



fairtrade
ORIGINAL

WAAR SMAAK BEGINT



JAARBERICHT 2021



INHOUD

INLEIDING	4
HIGHLIGHTS VAN 2021	6
FOOD FOR IMPACT	7
UPDATE AZIATISCHE KEUKEN	9
KIJKJE IN DE KEUKEN VAN COMMUNITY COFFEE	14
LEEFBAAR INKOMEN KOFFIE	16
ADIÓS MÉXICO	18
INTERNATIONALE UPDATE	21
NIEUWE ORIGINALS	22
FINANCIEEL OVERZICHT 2021	24
BLIK OP 2022	27



INLEIDING

Na een roerig 2020 bleek in 2021 de coronapandemie nog niet voorbij. Opnieuw een periode van onzekerheden en lockdowns die wereldwijd ons werk en leven beïnvloedde. Bewonderingswaardig om te zien hoe de boeren en verwerkers overzee en onze teams in Nederland en Duitsland samen de uitdagingen het hoofd hebben geboden. Onder deze moeilijke omstandigheden zijn we erin geslaagd de operatie gaande te houden en dankzij onze klanten zelfs 6 % te groeien! Door deze groei kunnen we bijdragen tot het bereiken van een leefbaar inkomen voor de boeren.

Meer toekomst voor koffie

We zijn er trots op dat wij in 2021 een nieuw concept voor onze koffie hebben kunnen introduceren dat naadloos aansluit op onze missie; boeren in staat stellen een leefbaar inkomen te bereiken. Met het concept 'op weg naar leefbaar inkomen' willen wij samen met Fairtrade International het gat dichtten tussen de prijs die voor de koffie wordt betaald en de prijs die nodig is om een leefbaar inkomen te verdienen. Dit is een inkomen waarmee iemand in zijn basisbehoefte kan voorzien zoals eten, huisvesting, kleding, zorg, scholing en daarnaast een spaarpotje kan opbouwen voor later. Het is heel mooi om te zien hoe al onze klanten zoals de supermarktketens en de Waar- en de Wereldwinkels zonder aarzelen hun medewerking aan dit nieuwe concept hebben toegezegd.

Verder bouwen

Er is hard gewerkt aan het uitbouwen van ons wereldkeukenassortiment. Met succes zijn twee varianten krupuk geïntroduceerd, de eerste Fairtrade krupuk in de wereld. Daarmee zetten we onze eerste stappen in het opzetten van een nieuwe samenwerking in Noord Java. Maar er is meer nieuws uit Azië.

Na het succes van jackfruit in blik is er nu nieuwe vangst uit Thailand: bananenbloesem! Deze bloem staat bekend als hét plantaardig alternatief voor vis. Deze bananenbloesem is een goed voorbeeld van diversificatie van productie bij de boeren: in dit geval worden naast het telen van ananassen ook andere fruitsoorten op Fairtrade wijze verbouwd. Hierdoor is er meer inkomenszekerheid voor de boeren in het geval van lagere oogst van de ananas, bijvoorbeeld door onverwachte droogte.

Dankzij onze groei in 2021 is het voor een aantal boerengroepen mogelijk geworden uit te breiden. De kruidenboeren uit Thailand zijn in aantal verdubbeld en zijn we gestart met een nieuwe groep chiliboeren. Het volume van de grondstoffen wordt daardoor vergroot en dit biedt mogelijkheden voor verdere groei in onze verkoopkanalen. Op dezelfde manier is gewerkt aan uitbreiding van rijstboeren voor onze rijstnoedels.

Een Mexicaans Adiós

Op het gebied van assortiment ook wat minder leuk nieuws. Helaas hebben we moeten besluiten om afscheid te nemen van onze Mexicaanse kruidenpasta's. Naast kwaliteitsproblemen met ingrediënten in drie kruidenpasta's bleven de verkopen ondanks alle inspanningen achter op de verwachtingen. Op deze manier kunnen we te weinig impact maken bij de oorsprong, wat ons uiteindelijk tot deze beslissing heeft gebracht.

Biologische compostfabriek

Dankzij de bijdrage van een klantenactie georganiseerd door COOP supermarkten is € 20.000,- geïnvesteerd in een bio compostfabriek bij koffie coöperatie Prodecoop in Nicaragua. In de fabriek produceren de boeren nu hun eigen biologische compost die ze gebruiken op hun koffieplantages. Dit leidt tot verbeterde bodemkwaliteit, hogere productiviteit van koffieplanten en lagere productiekosten.

Koffie uit Oeganda

Samen met partnerorganisatie MVO Nederland en de Nederlandse koffiebedrijven The CoffeeQuest en Wakuli kregen we een subsidie van €475.000,- via het Fonds Verantwoord Ondernemen (FVO) van Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO). In dit Futureproof Coffee Uganda project werken we aan oplossingen rondom leefbaar inkomen, gender ongelijkheid en ecologische degradatie bij onze koffieboeren in Oeganda.

Meerdere inkomens creëren voor koffieboeren in Colombia

Onze samenwerking met de Nederlandse Postcode Loterij én onze Fairtrade Original Premie hebben het mogelijk gemaakt om budget vrij te maken om de koffieboeren van Red Ecolsierra in Colombia te helpen starten met een cacao-project. De boeren in de laagstgelegen gebieden (waar de gevolgen van klimaatverandering het meest voelbaar zijn) worden nu getraind in het verbouwen van cacao en ontvangen jonge cacao-plantjes voor hun boerderij.

