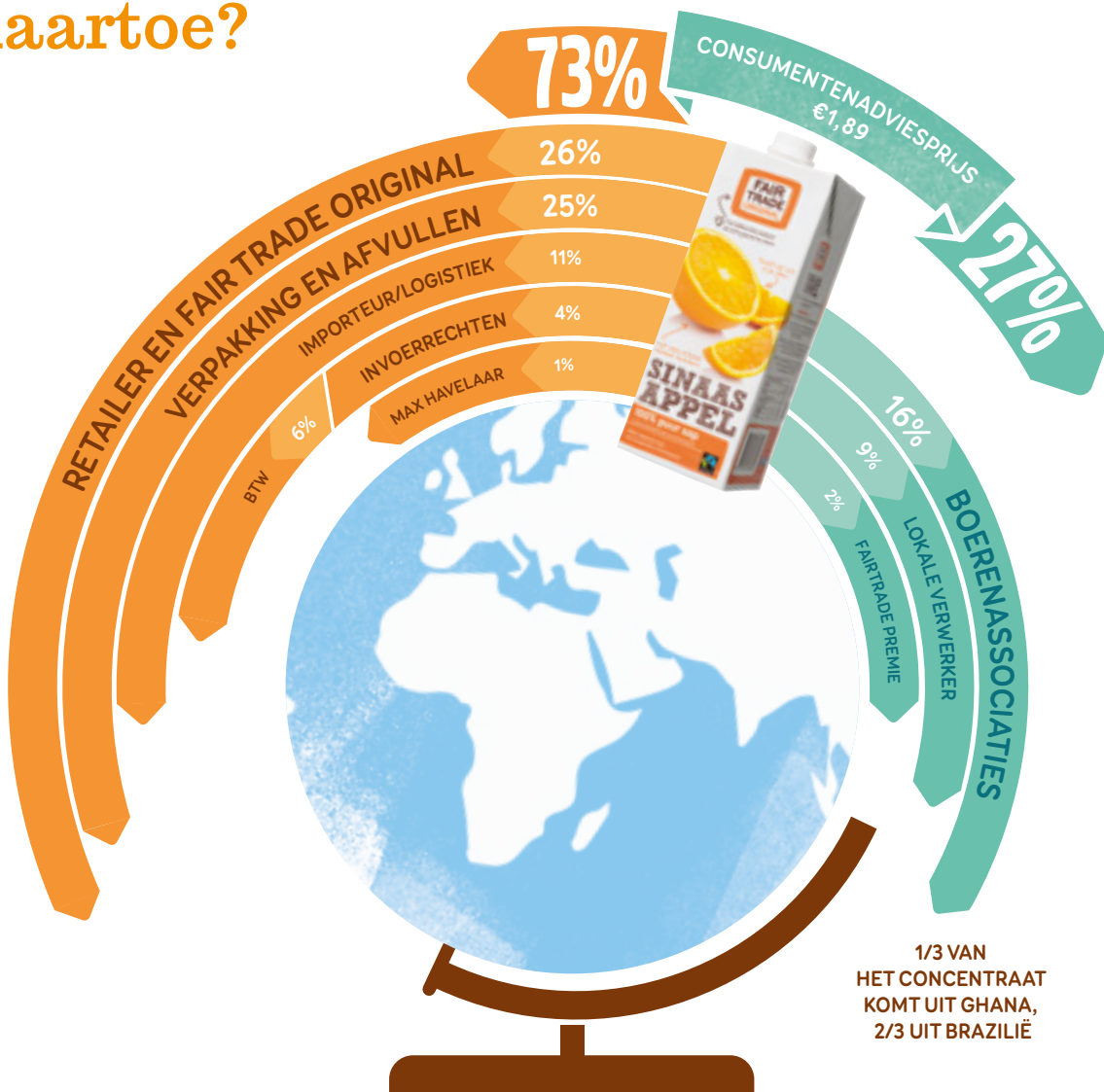
Pinora levert het concentraat aan het Nederlandse bedrijf Verbruggen Juice Trading die verantwoordelijk is voor de samenstelling en receptuur van het sap. Zo wordt afhankelijk van de smaak de verhouding tussen concentraat uit Ghana en Brazilië definitief vastgesteld. Het sap wordt in Nederland gemengd en afgevuld in de pakken van Fair Trade Original. Via het distributiecentrum vervolgt het z'n weg naar de winkel en belandt uiteindelijk in jouw glas.

Groei in de toekomst

Sinds 2014 werken we binnen een 'public private partnership', aan het versterken van de citrusketen in Ghana. Dit programma 2SCALE, medegefinancierd door de Nederlandse overheid, loopt eind 2017 af. Inmiddels is de keten in staat zichzelf in stand te houden, met Pinora als belangrijke spil. Wij adviseren het bedrijf op het gebied van voedselveiligheid. Pinora voorziet de boeren van technisch advies en helpt de associaties bij het verkrijgen van kredieten. Samen met Pinora investeren wij de komende tijd in het trainen van een nieuwe groep boeren voor het Fairtrade certificaat. Nieuwe kansen voor boeren én meer fairtrade sinaasappels komen hiermee in het verschiet. Ook gaat Pinora op een proefboerderij nieuwe sinaasappellrassen testen. Als de boeren het jaar rond kunnen oogsten, betekent dat een verdubbeling van hun opbrengst.

