



Foto: Terje Berud



FAIRTRADE MAX HAVELAAR NORGE ÅRSRAPPORT 2009



sammen skaper vi gode historier

Fairtrade styrket ut av et utfordrende år

2009 var et utfordrende år for Fairtrade i Norge, men enda en gang viste det seg at norske forbrukere kjøpte flere Fairtrade-merkede produkter enn året før. Omsetningen av Fairtrade-merkede produkter økte med 20 % og befolkningens kjennskap til merkeordningen lå på hele 70 %.

Finanskrisen som startet i 2008 gjorde seg virkelig gjeldende i 2009. De som ble aller hardest rammet av de økte prisene på mat, drivstoff og gjødsel, var nok en gang verdens fattigste, og behovet for Fairtrade som rammeverk for handel var stort. Samtidig mistet mange vestlige forbrukere jobben eller fikk redusert inntekt, og også de som ikke ble direkte rammet følte seg forpliktet til å ta høyde for trangere tider. For å møte den nye situasjonen fokuserte varehandelen på billige dagligvarer. Mange fryktet at salget av Fairtrade-merkede produkter skulle gå ned og ytterligere forverre situasjonen for bønder og arbeidere i Sør. Heldigvis fortsatte norske forbrukere, kommuner, arbeidsplasser og andre å kjøpe Fairtrade-merkede produkter, faktisk kjøpte de 20 % mer enn året før – det betyr 20 % mer nytte til Sør!

Fairtrade Norge er taknemlige overfor alle krefter som beholdt fokuset på Fairtrade i den tøffe tiden. Trofastheten og engasjementet blant våre eldste lisenstakere, som har vært med fra starten av og sammen med oss bygget opp en stadig mer robust merkeordning, var av uvurderlig betydning. Uvurderlig var også de mange frivillige kreftene som holdt Fairtrade-trykket oppe og brukte sin fritid til å støtte bønder og arbeidere på den andre siden av jorda; frivillige i Fairtrade-kommuner, Fairtrade-ambassadører, lokalpolitikere i alle farger og Fairtrade Norges partnerorganisasjoner. Disse utgjør selve motoren i Fairtrade og gjør Fairtrade-systemet sterkt og unikt.

2009 var også året da Fairtrades paraplyorganisasjon, FLO, og de nasjonale Fairtrade-organisasjonene tok flere strategiske grep for å harmonisere organisasjonen, gjøre effekten for bønder og arbeidere i Sør mer dyptgripende, være mer enhetlig og bli enda bedre tilpasset markedenes behov. Disse grepene vil befestes i årene som kommer og vil gjøre det mulig for Fairtrade å invitere enda flere bønder og arbeidere inn i det mest effektive og betydningsfulle systemet for rettferdig handel mellom Sør og Nord.

Engasjementet for rettferdig handel, salget av Fairtrade-merkede produkter og Norges bidrag til bedre arbeidsforhold og mer rettferdige handelsbetingelser for bønder og arbeidere i Afrika, Asia og Latin-Amerika har vokst formidabelt de siste årene. Heldigvis klarte ikke finanskrisen å sette en stopper for denne utviklingen. I denne årsrapport viser vi hvilke resultater vi sammen med forbrukere, merkevareeiere, dagligvarehandelen, myndigheter, kommuner og partnerorganisasjoner klarte å skape for bønder og arbeidere i Sør. Husk at utviklingen fortsetter hver gang du er prinsippfast og velger et Fairtrade-merket produkt!

Erik Hager

Daglig leder i Fairtrade Max Havelaar Norge



Stiftelsen Fairtrade Max Havelaar Norge

Stiftelsen Fairtrade Max Havelaar Norge er en alminnelig stiftelse opprettet i 1997 av Det Kgl. Selskap for Norges Vel, Framtiden i våre hender, Kirkens Nødhjelp, Handel og Kontor, Norges Bondelag, Redd Barna, Kirkerådet/Den Norske Kirke, WWF, Norsk Folkehjelp, Frikirkens Globale Informasjon, Alternativ Handel og Norsk Nærings- og Nytelsesarbeiderforbund.