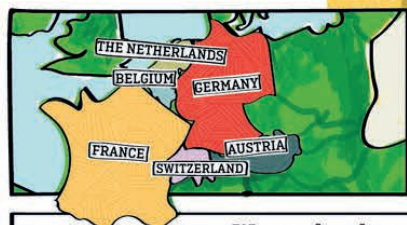
We zijn een B Corp

In 2021 hebben we ons aan mogen sluiten bij het netwerk van B Corp bedrijven. Dit zijn duurzame bedrijven die zich net zoals Fairtrade Original inzetten om een bijdrage te leveren aan de maatschappij, met wie we kennis kunnen delen en van wie we kunnen leren. En we hebben niet alleen een B Corp certificering weten te behalen, we zijn ook nog eens door de klanten gekozen als nummer drie van meest de inspirerende top 40 merken van Synergie Business for Good 2021. Hiermee zijn we dus het meest inspirerende foodmerk van Nederland! Deze award is voor ons een enorme aanmoediging om ons te blijven inzetten voor een eerlijke beloning voor boeren. Iets wat we met veel inzet en overtuiging ook in 2022 zullen blijven doen!

Namens de directie,
Steven van Wijk

FEITEN & CIJFERS 2021

BRAND IMPACT



Onze producten vind je in 6 verschillende landen

We verkochten **14.843.037** producten

waarvan 2.173.337 blikken kokosmelk van 400ml



We werken met **5548** fairtrade boeren samen

2776 koffieboeren ontvangen een LIRP, Fairtrade Minimum Prijs én FTO Impact Premium

en werken samen met 28 boeren cooperaties

OP WEG NAAR EEN LEEFBAAR INKOMEN

De Fairtrade premie die we in 2021 aan onze boeren hebben betaald bedraagt **€526.465**

waarvan €144.329 alleen al aan de koffieboeren

De Fairtrade premie is o.a. besteed aan:

1. DUURZAME PRODUCTIE OF/EN GEBRUIK BIOLOGISCHE MEST
2. TRAINING IN FAIRTRADE STANDARDS
3. GEMEENSCHAPSPROJECTEN (SCHOLEN/KLINIEKEN)

HIGHLIGHTS VAN 2021

FOOD FOR IMPACT



B CORP CERTIFICERING IN THE POCKET

Na een pittige procedure kon de vlag uit in 2021: Fairtrade Original is officieel B Corp gecertificeerd! B Corp Benelux organisaties staan samen voor één gezamenlijk doel: het herdefiniëren van de economie met als doel deze inclusiever en duurzamer te maken. En dat is broodnodig!

We zijn trots dat we onszelf als foodmerk met een missie in 2021 hebben toegevoegd aan het B Corp netwerk met o.a. Seepje, Tony's Chocolonely, Dopper en Patagonia. En dat niet alleen, van alle 4000 B Corp organisaties, behoort Fairtrade Original nu wereldwijd tot de top 5% op het gebied van community impact!



OESTERZWAM KEBAB KOOKSHOW

We lanceerden in april onze nieuwe Kebab kruidenpasta uit het Midden-Oosten middels een livestream kookshow. Onder begeleiding van culinaire duizendpoot Nadia Zerouali maakten we samen met consumenten en influencers hele lekkere vegan oesterzwamkebab. Via socials kregen we daarna vaak berichtjes van onze fans dat zij deze vegan kebab regelmatig maken!

CHILEENSE HONING: QUÉ BACÁN!

Terwijl een zacht februari zomerzonnetje werd afgewisseld door een regenbui in de Chileense Valdiviaanse jungle in het zuiden van Chili, introduceerden we bij de Albert Heijn in hartje winter in Nederland onze Community Honey: de eerste Fairtrade Single Origin Bloemenhoning. Single Origin betekent dat de vloeibare honing 100% afkomstig is van één origine, namelijk van coöperatie Apicoop in Chili. Op www.communityhoney.nl vind je alles over de oorsprong van deze Chileense honing.



3^E PLEK MEEST INSPIRERENDE ORGANISATIES VAN NEDERLAND!

Te gek, we hadden een podiumplek! Na 3 jaar op plek 6, knalden we in 2021 door naar de 3e plaats in de Inspirerende 40 van Synergie | Business for Good 2021: de top 40 met de meest inspirerende organisaties van Nederland. Hiermee waren we wederom het meest inspirerende foodmerk in de Nederlandse supermarkt! We zijn ontzettend trots op ons hele team en alle schakels in de keten.

BIOCOMPOSTFABRIEK VOOR DE BOEREN VAN PRODECOOP

Samen met de supermarkt Coop haalden we tijdens de Fairtrade Week van 30 oktober tot 7 november 2021 op! Samen met Coop grepen we deze week aan om in actie te komen voor een koffieboerencoöperatie Prodecoop in Estelí in Nicaragua waarmee we samenwerken. De opbrengsten worden vanaf volgend jaar gebruikt voor het maken van een biocompostfabriek, om de productiviteit te verhogen, de bodemvruchtbaarheid te verbeteren en de productiekosten te verlagen.

