



FAIRTRADE  
DANMARK

# RÅVARER DER FORANDRER VERDEN

## ÅRSRAPPORT 2020





# BØNDER OG ARBEJDERE I FOKUS

Forord.....	side 2
Et år præget af COVID-19.....	side 3
En global bevægelse.....	side 6
Fairtrade og verdensmålene....	side 8
Bæredygtige råvarer.....	side 9
Det danske marked.....	side 14



# FORORD

**2020 har i sandhed været et både spændende og udfordrende år. Den igangværende pandemi har sat – og fortsætter med at sætte – sine spor. Året, vi har lagt bag os, har båret præg af stor usikkerhed og uforudsigelighed, men også af samarbejde, tilpasning og nytænkning på tværs af hele Fairtrade-systemet.**

I Danmark har vi set nye forbrugsmønstre, mens nedlukning af arbejdspladser har betydet, at salget af Fairtrade-produkter har bølget frem og tilbage. Tilbage er det gået for det salg, som vores kunder vanligtvis sælger til arbejdspladser, restauranter og caféer. Fremgang har vi til gengæld set i de danske detailkæder med flotte væksttal, både i salget af Fairtrade-produkter og i introduktionen af nye produkter. Alt i alt lander vi på en vækst i omsætningen af Fairtrade-mærkede varer på 3,4 %, hvor højdespringere i produktkategorien er kakao, vanilje, bomuld og bananer.

Det er rigtig dejligt at mærke detailhandlens opbakning, og det vidner også om, at forbrugerens efterspørgsel på Fairtrade-mærkede produkter er stigende. Det har analysebureauet Aim Create også dokumenteret i deres nye undersøgelse af, hvilke bløde værdier danske forbrugere vælger deres varer ud fra. Fairtrade-mærket har de sidste to år taget et stort spring på skalaen og vægtes i dag næsten lige så højt som det røde Ø-mærke.

## **SAMMENHOLD OG SAMARBEJDE ER VEJEN FREM**

Det er inspirerende at se, hvordan vores samarbejdspartnere har knoklet for at følge op på deres forpligtelser og arbejdet ihærdigt for at varetage menneskerettigheder i værdikæderne. Virksomheder, der selv er hårdt ramt økonomisk, har taget vigtige valg om ikke at afbestille ordrer, ikke at presse priser ned og at støtte sine leverandører.

Vi ved, at COVID-19 forstærker global ulighed og rammer fattige lande hårdest. Fairtrade-certificerede bønder og arbejdere har imidlertid været dygtige til hurtigt at omstille sig og håndtere udfordringer. Som globalt system har vi set, hvilken positiv forskel ekstraordinære udbetalinger af Fairtrade Premium har bidraget med i mindre lokalsamfund. Penge der er gået til indkøb af værnemidler,



Camilla Lerberg, direktør  
Fairtrade Danmark

sygepleje og udbetaling af kontanter til dagligdags indkøb som mad og frø til nye afgrøder og selvforsyning. Flere bønder og arbejdere har også omstillet produktionen for en tid og er fx stoppet med at dyrke roser og har i stedet syet mundbind.

## **NY GLOBAL STRATEGI SKAL INDFRI POTENTIALET**

I 2021 lancerer Fairtrade International ny global strategi, som tager hensyn til dagens udfordringer og potentialet for en mere bæredygtig fremtid. Vi er i gang med at gennemgå vores standarder for bananer, kaffe og kakao og lægger særlig vægt på løsninger, der bidrager til at opnå leveløn og leveindtægter. Et vigtigt fokusområde for producentnetværkene er at bistå bønderne med at drive bæredygtige landbrug, der fokuserer på klimaløsninger. Kvinder spiller en afgørende rolle i landbruget, og derfor arbejder vi for at styrke kvinders position i samfundet.

I Danmark vil vi fortsætte med at sætte fokus på behovet for bæredygtige og gennemsigtige globale forsyningskæder, værdien af tredjepartscertificerede mærkningsordninger og øge det nuancerede kendskab til Fairtrade-mærkets arbejde og den forskel, Fairtrade-certificerede produkter bidrager med.