Fairtrade er en internasjonal merkeordning for rettferdig råvarehandel mellom bønder og plantasjer i utviklingsland og importører i Nord. De internasjonale Fairtrade-standardene innebærer bl.a. markedsadgang, tryggere arbeidsforhold og rettferdig råvarebetaling for råvareprodusenter i Afrika, Asia og Latin-Amerika. Tanken er at bedre økonomi og arbeidsforhold gir bøndene og arbeiderne muligheten til å ta styring over eget liv, planlegge fremtiden og bidra til positiv utvikling i lokalmiljøet. Fairtrade-merking på produkter er en konkret og pålitelig løsning for importører og forbrukere i Nord som ønsker å bidra til rettferdig handel og bærekraftig utvikling i Sør.

Stiftelsen Fairtrade Max Havelaar Norges hovedoppgaver er å oppfordre norske bedrifter til å følge Fairtrade-standardene for rettferdig handel og tilby flere Fairtrade-merkede produkter på det norske markedet, samt å informere norske forbrukere om hva Fairtrade er og hva de bidrar til når de kjøper Fairtrade-merkede produkter.

Styret:

Styreleder:	Arne Bjerke, privat
Nestleder:	Guri Tajet, Framtiden i våre hender
Styremedlemmer:	Ole Fæhn, privat Svein Guldaahl, Norges Bondelag Lena Nøstdahl, Fairtrade Max Havelaar Norge José Luis Ramos, Det Kgl. Selskap for Norges Vel Sandra Qian Xiao, privat
Varamedlemmer:	Johanne Sæther Houge, Spire Guro Hellgren, Den norske kirke Mohamed Komeja, Vennskap Nord/Sør

Sekretariat:

Daglig leder:	Erik Hager
Markedssjef og nestleder:	Lena Nøstdahl
Kontorleder:	Wenche Wangsmo
Markedsansvarlig storhusholdning:	Marianne Størseth
Informasjonsansvarlig:	Helle Mjøse
Ansvarlig for markedsaktiviteter:	Åshild Røyenstrand
Prosjektkoordinator:	Andreas Feen Sørensen

Disse står bak Fairtrade Max Havelaar Norge



Ny omsetningsrekord i 2009, is og kaffe var vinnere

Fairtrade handler om rettferdig råvarehandel fra Sør til Nord, og salg av Fairtrade-merkede produkter i Nord er det som bringer velferd til bønder og arbeidere i Sør. Å bidra til at det stadig selges mer Fairtrade-merkede produkter i Norge er derfor en av Fairtrade Norges viktigste oppgaver. I et dagligvaremarked som gikk opp 6,2 %, økte salget av Fairtrade-merkede varer med hele 20 % i 2009. Til tross for finanskrisen og fokus på billige dagligvareprodukter, kjøpte norske forbrukere Fairtrade-merkede produkter for over 300 millioner kroner! Dette betyr ca. 30 millioner kroner i merverdi til bønder og arbeidere i Afrika, Asia og Latin-Amerika, som selv kan opprette skoler, helsetilbud, vannforsyning og andre velferdstiltak.



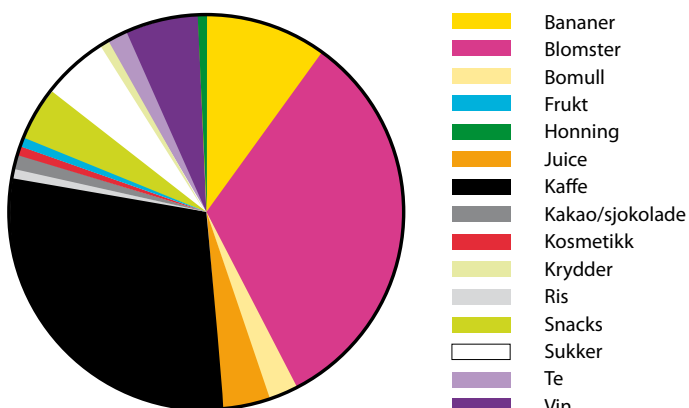
De produktgruppene som hadde størst prosentvis vekst i 2009 var bomull, krydder og is. Ben & Jerry's Fairtrade-merkede hippieis-krem var en kundefavoritt hos Deli de Luca, 7-Eleven, Meny og Ultra i 2009. Økningen i kryddersalget kan forklares ut ifra to viktige nordiske lanseringer; svenske Santa Marias lansering av fem kryddersorter og United Nordics to pepper-varianter. De tradisjonelle bestselgerne kaffe og sukker hadde god vekst, og grunnet de store volumene brakte denne veksten mye ekstra nytte til Sør. "Fairtrade-flaggskipet" kaffe økte med hele 43 %, og i tillegg til nye produkter, er hovedårsaken at offentlig sektor, kommuner og storhusholdningskunder for alvor har begynt å få smaken på Fairtrade.