TOP 5 2021

1



Too Good To Go

2



Rode Kruis

3



4

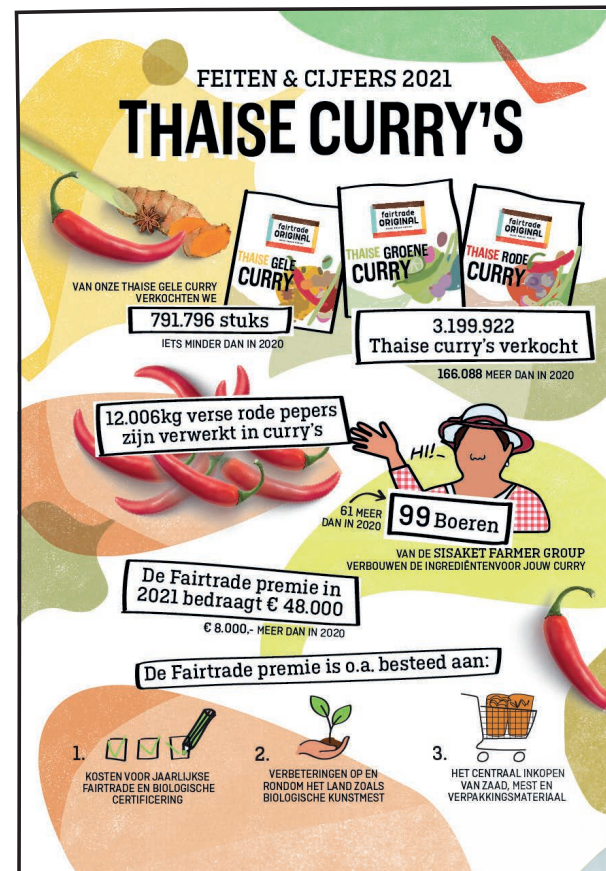


5



HIGHLIGHTS VAN 2021

UPDATE AZIATISCHE KEUKEN



10 JAAR CURRY'S!

Al ruim tien jaar vind je onze Thaise curry's in de schappen bij de Nederlandse supermarkten. In 2021 vierden we daarom hun 10e verjaardag. Het begon met onze Thaise groene en Thaise rode curry die we in september 2011 lanceerden bij de Wereldwinkels en vanaf november datzelfde jaar lagen we ook bij Albert Heijn in de schappen.

NIEUW: VEGAN KRUPUK

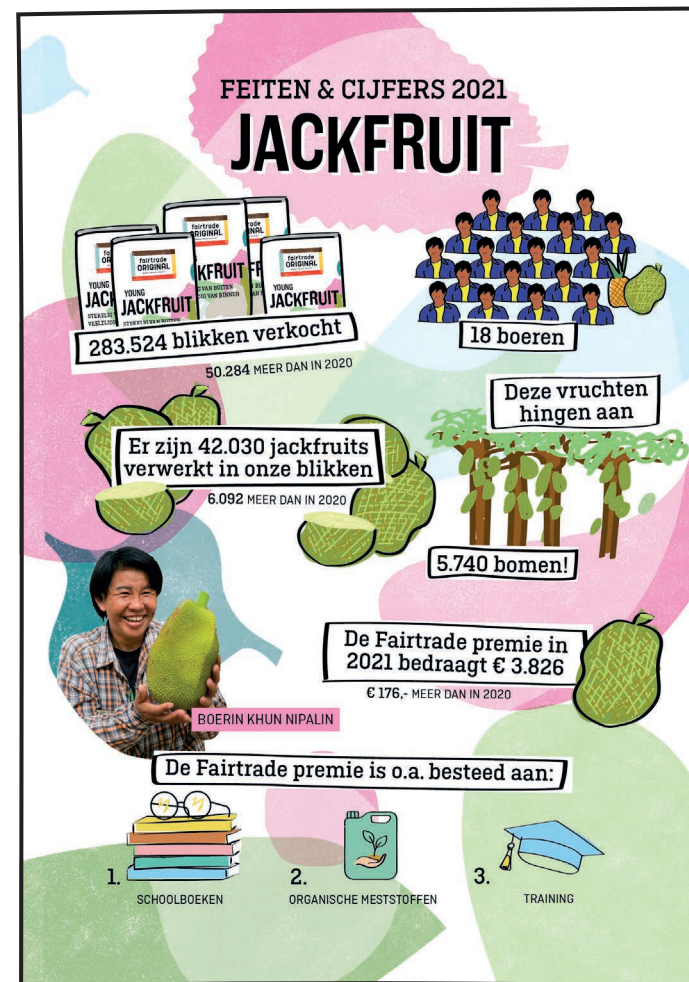
Voor een lekkere knapperige vegan bite! Deze plantaardige Krupuk komt in twee smaken: Spicy Indonesian Krupuk en Mild Indonesian Krupuk. Je vindt ze in de Duitse supermarkten en in Nederland in de schappen bij de Wereldwinkels en WAAR-supermarkten.





KOKOSMELK 400 ML FAVORIET IN NEDERLAND

In 2021 was onze kokosmelk 400 ml in Nederland de best verkochte kokosmelk in omzet en aantal liters! Er zijn maar liefst 1.642.349 blikken over de toonbank gegaan.