# ØGET FLEKSIBILITET OG SAMARBEJDE



## ET ÅR PRÆGET AF COVID-19

I begyndelsen af 2020 ændrede verden sig drastisk med spredningen af COVID-19-pandemien. Bønder og arbejdere i det globale syd, som allerede lever under vanskelige forhold, blev udsat for endnu større usikkerhed, eftersom pandemien påvirkede alle aspekter af forsyningskæder. Fra forsinkelser i

leveringen af nødvendig gødning til forsendelser, der strandede i havne, fra virksomheder, der lukkede, og folk, der blev afskediget, til tomme butikshylder. Pandemien har gjort det tydeligt, hvor tæt sammenknyttet verden er. På trods af øgede risici og betydelig usikkerhed fastholdt råvareproducenterne deres produktion og tilpassede sig den nye virkelighed.



## RESPONS OG HANDLING

Det har især været vigtigt at tage hånd om sikkerheden for råvareproducenter, arbejdere og deres familier og lokalsamfund i forbindelse med COVID-19. Sammen med producentnetværkene var Fairtrade International tidligt klar med retningslinjer og anbefalinger til producentorganisationer baseret på rådgivning fra bl.a. Verdenssundhedsorganisationen (WHO), International Labour Organization (ILO), International Union of Food og UNICEF. Andre vigtige tiltag var:



### ØGET FLEKSIBILITET I BRUGEN AF PREMIUM



I april 2020 blev brugen af Fairtrade Premium gjort mere fleksibel, så bønder og arbejdere kunne bruge midlerne i svære situationer. Det blev lettere at udbetale Premium kontant, så bønder og arbejdere kunne købe mad og frø til selvforsyning eller uddele værnemidler mod smitte under pandemien.

### ANVENDELSE AF MIDLER



Med støtte fra erhvervslivet, organisationer og regeringer oprettede Fairtrade International to fonde til at hjælpe producenterne: Fairtrade Producer Relief Fund, der skulle dække akutte behov for hjælp, hos bønder og arbejdere, mens Fairtrade Producer Resilience Fund hjalp økonomisk med at opretholde arbejdspladser og aktivitet i produktionen. I september 2020 havde mere end 580 kooperativer modtaget økonomisk støtte, der kom mere end 475.000 mennesker til gavn.

### INTERNATIONAL INDFLYDELSE



Forud for G20-topmødet sendte Fairtrade International en samlet opfordring til verdens ledere om en effektiv og koordineret indsats for at beskytte udsatte bønder og arbejdere i verdens fattigste lande i lyset af coronapandemien. Det var positivt at se, at mange lande tilsluttede sig ministererklæringen om COVID-19 og det multilaterale handelssystem.

### DIGITALE MØDESTEDER



Da landene lukkede, fik producentnetværkene ikke lov til at foretage audits og oprettede i stedet for digitale mødesteder som WhatsApp-grupper, organiserede webinarer og kontaktede regelmæssigt råvareproducenterne for at give vejledning og information. Fx. afholdt Fairtrade Africas Women's School of Leadership program virtuelle dimissioner på fire forskellige steder.



# SAMARBEJDE OG SAMMENHOLD

Takket være Premium-midlerne og med støtte fra fondene har bønder og arbejdere været i stand til at træffe flere foranstaltninger og foretage forskellige investeringer. Her er nogle eksempler på, hvordan pengene er blevet brugt.



## TESTCENTER I COLOMBIA

16 bananproducenter fra Urabá regionen i Colombia bidrog med \$55,000 af deres Fairtrade Premium-midler til et akut COVID-19-testcenter, iværksat af det lokale universitet.

## PRODUKTION AF MUNDBIND I AFRIKA

Blomsterarbejdere hos Oserian Flowers i Kenya skiftede over til at producere mundbind, da den sædvanlige produktion af blomster stilnede af i begyndelsen af pandemien.