Et annet produkt som er verdt å trekke fram, er Fairtrade-merkede blomster. Blomster er en slags luksus i hverdagen som mange stryker fra handlelisten i trange tider, og direktør i Mester Grønn Erling Ølstad og andre advarte om at man ville komme til å se en markant nedgang i salget av både konvensjonelle og Fairtrade-merkede blomster i Norge og internasjonalt i 2009. Men det skulle vise seg at norske forbrukere fortsatt ville pynte sine hjem med Fairtrade-merkede blomster, og salget holdt seg stabilt.

Estimert omsetning av Fairtrade-merkede produkter (i NOK)

	2008 Est. omsetningsverdi	2009 Est. omsetningsverdi
Total omsetning (i NOK)	252 074 906	301 527 956
Økning i omsetning	Ca. 73%	Ca. 20%
Per capita-forbruk (i NOK)	53	62

Omsetning av Fairtrade-merkede produkter 2009 fordelt på produktgrupper



Nye produkter

Kaffe
Green World (Joh. Johannson)
Farmer's hele bønner (Joh. Johannson)
Baker Hansens egen kaffe (Baker Hansen/Pals)
Aware instant-kaffe (United Nordic)
Økologisk kaffe (Friele)
Enkopps filterpose (Friele)
Krydder
Aware hel pepper og malt pepper (United Nordic)
5 typer krydder (Santa Maria)
Vin
New Frontiers Cabernet Sauvignon (Lindemans)
Savannah Chardonnay (Arcus)
Blomster
Nellikker (Mester Grønn)
5 buketter med roser kombinert med andre blomster (Mester Grønn)
Te
Aware earl grey (United Nordic)
Kakao/sjokolade
Aware melkesjokolade og mørk sjokolade (United Nordic)
Aware bakekakao og drikkekakao (United Nordic)
Green Choice økologisk sjokoladepålegg (Haugen-Gruppen)
Juice
Aware appelsinjuice og tropisk juice (United Nordic)

Norske bedrifter som importerer og selger Fairtrade-merkede produkter

Bedrifter	Produkter	Bedrifter	Produkter
Interflora-Norge AL	Blomster	Joh. Johannson Kaffe AS	Kaffe
Mester Grønn AS	Blomster		
Primaflor AS	Blomster	Kaffe1	Kaffe
Svein Nesse AS	Blomster	Kaffehuset Friele AS	Kaffe
Svinningen gruppen	Blomster	Scanomat Norge	Kaffe
Bedre!	Bomull	Stavanger kaffebrenneri AS	Kaffe
Mascot Høie AS	Bomull	Select Flavour*	Krydder
Global Fair Trade	Bomull	Alternativ Mat AS	Sjokolade
Fair Trade Norge*	Bomull	CSR Norge	Sjokolade
Supernatural AS*	Bomull	Future & Hope	Sjokolade
Bama Gruppen AS	Frukt	Friends Fair Trade	Sportsballer
Øko-kompaniet AS	Frukt	Confecta AS	Te, krydder
Lerum AS	Juice	Unil AS/United Nordic*	Kaffe, te, sjokolade, kakao, krydder, juice
AS PALS	Kaffe	Arcus AS	Vin
Coca Cola Drikker Norge AS	Kaffe	Podium Wines AS	Vin
Det Stavangerske Kaffeselskap AS*	Kaffe		

* ny i 2009

Hvem dyrker råvarene våre?