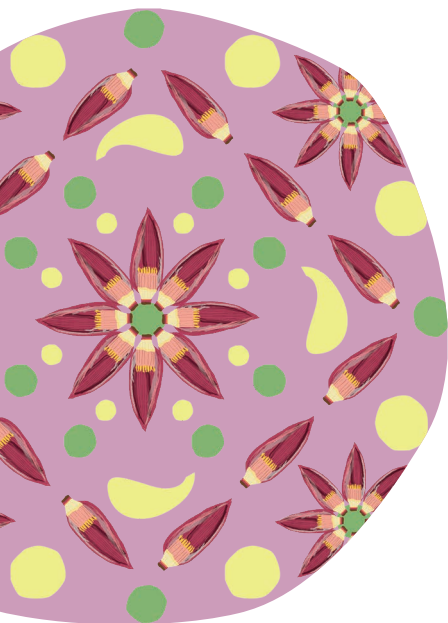


GEK OP JACK

Na de succesvolle introductie van Young Jackfruit in 2020, lanceerden we in juni de Pulled Jackfruit variant. Deze jackfruit is al uit elkaar getrokken (pulled) dus ideaal om tijd te besparen wanneer je een drukke agenda hebt. Pulled Jackfruit is lekker als vegan vulling voor Mexicaanse taco's, Griekse Gyros, een salade of als topping van een pizza.

Voor de stoofpotjes of saté fans, is de eerder geïntroduceerde Young Jackfruit de beste optie voor iedereen die een dagje vega wilt eten.





BANANENBLOESEM

Na het succes van jackfruit in blik, introduceerden we in juni een nieuwe vangst uit Thailand: bananenbloesem! Deze bloem staat bekend als hét plantaardig alternatief voor vis, door zijn neutrale smaak en zachte structuur.

De bananenbloesem is de paarse bloem die onderaan een bananentros groeit. Je kunt bananenbloesem stomen of koken en doordat het makkelijk smaken opneemt kun je het heel goed marineren en kruiden. Er zijn zeeën van toepassingen zoals visvrije makreelsalade, Thaise viskoekjes of vissticks! Je vangt 'm bij ruim 400 winkels van Albert Heijn in het peulvruchtenschap.

Bananebloesem Livestream Kookshow

Ter promotie van de lancering van onze bananenbloesem doken we op 28 juni weer de keuken in voor een online kookshow. In 75 minuten liet culinair multi-talent Naresh Ramdjas de kijkers zien hoe je makkelijk zelf Thaise Viskoekjes zonder vis maakt. Daarnaast maakten we een Aziatische dip en een frisse salade. Het enige wat kijkers hoefden te doen waren de boodschappen.

www.bananenbloesem.nl

LIVESTREAM BANANENBLOESEM VISKOEKJES KOOKSHOW



HIGHLIGHTS VAN 2021

LEEFBAAR INKOMEN KOFFIE



COMMUNITY COFFEE LIJN GROEIT

In maart voegden we een nieuwe décafé variant toe aan onze Community Coffee lijn bij de Albert Heijn. Deze Fairtrade en biologische snelfiltermaling is voor iedereen die wil genieten van een lekker kopje koffie, zonder de bijeffecten van cafeïne.

Wat later in het jaar, in oktober, introduceerden we ook de Community Coffee Aroma bonen, gemaakt van koffiebonenblend uit Colombia, Oeganda en Peru. Direct ingekocht bij onze koffieboeren. Voor de koffieliefhebbers die het liefst hun eigen bonen malen.

Living Income Cacao Project bij Red Ecolsierra, Colombia

Het verbouwen van koffiebonen levert vaak voor de meeste boeren slechts voor een korte periode per jaar een inkomen op. Tel daarbij de grillige klimaatveranderingen op en de uitdagingen die daarbij komen kijken en dan blijkt het inkomen niet altijd zeker.

Daarom is er in november 2021 €92.943,82 (wat is opgebouwd uit €50.000 Nationale Postcode Loterij, € 15.000 ontwikkelbudget en € 27.000 Fairtrade Original premie) geïnvesteerd met het doel het inkomen van 100 koffieboeren te verbeteren.

We werken aan diversificatie van het inkomen van 30 koffieboeren door het planten van cacao. In dit project ontvangen de koffieboeren jonge cacaoplantjes, landbouwtraining en is er een productieruimte gebouwd voor de verwerking van de cacao. Met de verkoop van cacao zullen ze nu meerdere maanden per jaar een inkomen ontvangen.



KOFFIE MET TOEKOMST: OP WEG NAAR EEN LEEFBAAR INKOMEN

Op 1 oktober 2021, op Wereldkoffiedag, maakten we bekend dat we het eerste merk in de Nederlandse supermarkt zijn dat alle koffieboeren waarmee we samenwerken de leefbaar inkomen referentieprijis gaan betalen. Omdat koffieboeren nog altijd te weinig overhouden aan een van de meest favoriete dranken ter wereld. Een belangrijke stap. Niet alleen voor de koffieboer, maar ook voor de toekomst van ons kopje koffie.