## CORONA-SMITTEVÆRN I GHANA

Kooperativer sørgede for, at medlemmerne modtog værnemidler og sanitære produkter. Asunafo North Farmers Union, West Akye og ABOC-FA iværksatte blandt andet formidling og distribution af sanitære produkter i lokalsamfundet for at forhindre spredning af virussen.

## FOREBYGGENDE ARBEJDE I INDIEN

Teplantager i Vestbengalen og Assam havde et stort fokus på at beskytte arbejderes sundhed og sikkerhed. De uddelte corona-smitteværn, medicin og sanitetsudstyr og foretog regelmæssige vurderinger af alle aktiviteter på plantager og fabrikker.

## STØTTE TIL SAMFUNDET I PAKISTAN

Sportsboldproducenten Bola Gema-Pakistan uddelte personlig værnemidler, vitaminer, medicin og mad til 100 arbejdere og lokalsamfundet.



# VORES ARBEJDE



## EN GLOBAL BEVÆGELSE

Fairtrade er en international certificerings- og mærkningordning, som styrker udsatte bønder og arbejdere i verdens fattigste lande. Handel er en central rolle i udviklingsindsatsen og er en vigtig

drivkraft i bekæmpelsen af fattigdom. Fairtrade arbejder direkte med erhvervsaktører, forbrugere og civilsamfundet og arbejder for bedre handelsbetingelser, bedre arbejdsvilkår og mere retfærdige priser. I dag repræsenterer vi over 1,7 millioner bønder og arbejdere, primært i landbrugssektoren i Asien, Afrika og Latinamerika.



# DER ER BEHOV FOR FAIR GLOBALE FORSYNINGSKÆDER

De internationale forsyningskæder er ofte lange og rodede, og det er velkendt, at især landbrugssektoren er i højrisiko for alvorlige krænkelse af menneskerettighederne. Et flertal af verdens råvareproducenter lever i fattigdom og med udbredte forhold som børne- og tvangsarbejde. Oven i det kommer udfordringerne relateret til klimaforandringerne. FN er tydelig omkring, at alle virksomheder har et ansvar for at forebygge eller afsløre brud på menneskerettighederne eller miljø sikkerhed i deres egen drift eller i produktionen af varer.

Fairtrade er et vigtigt redskab for virksomheder, som ønsker at arbejde for at sikre menneskerettigheder og bidrage til en bæredygtig udvikling i deres egen værdikæde. Fairtrade har forskellige programmer for sourcing af råmaterialehandel og produktmærkning.

## KERNEN I VORES ARBEJDE ER AT REDUCERE ULIGHED

### # Standarder for råvareproduktion

Vores standarder omfatter sociale, økonomiske og miljømæssige krav. De bidrager til bæredygtigt landbrug, til at beskytte menneskerettigheder og til økonomisk og social udvikling for bønder og arbejdere.

### # Minimumspris

Fairtrade sikrer, at producenterne får en fast minimumspris for deres råvarer. Minimumsprisen fungerer som et sikkerhedsnet, selv om markedsprisen falder.

### # Premium-betaling

Ud over betaling for deres råvarer modtager kooperativer og plantager en Premium-betaling. Dette er et ekstra beløb pr. stilk / kg. Producenterne bestemmer selv, hvad midlerne investeres i, og de gavner ofte hele samfundet. Såsom at bygge skoler, brønde og adgang til sundhedsydelser.

### # Fokusområder

Udover at gennemføre og kontrollere standarderne for råvareproduktion arbejder Fairtrade tematisk med leve-indkomst og leveløn, bekæmpelse af børne- og tvangsarbejde, menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder, klimatilpasning og kvinders rettigheder og ligestilling.



## ET INTERNATIONALT SYSTEM



Fairtrade International udvikler vores standarder og vores internationale strategi. De vurderer effekten af Fairtrade og fastsætter regler for brugen af Fairtrade-mærket.