Kaffe

Kaffe er en viktig del av hverdagen til millioner av mennesker; millioner drikker det for å komme i gang om morgenen eller når vi er i hyggelig lag, og millioner dyrker den for å tjene til livets opphold. Etter olje er kaffe den varen i verden som omsettes for størst verdi, men verdens ca. 25 millioner kaffebønder i land som Brasil, Vietnam, Colombia og Guatemala, får ofte en liten del av den store kaken. Det tar fire år fra kaffeplanten settes i jorda til man kan høste kaffebønner fra den, noe som gjør det vanskelig for småbønder å planlegge produksjonen i forhold til markedets etterspørsel. Svingende råvarepriser har derfor i alle år kjennetegnet kaffehandel og gjør hverdagen vanskelig og lite forutsigbar for mange av verdens kaffebønder.



Foto: Linus Hallgren

Gjennom Fairtrade får kaffebønder, organisert i kooperativer, langsiktige handelsavtaler og en stabil og bærekraftig betaling for kaffen de dyrker. Cidora Samaniego Yanallaco, en 80 år gammel kaffebonde i Peru, forteller at Fairtrade-sertifiseringen førte til store endringer for bøndene i området. Tidligere var kaffen av lav kvalitet og kunne bare selges på det lokale markedet for en lav pris. Men etter at bøndene for 11 år siden gikk sammen om å danne kooperativet CEPICAFE og fikk Fairtrade-sertifisering, ble de lansert på det internasjonale kaffemarkedet. – Da vi organiserte oss lærte vi å dyrke kvalitetskaffe uten bruk av sprøytemidler, og etter det har vi fått økt betaling for kaffen vår, forteller Cidora.

Foto: Santiago Albert Pons



Etter at familien Quec i Guatemala sluttet seg til et Fairtrade-sertifisert kaffekooperativ, kunne de legge til side nok penger til å starte en liten bi-gesjeft; etter arbeidstid selger Rosa Quec mat i landsbyen, noe som gir et kjærkomment tilskudd til familiens inntekt.

Hver gang du velger Fairtrade-merket kaffe i butikken, på kafeen eller på jobben, er du med på å bidra til at flere av verdens kaffebønder kan oppleve den samme gode historien som Cidora Yanallaco og familien Quec har opplevd.

Kakao

Mer enn 14 millioner mennesker i 30 utviklingsland lever av å dyrke kakao, og ca. 90 % av verdens kakao dyrkes på små, familieeide gårder. Bøndene har ofte ikke tilgang til markedsinformasjon om hva kakaoen deres egentlig er verdt, og mange får meget lav betaling av uærlige oppkjøpere. Fattigdom blir resultatet, noe som igjen fører med seg problemer som tvangs- og barnearbeid – foreldre har ofte ikke råd til å sende barna på skole, men ser seg nødt til å ha dem som fulltids arbeidskraft for å få hjulene til å gå rundt.

Fairtrade-sertifisering betyr at kakaobonden, som må være medlem av et Fairtrade-sertifisert kooperativ, får en råvarebetaling som skal muliggjøre en bærekraftig produksjon og skolegang for barna. Kooperativet får også en ekstra pott penger som ofte brukes på tiltak som skole og helsetilbud, eller på utstyr som gjør produksjonen mer effektiv eller miljøvennlig.

Det finnes ennå ingen norsk Fairtrade-merket sjokolade, men flere utenlandske Fairtrade-merkede sjokolader finnes i norske butikker og kiosker, samt på NSBs tog. Sjokoladehuset Divine har en spesiell historie; 45 % av sjokoladehuset eies av ghanesiske kakaobønder som er organisert i kooperativet Kuapa Kokoo, et stort kooperativ bestående av over 40 000 bønder i ca. 1300 landsbyer. I tillegg til at Fairtrade-sertifiseringen sikrer bøndene rettferdig betaling og stadig bedre arbeids- og levekår, får de som deleiere både økonomisk utbytte fra Divines overskudd og direkte makt i internasjonal kakaoindustri.

En av kakaobøndene i kooperativet Kuapa Kokoo i Ghana.