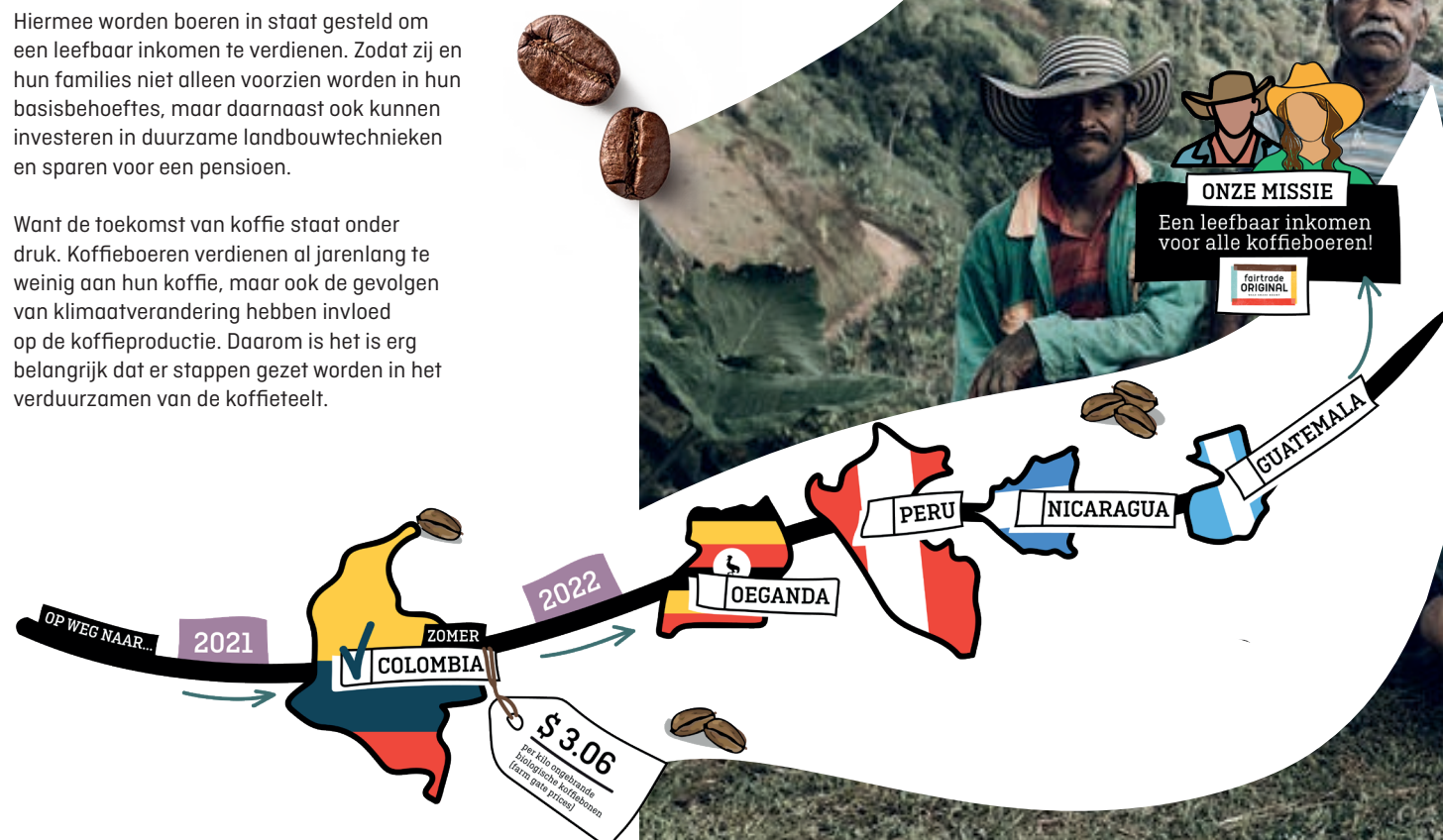
Hiermee worden boeren in staat gesteld om een leefbaar inkomen te verdienen. Zodat zij en hun families niet alleen voorzien worden in hun basisbehoeftes, maar daarnaast ook kunnen investeren in duurzame landbouwtechnieken en sparen voor een pensioen.

Want de toekomst van koffie staat onder druk. Koffieboeren verdienen al jarenlang te weinig aan hun koffie, maar ook de gevolgen van klimaatverandering hebben invloed op de koffieproductie. Daarom is het erg belangrijk dat er stappen gezet worden in het verduurzamen van de koffieteelt.

Hoe werkt een Leefbaar Inkomen Referentieprijis?

Fairtrade International stelt de leefbaar inkomen referentieprijis (LIRP) vast door middel van onderzoek en wij nemen actief deel aan dat onderzoek. Wij committeren ons aan het betalen van die prijs en zetten daarnaast diverse projecten op in alle koffieketens. Om zo het inkomen van de boeren naast de prijs nog verder te verbeteren.