Tre regionale producentnetværk repræsenterer bønderne og arbejderne. De hjælper producenter med opfølgning og rådgivning og er deres repræsentanter i Fairtrade-systemet.



De nationale Fairtrade-organisationer fungerer som salgs- og markedsføringkontorer for Fairtrade-mærket.



FLOCERT er et uafhængigt certificeringsorgan, der certificerer og kontrollerer Fairtrade. FLOCERT er ISO 17065 akkrediteret, den mest anerkendte kvalitetsnorm for uafhængig og kompetent certificering af produkter, processer og tjenester.



# FAIRTRADE OG VERDENSMÅLENE

FNs verdensmål er verdens fælles arbejdsplan for at udrydde fattigdom, bekæmpe ulighed og forhindre klimaforandringerne inden 2030. Vi arbejder med flere af verdensmålene hver eneste dag.



## 1: UDRYDDE FATTIGDOM

Omkring 80 % af verdens fattige bor i landområder, hvoraf mange er bønder og arbejdere. Vi arbejder på at fastsætte mål for leveindkomst og leveløn, fremme kollektive lønforhandlinger og beskytte mod udsving i mindstelønnen.

## 5: LIGESTILLING

Vi arbejder for at sikre, at kvinder i kooperativer og på plantager kan deltage i beslutningsprocesser, opnå lige løn og diversificere deres indkomst. Fairtrade-standarderne forbyder kønsdiskrimination, seksuel chikane og kønsbaseret vold, og forældreorlov og rettigheder for gravide kvinder er indskrevet i standarderne.

## 12: ANSVARLIGT FORBRUG

Produktionen af Fairtrade-certificerede råvarer lever op til en lang række sociale, økonomiske og miljømæssige standarder. Der er mere end 30.000 certificerede produkter tilgængelige i 145 lande. I Danmark findes der mere end 2000 certificerede produkter på markedet.

## 16: FRED OG RETFÆRDIGHED

Bønder og arbejdere har 50 % stemmeret på Fairtrades generalforsamling. De plantager og kooperativer, der følger standarderne, skal være demokratiske og transparente og styrkes til at kunne forhandle priser i forsyningskæden. De bestemmer selv, hvordan Premium investeres.

## 2: UDRYDDE SULT

Familielandbrug står for ca. 70 % af fødevarerproduktionen i verden og spiller en stor rolle i at udrydde sult. Bønderne og arbejderne har brug for finansiell stabilitet til at investere i produktion og til at sikre fødevarerens sikkerhed på lang sigt. Vi uddanner dem i, hvordan landbruget kan forbedres og diversificeres for at udvide deres indkomstkilder.

## 8: ANSTÆNDIGE JOBS

Vi forbyder brug af børne- og tvangsarbejde og fremmer bedre arbejdsvilkår og langsigtede handelsaftaler. Vores standarder understøtter også ansættelsesvilkår, der dækker overarbejde, midlertidigt arbejde samt arbejdstagerrettigheder såsom kollektive forhandlinger og fagforeningsfrihed.

## 13: BEKÆMPE KLIMAFORANDRINGER

Råvareproducenter står over for stigende risici såsom tørke, højere temperaturer og skiftende nedbør. Premium-udbetalinger investeres ofte i klimaløsninger. Vi arbejder med klimaakademier, nye teknologiske metoder til overvågning af landarealer, metoder til at udvikle opsamling af regnvand og bevarelse af biodiversiteten.

## 17: PARTNERSKABER FOR AT NÅ MÅLENE

Vi arbejder med mere end 1,7 millioner familielandbrug og arbejdere og 1.800 kooperativer og plantager. Vi samarbejder med tusindvis af virksomheder for at give producenterne og regeringerne mulighed for at opnå en mere retfærdig handelspraksis.



# EN BEDRE FREMTID



## BÆREDYGTIGE RÅVARER

Der er standarder for over 300 forskellige råvarer og over 30.000 forskellige produkter på verdensmarkedet. I Danmark er kaffe, bananer, kakao, sukker, bomuld og blomster de største produktkategorier.