Foto: Kennet Havgaard

Neste gang du unner deg Fairtrade-merket sjokolade på lørdagskvelden, skal du tenke på alt det positive du bidrar til ved å gjøre noe så enkelt som å nyte litt sjokolade.

Foto: Linus Hallgren



Fairtrade Norges arbeid i 2009

Fairtrade Max Havelaar Norges jobb er å engasjere kommersielle aktører, forbrukere, kommuner, myndigheter, organisasjoner og andre til å bidra til en mer rettferdig handel mellom Sør og Nord. Økt utvalg og omsetning av Fairtrade-merkede produkter er det som bringer bedre arbeidsforhold og rettferdig betaling til stadig flere bønder og arbeidere i Sør. I tillegg til å fokusere på selve produktene og omsetningen, som du kan lese mer om på side 3, gjør Fairtrade Norge også mye for å skape Fairtrade-engasjement i Norge, blant både private og offentlige forbrukere.

Fairtrade-kommuner

I en Fairtrade-kommune jobber politikere, privatpersoner, organisasjoner, menigheter, næringslivsrepresentanter og andre frivillige krefter, for å spre informasjon om Fairtrade og øke bruken av Fairtrade-merkede produkter i kommunen. Norske Fairtrade-kommuner bidrar direkte til at bønder og arbeidere i Sør kan bygge opp trygge og bærekraftige lokalsamfunn. I 2009 kom 9 nye kommuner til, og antallet Fairtrade-kommuner ved utgangen av året var 21. En del av økningen i kjennskapet til Fairtrade-merket og salget av Fairtrade-merkede produkter som vi har sett de siste årene har vært et resultat Fairtrade-kommunene; oppslag i lokalmedier, informasjonsaktiviteter og bruk av Fairtrade-merkede produkter på arbeidsplasser er bare noen av tiltakene som har ført til at enda mer av råvarene produsert av Fairtrade-sertifiserte kooperativer og plantasjer i Sør har funnet veien til Norge. Et eksempel er Lier kommune, hvor 28 arbeidsplasser bruker Fairtrade-merkede produkter, og hvor kommunen sentralt kjøpte inn 40 ulike Fairtrade-merkede produkter i 2009. I Bærum kommune selger 36 butikker og 12 serveringssteder Fairtrade-merkede produkter, mens 13 kommunale og 44 private arbeidsplasser, samt 11 menigheter, serverer sine ansatte Fairtrade-merkede produkter. Fairtrade-kommunen Kragerø har et felles innkjøpsenheter med kommunene Skien, Porsgrunn, Siljan, Drangedal og Bamble, og i 2009 kjøpte de Fairtrade-merket kaffe og te for over en million kroner.

40 000 tok en Fairtrade-pause

Hvert år gjennomfører Fairtrade Norge en kampanje i uke 43 og 44 hvor målet er å gi nordmenn kunnskap om Fairtrade og oppfordre dem til å kjøpe Fairtrade-merkede produkter. I 2009 arrangerte vi den store Fairtrade-pausen 20. oktober, en nordisk samarbeidskampanje, hvor Sverige, Danmark, Finland og Norge konkurrerte om å få flest mennesker til å ta en pause fra hverdagen og nyte et eller flere Fairtrade-merkede produkter. Det ble avholdt store og små Fairtrade-pauser over hele Norge, over 40 000 nordmenn registrerte sin Fairtrade-pause på nett eller sms, mens det totale tallet i Norden var over 300 000! Fairtrade-pausen ble omtalt i TV2s God Morgen Norge, i NRK P1s Nitimen og Jærradioen, i tillegg til mange oppslag i lokalmedier.

Kronprins Haakon ba om en samtale med George Njooka, ansatt på en Fairtrade-sertifisert roseplantasje i Tanzania, og Erling Ølstad, direktør i blomsterhandleren Mester Grønn, for å høre om deres erfaringer med Fairtrade.

Flere tusen mennesker tok en Fairtrade-pause på Egertorget i Oslo 20. oktober.



Bjergvin bispedømme-kontor tok en Fairtrade-pause 20. oktober.