OP WEG NAAR
EEN LEEFBAAR
INKOMEN



HIGHLIGHTS VAN 2021

ADIÓS MÉXICO

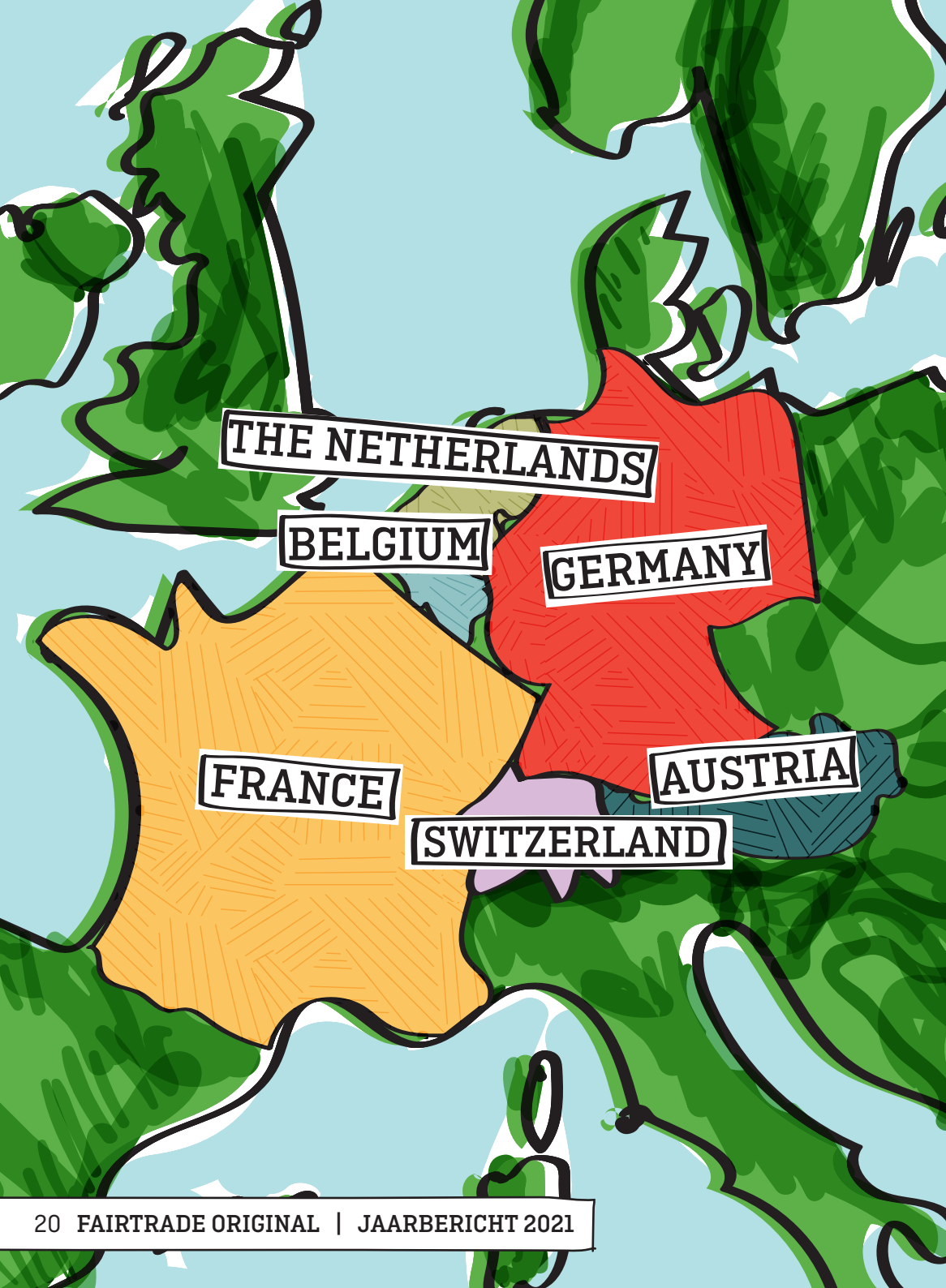


AFSCHEID VAN ONZE MEXICAANSE KEUKEN

Let's taco 'bout...wat minder leuk nieuws. Helaas hebben we in augustus moeten besluiten om afscheid te nemen van onze Mexicaanse kruidenpasta's. Naast kwaliteitsproblemen met ingrediënten in drie kruidenpasta's eerder in 2021, bleven de verkopen ondanks alle inspanningen achter op onze verwachtingen. Op deze manier kunnen we te weinig impact maken bij de oorsprong, de boeren in Mexico, wat ons uiteindelijk tot deze beslissing heeft gebracht.

Dat we stoppen met onze Mexicaanse kruidenpasta's, betekent dat we ook afscheid nemen van de boerencoöperatie in Huasca de Ocampo en onze verwerker in Mexico. De coöperatie is desondanks dankbaar voor alles wat we tot nu toe hebben bij kunnen dragen. Zoals de ondersteuning van de (landbouw)consultants, het feit dat we samen een coöperatie hebben opgezet en de kassen die we hebben gedoneerd. Dit heeft hun een sterkere handelspositie gebracht. De kassen doen nu al hun werk tijdens onverwachte heftige regenbuien en stormen in Mexico. De boeren voelen zich sterker als groep en zijn voornemens om als coöperatief onverminderd door te gaan.





INTERNATIONALE UPDATE

Ondanks alle uitdagingen dit jaar, waaronder de forse impact van de wereldwijde Coronacrisis op de supply chain en de buiten proportionele stijging van de zeecontainerkosten, hebben we naast een lichte groei op onze thuismarkt Nederland, goed gepresteerd binnen onze belangrijkste exportlanden Duitsland en Frankrijk.

Met de hulp van het Oranje Handelsmissiefonds (OHMF) wilden wij dit jaar ook uitbreiden naar Zweden, maar met een zwaar tekort aan grondstoffen en zeer hoge containerprijzen namen we geen risico. Ons exportplan voor Zweden hebben we daarom moeten uitstellen.

Expansie naar Frankrijk

Relaties aangaan is belangrijk en met name in Frankrijk is een vertrouwensrelatie essentieel als je zaken wilt gaan doen. Daarom kozen we al in 2020 voor een lokale distributeur, T&TFoods. Want met een goede lokale partner versnel je het commerciële proces en voorkom je dat je kansen mist. We zijn gestart met een city approach in de regio Parijs en inmiddels zijn we landelijk aanwezig bij ruim 200, met name hypermarkten van Carrefour en E.LeClerc.