# KAFFE

Vi samarbejder med små kooperativer og kaffebønder i en række lande, fx Peru, Honduras, Colombia og Brasilien. Der er over 758.400 kaffebønder i vores system. Klimaforandringer, svingende markedspriser og fattigdom er kendte udfordringer i kaffesektoren.



## EN ANSTÆNDIG BETALING

Fairtrade fastsætter en mindstepris for kaffe, som giver mere forudsigelighed og en mere sikker indkomst for kaffebønderne set i lyset af svingende markedspriser. De ekstra midler, som kaffebønder modtager gennem Premium, investeres ofte i udvikling af kooperativer og lokalsamfund, såsom uddannelse og sundhedspleje.

## LEVELØN

Fairtrade var med til at grundlægge Global Living Wage Coalition. Derudover har vi udviklet konceptet om referenceprisen for leveløn, der angiver den råvarepris, som er nødvendig, for at bønder med et tilstrækkeligt, bæredygtigt produktionsniveau kan opnå en løn, de kan leve af. Indtil videre har vi beregnet referencepriser for vestafrikansk kakao og vanilje, og vi arbejder på en referencepris for kaffe.

## KLIMALØSNINGER

25 millioner familielandbrug dyrker 70-80 procent af verdens kaffe. Mange af dem lever i fattigdom og rammes hårdt af klimaforandringer. Vores miljøkrav fastlægger retningslinjer for ansvarlig udnyttelse af ressourcerne og beskyttelse af biodiversiteten. Nogle eksempler på initiativer er diversificering af landbrug, agroøkologi og økologisk landbrug. Producentnetværkene arrangerer uddannelse og workshops i klimaløsninger for bønder. Målet er at identificere gavnlige metoder til at reducere udledningen af drivhusgasser og dele erfaringer og viden mellem bønder i de forskellige kooperativer.

## KVALITETSINITIATIV GIVER FLERE MULIGHEDER

Højere kvalitet kan bidrage til højere betaling, mere økonomisk stabilitet og langsigtede handelsaftaler for kaffebønder. Derfor har vi som et krav i kaffestandarden, at mindst 25 procent af Premium investeres i at forbedre kaffekvaliteten og produktiviteten i kooperativet. Producentnetværkene tilbyder uddannelse og afholder kurser i produktion, høst og forarbejdning af kaffe. Derudover giver de oplæring i "cupping", kvalitets- og smagstest af kaffe, hvor man lærer at smage og genkende egenskaber ved forskellige typer af kaffe. Man vurderer duft, smag, mundfølelse og kvalitet og danner en smagsbeskrivelse.

I 2020 gennemførte producentnetværket i Latinamerika CLAC konkurrencen "The Golden Cup". Formålet var at motivere bønderne til at forbedre kvaliteten af den kaffe, de dyrker, og at fremhæve Fairtrade-certificeret kaffe af høj kvalitet til købere

## KLIMAAKADEMI I AFRIKA

Fairtrades klimaakademi er et projekt støttet af The Dutch Postcode Lottery. Formålet med projektet, som startede i 2017 og sluttede i 2020, var at styrke kaffebønderne i mødet med klimaforandringerne. Omkring 16.250 bønder i Kenya og Etiopien, hvoraf 22 procent er kvinder, er blevet uddannet i jord, vand og affaldshåndtering, agro-skovbrug og diversificering af landbruget.



## KAKAO

Fairtrade arbejder blandt andet med familielandbrug i Ghana, Elfenbenskysten og Ecuador. Der er over 322.400 kakaobønder i Fairtrade-systemet. Leveløn, bedre kakaostandarder og klimatilpasning er centralt i arbejdet med kakao.