9. GOEIE VRAAG!

Waar gaat de prijs die ik in de winkel voor een pak Sinaasappelsap betaal, naartoe?



Waarom mengen jullie het sinaas-appelsap uit Ghana met dat uit Brazilië?

Sinaasappels zijn een natuurproduct. De smaak en kwaliteit kunnen per oogst variëren. Door te mengen met fairtrade sap uit Brazilië, dat van betere en meer constante kwaliteit is, kunnen we het eindproduct stabiel houden. Wellicht kunnen we in de toekomst het aandeel Ghana verhogen als we blijven investeren en ontwikkelen in kwaliteit.

Waarom laten jullie niet het hele eindproduct in Ghana maken?

Door het mengen met concentraat uit Brazilië, ligt verwerken in Ghana niet voor de hand. Nu komt het concentraat uit beide landen ingevroren naar Nederland en wordt op afroep verwerkt. Afvullen in Ghana gaat bovendien ten koste van de houdbaarheid. Onze producten komen per boot naar Nederland en dan is al een aanzienlijk deel van de ten minste houdbaar tot datum verstreken.

Waarom verwerken jullie concentraat en geen vers sap?

Concentraat heeft voor- en nadelen ten opzichte van vers sap. Het te transporteren volume en de houdbaarheid pleiten voor concentraat. Daartegenover staan smaak en behoud van voedingsstoffen. Bij de introductie van de sappen lag het voor de hand om te kiezen voor concentraat. We hebben geen andere verse producten in ons assortiment; die brengen een andere dynamiek met zich mee door de kortere houdbaarheid en door andere eisen aan de distributie. De omschakeling zou dus redelijk complex zijn. Toch blijven we ons deze vraag van tijd tot tijd stellen, in lijn met de wensen van onze sap-drinkers.

Waarom is het sap niet biologisch?

In eerste plaats zijn onze producten fairtrade. We kiezen steeds vaker voor producten onder ons merk die ook biologisch zijn. Dat doen we wanneer de relevantie voor de consument er is, het aanbod in biologische fairtrade ingrediënten voldoende groot is en de prijs van de ingrediënten voldoende competitief blijft. Nu het aanbod er lijkt te komen, kunnen ook de twee andere aspecten worden onderzocht.

Wordt er bij de productie rekening gehouden met het milieu?

De boeren moeten voldoen aan strenge fairtrade eisen, ook op het gebied van milieu. Ze volgen veel trainingen op dit gebied. Zo hebben ze geleerd de bast van cacaobonen te gebruiken als mest onder hun sinaasappelbomen, en zien inmiddels dat dit vruchten afwerpt. Letterlijk! Bij Pinora lopen er projecten om restafval van het fruit om te zetten in biogas en mest.

OOK EEN VRAAG?
STEL 'M AAN
INFO@FAIRTRADE.NL

10. ONZE CIJFERS IN 2016

BALANS PER 31 DECEMBER 2016

(Na resultaatbestemming)

EUR	2016	2015
VASTE ACTIVA		
Materiële vaste activa	50.582	81.501
Financiële vaste activa	5.689	5.603
.....	56.271	87.104
VLOTTENDE ACTIVA		
Voorraden	2.198.575	2.527.724
Vorderingen op handelsdebiteuren	2.555.312	2.842.133
Voorfinanciering handelspartners	152.804	104.354
Overige vorderingen en overlopende activa	191.740	107.273
Liquide middelen	441.525	1.002.121
.....	5.539.956	6.583.605
TOTAAL	5.596.227	6.670.709
EIGEN VERMOGEN		
Overige reserves	2.769.854	2.211.651
VOORZIENINGEN	16.758	13.078
LANGLOPENDE SCHULDEN		
Renteloze lening	982.434	982.434
KORTLOPENDE SCHULDEN		
Handelscrediteuren	540.137	657.180
Rekening courant Stichting Fair Trade Assistance	610.673	2.124.850
Belastingen en sociale lasten	184.893	185.580
Overige schulden en overlopende passiva	491.478	495.936
.....	1.827.181	3.463.546
TOTAAL	5.596.227	6.670.709

WINST EN VERLIESREKENING OVER 2016

EUR	2016	2015
BRUTO BEDRIJFSRESULTAAT		
Netto-omzet	14.480.713	14.700.453
Overige opbrengsten	62.001	32.669
Kosten van grond- en hulpstoffen	(10.489.820)	(10.937.436)
.....	4.052.894	3.795.686
KOSTEN		
Personeelskosten	1.523.942	1.623.294
Afschrijvingen	36.194	77.697
Verkoopkosten	1.384.873	1.308.760
Huisvestingskosten	102.596	116.071
Algemene kosten	424.256	289.635
.....	3.471.861	3.415.457
RESULTAAT UIT GEWONE BEDRIJFSVOERING	581.033	380.229
Financiële baten en lasten	(22.830)	(17.264)
BEDRIJFSRESULTAAT VOOR BELASTING	558.203	362.965
Vennootschapsbelasting	-	-
RESULTAAT NA BELASTING	558.203	362.965

De hele jaarrekening van
Fair Trade Original is na te
lezen op www.fairtrade.nl

**FAIR
TRADE
ORIGINAL**

**‘Door het ontwikkelen
van lokale handelsketens
maken wij eerlijk eten en drinken
bereikbaar voor iedereen’**