Doelstelling voor 2022 is om dit aantal minimaal te verdubbelen. In Frankrijk verkoopt Fairtrade Original vooral producten uit de Wereldkeuken. Denk aan Kokosmelk en Thaise Curry's. In dat schap bij de retailers zijn we namelijk uniek.

We richten ons bijvoorbeeld (nog) niet op verkoop van koffie, want in Frankrijk bestaan al diverse gevestigde Fairtrade koffiemerken.

Frankrijk heeft ruim 28 miljoen huishoudens, dus er is nog volop werk aan de winkel!

Expansie naar Duitsland

Duitsland was onze eerste belangrijke exportbestemming vanuit ons strategisch meerjarenplan. Daar hebben wij ondertussen een serieuze positie verkregen bij met name een van de grootste retailers REWE, waarbij sommige van onze producten zelfs in meer dan 2.700 REWE winkels landelijk in Duitsland verkrijgbaar zijn. En onlangs is ook onze innovatie Vegan Krupuk bij meer dan 900 winkels van REWE opgenomen. Daarnaast willen we de ook de distributie bij andere retailers vergroten. Onze grootste focus ligt op EDEKA. Met ons eigen zeskoppige Duitse Sales & Marketing team willen we de gemaakte opstap in 2021 bij drie EDEKA's regio's in 2022 verder uitbouwen.

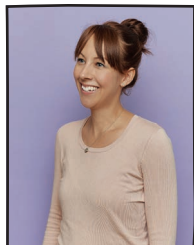
Duitsland is een interessante markt met ruim 40 miljoen huishoudens, waar de consumenten steeds meer interesse hebben in onze Fairtrade Original producten. Want ook in Duitsland is Aziatisch koken een trend. En daar past ons unieke en smaakvolle Wereldkeuken-assortiment heel goed bij.

NIEUWE ORIGINALS



HAIKE VAN HAL
Sourcing & Development Manager

Na tien jaar in Tanzania te hebben gewoond en gewerkt, wilde ik weer in Nederland aan de slag. Tijdens mijn tijd in Afrika (Kenia, Zambia, Oeganda en Tanzania) heb ik gewerkt aan het klaarstomen van boeren en exporteurs voor de biologische certificering en duurzame landbouwtechnieken. De producten van deze boeren en exporteurs vonden daardoor hun weg naar de Europese markt. Toen de boeren d.m.v. certificering extra inkomen kregen voor hun product, motiveerde dat mij enorm. Dit sluit ook heel goed aan binnen Fairtrade Original, waar de boeren een eerlijke prijs krijgen. Bovendien krijgen de boerengroepen een extra premie om te besteden aan verbetering die zij nodig achten.



JESSICA KRÄMER
Online Marketing Specialist

Mijn allereerste baan na mijn studie was als trainee en daarna als medewerker bij een reclamebureau. Dat reclamebureau werd zelfs mijn vaste klant toen ik na het volgen van een online editing opleiding startte als freelancer. Je kunt mij omschrijven als een online marketing generalist die een focus heeft op zoekmachineoptimalisatie.

Toen ik een aantal jaren werkte, voelde ik dat ik meer betekenis wilde in mijn werk. Daarom besloot ik aan de slag te gaan als parttime technisch assistent in de kledingindustrie. Tijdens deze baan leerde ik het concept Fairtrade kennen. Ik volgde een training op gebied van Fairtrade en startte daarna als online marketingmanager in e-commerce voor GEPA The Fair Trade Company. Tijdens mijn 3 jaar voor GEPA leerde ik Fairtrade Original kennen. Na een werkdag eet ik graag lekker en vooral eerlijk eten én maak ik lange wandelingen met mijn hond.



IVO TATEO
Business Development Manager

Tijdens mijn tienerjaren bracht ik af en toe een weekend door in Zuid-Italië waar ik oorspronkelijk vandaan kom. Wat ik daar vaak deed? Het promoten van Fairtrade kleding en eten op de plaatselijke markt! Later verhuisde ik naar Duitsland en zorgde mijn passie voor eten dat ik in de detailhandel terecht kwam. Hierdoor kon ik een aantal jaren door Azië reizen. Zo leerde ik de Aziatische cultuur en keuken kennen én waarderen. In 2021 kwam een droom uit toen ik onderdeel werd van het Duitse Fairtrade Original team. Niet alleen promoot ik nu een prachtig assortiment met heerlijke wereldse Fairtrade producten, maar ik doe dat ook nog met geweldige collega's! Ik ben er erg trots op dat ik kan bijdragen aan onze missie.



NICOLE AUGUSTIN
Communication Specialist

Ik ben een gepassioneerde communicatie- & brandspecialist met een groot hart voor lekker en eerlijk eten. Tijdens een backpackreis van zes maanden door Zuid-Oost Azië werd ik verliefd op de cultuur en de keukens van deze landen. Na het afronden van mijn Master Internationale Marketing in 2016 werkte ik in verschillende sectoren, maar ik voelde mij eigenlijk nooit echt helemaal verbonden met de merken die ik promootte. Gelukkig veranderde dat compleet toen ik startte bij Fairtrade Original in augustus 2021. Ik voel mij nu écht verbonden met alle producten en het belangrijkste, de missie die ik promoot.