Foto: Lars Ove Kvalbein

Konferansen om Fairtrade og etisk handel i offentlig sektor

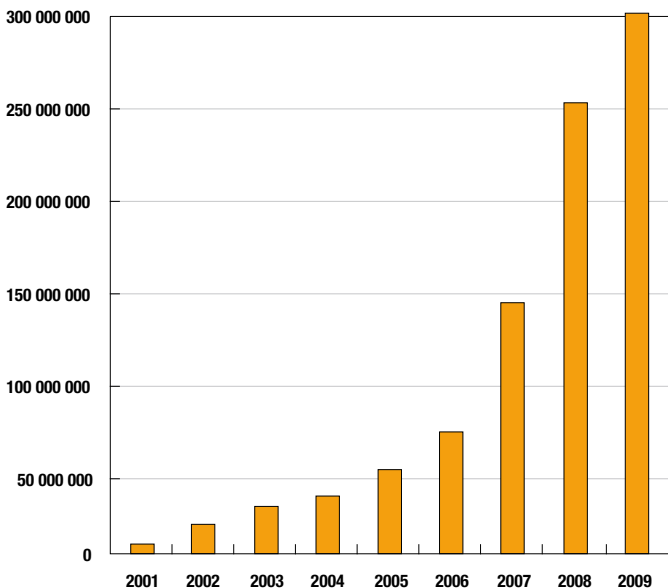
Det offentlige Norge kjøper hvert år varer og tjenester for ca. 380 milliarder kr., og muligheten til å bedre mange menneskers liv ved å stille etiske krav i offentlige anskaffelser er enorm. Fairtrade Norge, Initiativ for etisk handel og Sauda kommune arrangerer hvert år den nasjonale konferansen om Fairtrade og etisk handel i offentlig sektor. Her får representanter fra kommuner og offentlig sektor kunnskap om Fairtrade og etisk handel og hva de kan bidra til ved å legge om sine innkjøp. I 2009 deltok rundt 100 mennesker fra hele landet, og George Njooka, Kronprins Haakon og daværende kommunalminister Magnhild Meltveit Kleppa var blant konferansens innledere. – For oss i Afrika betyr Fairtrade "liv", sa George Njooka, som jobber på den Fairtrade-sertifiserte roseplantasjen Kiliflora i Tanzania. På Kiliflora har de ved hjelp av Fairtrade-premieren blant annet kunnet bygge ut vannforsyning til 45 000 mennesker i landsbyene i området og gi de ansattes barn ungdomsskoleundervisning.



Fairtrade i Norge siden 1997

Siden Fairtrade Norge ble etablert i 1997, har kontakten mellom Fairtrade-sertifiserte bønder og plantasjer i Sør og norske forbrukere blitt stadig tettere. Salget av Fairtrade-merkede produkter har økt jevnt og trutt hvert år, og 2007 var året da forbrukere virkelig trykket Fairtrade-merkede produkter til sitt bryst: med en 110 % økning i omsetningen av Fairtrade-merkede produkter ga forbrukerne et tydelig signal om at de ønsker produkter som er produsert og handlet på en rettferdig og bærekraftig måte. Økningen har fortsatt, og i 2009 kjøpte norske forbrukere og arbeidsplasser Fairtrade-merkede produkter for over 300 millioner kroner. Denne figuren viser hvordan omsetningsverdien av Fairtrade-merkede produkter har vokst siden 2001.