In mijn werk bij Fairtrade Original vertel ik het Duitse publiek het verhaal van de mensen bij de oorsprong en de missie achter onze producten. Fairtrade Original combineert, vind ik, deze twee zeer belangrijke elementen goed: lekker eten en eerlijkheid. Voor mij kan het niet beter!



IMKE VAN REES
Employee Supply Chain

Wat ben ik blij dat ik vanaf december 2021 de kans heb gekregen om bij Fairtrade Original te gaan werken! Eten is namelijk in veel opzichten een belangrijk thema in mijn leven. Ik sta bijvoorbeeld graag uren in de keuken om allemaal nieuwe smaken en recepten uit te proberen.

Mijn enthousiasme en nieuwsgierigheid naar voedsel begon al tijdens mijn studie Food Quality Management in Wageningen. Zo was ik betrokken bij projecten rondom de certificering van koffie in Oeganda en de productie van avocado-olie in Ethiopië. Met mijn achtergrond hoop ik een positieve bijdrage te kunnen leveren aan het verbeteren van de wereldwijde voedselketens van Fairtrade Original. Naast eten ben ik ook een groot muziekliefhebber en fan van frisbeeën.

FINANCIEEL OVERZICHT 2021

BALANS FAIRTRADE ORIGINAL B.V. PER 31 DECEMBER 2021
[NA RESULTAATBESTEMMING]

EUR	2021	2020
VASTE ACTIVA		
Immateriële vaste activa	12.324	60.321
Materiële vaste activa	84.889	72.729
Financiële vaste activa	117.873	142.945
	215.086	275.995
VLOTTENDE ACTIVA		
Voorraden	3.995.302	3.220.376
Vorderingen op handelsdebiteuren	3.570.094	3.786.365
Voorfinanciering handelspartners	156.736	237.934
Overige vorderingen en overlopende activa	222.678	192.852
Liquide middelen	78.716	45.142
	8.023.526	7.482.669
TOTAAL	8.238.612	7.758.664
EIGEN VERMOGEN		
Reserves	2.754.624	2.690.309
VOORZIENINGEN	13.680	13.008
LANGLOPENDE SCHULDEN		
Renteloze leningen	1.489.300	1.000.000
KORTLOPENDE SCHULDEN		
Handelscrediteuren	933.570	960.370
Rekening courant Stichting Fair Trade Original	1.837.309	1.712.358
Renteloze lening	100.000	-
Lening	-	120.572
Belastingen en sociale lasten	273.590	270.390
Overige schulden en overlopende passiva	836.539	991.657
	3.981.008	4.055.347
TOTAAL	8.238.612	7.758.664

WINST EN VERLIESREKENING FAIRTRADE ORIGINAL B.V. OVER 2020

EUR	2021	2020
BEDRIJFSOPBRENGSTEN		
Netto-omzet	20.762.980	19.598.976
Overige bedrijfsopbrengsten	88.899	104.815
	20.851.879	19.703.791
BEDRIJFSLASTEN		
Kosten van grond- en hulpstoffen	14.447.581	13.470.037
Personeelskosten	2.686.467	2.391.626
Afschrijvingen	89.566	192.755
Verkoopkosten	2.662.617	2.227.652
Huisvestingskosten	147.196	136.950
Fairtrade Licentie premie	210.414	198.700
Algemene kosten	577.039	592.747
	20.820.880	19.210.467
RESULTAAT UIT GEWONE BEDRIJFSVOERING	30.999	493.324
Financiële baten en lasten	45.815	(100.209)
BEDRIJFSRESULTAAT VOOR BELASTING	76.814	393.115
Belastingen	(12.499)	19.087
RESULTAAT NA BELASTING *	64.315	412.202

* Het resultaat wordt toegevoegd aan ons eigen vermogen

BLIK OP 2022

We gaan Indiaas en Sri Lankaans tafelen in 2022

Naast onze Indiase Tandoori en Korma kruidenpasta's die al sinds 2016 in de winkelschappen liggen, gaan we in 2022 twee nieuwe plantaardige kruidenpasta's introduceren. De Indiase Butter Chicken en de Sri Lankaanse Colombo Curry. Met de nieuwe Colombo Curry kruidenpasta introduceren we de Sri Lankaanse keuken, die heerlijk kruidig is met een extra pitje.

Leefbaar Inkomen voor meer boeren

Nu een Leefbaar Inkomen in 2021 onderdeel is geworden van onze missie, bouwen we in 2022 verder aan een Leefbaar Inkomen Referentieprijs voor de boeren waar we mee samenwerken. Ons doel is namelijk om alle boeren waar we mee samenwerken in staat te stellen een Leefbaar Inkomen te verdienen. Ook is het belangrijk dat er meer bekendheid komt over het Leefbaar Inkomen Referentieprijs, want zo smaken onze producten nóg lekkerder!

Vanaf 1 oktober 2021 betalen we een Leefbaar Inkomen Referentieprijs voor onze koffieboeren en in 2022 staat op de planning dat we ook onderzoeken hoe we dit kunnen vormgeven voor andere productgroepen.

Meer markt in Duitsland en Frankrijk

De Duitse markt is groot, heel groot. Er is nog ruimte voor groei en daarom gaan we in 2022 ons richten om onze producten in nog meer Duitse supermarkten te krijgen. Meer afzet betekent meer inkomen voor onze boeren. Naast Duitsland gaan we ook verder met uitbreiding in Frankrijk.



WWW.FAIRTRADEORIGINAL.NL