Estimert omsetningsverdi av Fairtrade-merkede produkter 2001-2009



I tillegg til bevisste forbrukere, skal også Fairtrades gode støttespillere ha mye av æren for at råvarene dyrket av bønder og arbeidere i Sør har fått stadig mer gjennomslag i Norge. Flere norske importører og merkevareeiere har investert mye tid og ressurser i å gjøre handel med Fairtrade-merkede produkter til en suksesshistorie for alle involverte; bøndene/plantasjene, importørene/merkevareeierne, butikkene og forbrukerne. Blomsterhandleren Mester Grønn er et godt eksempel på hvor mye en enkelt aktør kan gjøre; i 2009 solgte de Fairtrade-merkede blomster for nesten 100 mill. kr., noe som er omtrent samme beløp som hele dagligvaresektoren solgte Fairtrade-merkede produkter for det samme året. Dette salget har en enorm positiv innvirkning på livene til tusener av plantasjeansatte i Afrika, og gir et godt bilde av hva det er mulig å oppnå gjennom Fairtrade. Ekstra informasjons- og markedsføringsstøtte fra Norad i perioden 2007-2009 gjorde det mulig for Fairtrade Norge å forsterke informasjonsarbeidet overfor norske forbrukere, noe som bidro sterkt til omsetningsøkningen vi så i 2007. I tillegg har Fairtrade Norge et nettverk av stifter- og partnerorganisasjoner som driver mye godt informasjonsarbeid om Fairtrade, for ikke å snakke om det uvurderlige frivillige arbeidet som drives i Fairtrade-kommuner og av andre frivillige.

Fairtrade-merket har nå oppnådd en kjennskap i befolkningen på hele 70 %. For at denne høye kjennskapen skal føre til at Fairtrade-sertifiserte bønder og plantasjer får stadig større markedsandeler i Norge, må kjennskapen til Fairtrade-merket omformes til kunnskap om hva Fairtrade betyr for bønder og arbeidere i Sør. Dette jobber Fairtrade Norge for hver dag, men vi trenger fremdeles hjelp og engasjement fra gamle og nye krefter som kan gjøre Fairtrade til en god historie for enda flere bønder og arbeidere i Sør.

Fairtrade internasjonalt i 2009

Fairtrade er en internasjonal organisasjon som eies av tre produsentnettverk for Asia, Afrika og Latin-Amerika og av 23 Fairtrade-organisasjoner i importlandene. Det finnes ca. 830 Fairtrade-sertifiserte bondekooperativer og plantasjer i 64 land i Afrika, Asia og Latin-Amerika, noe som betyr at om lag 1,2 millioner bønder og plantasjeansatte er direkte involvert i Fairtrade-systemet. Teller man med deres familier, er det over fem millioner mennesker som nyter godt av Fairtrade-betingelsene. Fairtrade-merkede produkter selges i om lag 60 land, og i 23 land finnes det organisasjoner som aktivt fremmer Fairtrade; Fairtrade Norge er en av disse.

Salg av Fairtrade-merkede produkter i Nord er det som bringer velferd til Fairtrade-sertifiserte bønder og arbeidere i Sør. Finanskrisen ga grunn til å frykte en nedgang i salget av Fairtrade-merkede produkter i 2009, men heldigvis ville forbrukerne det annerledes. Det globale salget av Fairtrade-merkede produkter økte med 15 % i 2009, og det ble omsatt Fairtrade-merkede produkter for ca. 3,4 milliarder Euro (over 27 mrd. kr.). Kakao- og sukkerbønder kunne glede seg over en økning i handelen på henholdsvis 35 og 57 %, og kaffebønder opplevde en økning på 12 %. Dette skyldtes at flere store internasjonale aktører Fairtrade-sertifiserte sine kjerneprodukter i 2009; Cadburys flaggskip-sjokolade Dairy Milk bærer nå Fairtrade-merket, det samme gjør Kit Kat-sjokoladen fra Nestlé, iskremgiganten Ben & Jerry's har startet prosessen med å Fairtrade-merke alle sine iskremvarianter, og kaffekjeden Starbucks bruker utelukkende Fairtrade-merket espresso i Europa.

I tillegg til en stabil og rettferdig råvarebetaling, får Fairtrade-sertifiserte bønder og plantasjeansatte også en ekstra pott med penger som skal brukes til produksjonseffektiverende eller sosiale tiltak. Beslutningene om hva pengene skal gå til taes demokratisk av bøndene og de plantasjeansatte selv, og mange velger å investere i skoler, helsetilbud, vannforsyning eller mer miljøvennlig produksjon. For eksempel hadde Fairtrade-sertifiserte kaffebønder totalt 14,5 millioner Euro (ca. 117 mill. kr.) til slike tiltak i 2009, Fairtrade-sertifiserte bananprodusenter hadde 12 millioner Euro (ca. 97 mill. kr.).



Regnskap for Stiftelsen Fairtrade Max Havelaar Norge 2009

INNETEKTER:	Noter	Regnskap 2009	Regnskap 2008
Lisensinntekter		3 689 231	3 782 979
Adm.støtte NORAD		2 336 000	2 300 000
Markedsføringsstøtte		1 000 000	2 000 000
Driftstilskudd stifterne		105 000	105 000
Andre inntekter		45 986	91 536
SUM INNETEKTER		7 176 218	8 279 514
UTGIFTER:			
Personalkostnader	2	3 577 451	2 967 443
Administrative kostnader		2 012 193	1 602 405
Markedsføring /kommunikasjon		513 688	3 604 807
FLO-avgift		572 698	472 416
SUM DRIFTSKOSTNADER		6 676 029	8 647 072
Renteinntekter		19 164	15 255
Rentekostnader		821	27 778
Bankkostnader		10 911	10 071
NETTO FINANSINNETEKTER (-)		-7 433	22 594
RESULTAT		507 621	-390 151

Note 1:

Årsregnskapet er satt opp i overensstemmelse med regnskapsloven og god regnskapsskikk for små foretak.

med ytterligere spesifisering utfra brukerens ønske og behov.

Det er ikke endret regnskapsprinsipp i forhold til tidligere år.

Følgende regnskapsprinsipper er anvendt:

- 1) Transaksjoner er regnskapsført til verdien av vederlaget på transaksjonstidspunktet.
- 2) Inntekter er resultatført når de er opptjent.
- 3) Utgifter er kostnadsført i samme periode som tilhørende inntekt.
- 4) Varebeholdning er vurdert til anslått virkelig verdi.
- 5) Fordringer er oppført til pålydende. Posten består av utestående fordringer, forskuddsbet. kostnader og til gode mva.

BALANSE PR. 31.12.		2009	2008
Eiendeler:			
Maskiner/inventar		0	11 988
Depositum Storgt. 11		62 500	62 500
Varebeholdning	1	15 000	15 000
Diverse kortsiktige fordringer	1	1 381 661	1 634 447
Bank - drift		398 777	164 385
Bank - plassering		519 999	28 155
Bank skattetrekk		103 010	95 964
Sum eiendeler		2 480 946	2 012 440
Egenkapital:			
Stifterkapital	3	100 000	100 000
Egenkapital		1 291 589	0
Årets resultat		507 621	-390 151
Sum egenkapital		1 899 210	-290 151
Leverandører		24 569	166 979
Skyldig skattetrekk		103 475	98 050
Skyldig merverdiavgift		14 442	0
Skyldig arbeidsgiveravgift		137 212	98 259
Påløpne feriepenger		299 884	240 722
Annen kortsiktig gjeld		2 154	16 841
Sum gjeld		581 736	620 851
Sum gjeld og egenkapital		2 480 946	330 699

Note 2: Lønn

	2009	2008
Lønn	2 776 479	2 421 032
Arbeidsgiveravgift	434 425	363 878
Sum	3 210 904	2 784 910

Lønn og annen godtgjørelse til daglig leder utgjør kr 565.709,-.

Stiftelsen har tegnet pensjonsordning for de ansatte som oppfyller vilkårene i lov om obligatorisk tjenestepensjon.

Antall ansatte er 7, som utfører 7 årsverk.

Det er i 2009 utbetalt kr 30.000 i godtgjørelse til styreleder. Øvrige styremedlemmer har ikke mottatt honorar.

Revisjonshonorar for 2009 utgjør kr 45.000,- hvorav 3.000 gjelder annen bistand.

Note 3: Stiftere

Stiftelseskapitalen i Max Havelaar var opprinnelig på kr 50.000, men ble vedtatt økt til 100.000 ved overføring fra fri egenkapital i 2006.



sammen skaper vi gode historier

FAIRTRADE MAX HAVELAAR NORGE

Storgata 11, 0155 OSLO

tlf: 23 01 03 30

www.fairtrade.no

www.facebook.com/fairtradenorge

www.twitter.com/fairtradenorge