### FORBEDRINGER AF KAKAOSTANDARDEN

Vores kakaostandard gennemgår i øjeblikket en omfattende revision. Årsagen til revisionen skyldes flere faktorer, blandt andet ny lovgivning i Vestafrika - herunder den afrikanske regionale standard for bæredygtig kakao og indkomstforskelle i Ghana og Elfenbenskysten - og et presserende behov for at håndtere brud på menneskerettigheder, børne- og tvangsarbejde samt skovrydning. Som en del af vores bestræbelser på at opnå anstændige indtægter blev Fairtrades mindstepris for kakao og Premium forhøjet med 20 procent i 2020.

### WOMEN SCHOOL OF LEADERSHIP

Kvinder i Elfenbenskysten har traditionelt set ikke været en del af beslutningsprocesserne i hjemmet og lokalsamfundet. Kun 25 procent af kvinderne i området ejer deres egen jord.

Dette er en af årsagerne til, at Women School of Leadership blev stiftet i 2017 af Fairtrade Africa. Projektet samler kvindelige bønder om uddannelse og vidensformidling om emner som menneskerettigheder og ligestilling mellem kønnene. De tilegner sig også vigtig viden om finansiering, forhandling, og hvordan de kan diversificere landbruget for at øge deres indkomst. I 2020 dimitterede 30 kvinder fra syv forskellige kooperativer. Ti mænd deltog også i projektet og tager viden med sig videre. 1160 personer fra 21 lokalsamfund har indtil videre gennemført forløbet - omkring 80 % er kvinder.

### PILOTPROJEKTER PÅ LEVELØN

Fairtrade har sammen med engagerede partnere, herunder kooperativer, chokoladevirksomheder og handlende, iværksat pilotprojekter om leveløn i Elfenbenskysten og Ghana. For eksempel støtter Fairtrade statens udvikling og samarbejdsorganisation GIZ - et pilotprojekt, der involverer Tony's Chocology, Ben & Jerry's og seks kakaokooperativer i Elfenbenskysten. Udover at validere Fairtrades model for leveløn fokuserer projektet på inkludering af køn, husholdningsøkonomi og kvinders rolle i landbrugsledelse.

### BEST PRACTISE

Méagui Farmers Cooperative Enterprise (ECAM) er et kakaokooperativ i Elfenbenskysten. ECAM har over 2.000 medlemmer. I de sidste to år har de investeret Fairtrade Premium i en fjerkræfarm for at skabe yderligere indtægt og øge fødevarer sikkerheden. Derudover bruges affaldet fra gården som organisk gødning, hvilket reducerer omkostningerne ved jordforbedring af kakaoplantagen. Kooperativet blev dobbelt prisvinder på Elfenbenskystens nationale kakao- og chokoladedag. ECAM blev kåret som bedste kooperativ, og prisen for bedste producent gik til ECAM-medlemmet Yvette Nagalo Awa.



# BANANER

Der er omkring 200 producentorganisationer og over 28.000 bønder og arbejdere, der producerer bananer i Fairtrade-systemet i dag. Klimaløsninger, fokus på leveløn og bedre arbejdsforhold for bønder og arbejdere er nogle af de vigtige områder, vi arbejder med.

## LEVELØN TIL ARBEJDERE PÅ BANANPLANTAGER

At sikre en leveløn for bananarbejdere er fortsat en af de mest presserende og uløste udfordringer i banansektoren. Arbejdstagere i mange producentlande får udbetalt den nationale lovbestemte mindsteløn, men i de fleste tilfælde ligger den stadig under en leveløn.

En vigtig del af Fairtrades arbejde hos certificerede bananplantager er arbejdet med at sikre en leveløn. Arbejdet er baseret på The Anker Methodology, der definerer, at leveløn dækker arbejderstagerne og deres familiers basale behov for mad, vand, bolig, uddannelse, sundhedspleje, transport, tøj og andre vigtige behov, herunder opsparing til uforudsete begivenheder.

### KLIMATILPASNING OG PRODUKTIVITET

Programmet for produktivetsforbedring (PIP) startede i Latinamerika i 2015. Programmet fokuserer på at forbedre jorden ved blandt andet at fremstille organiske pesticider og gødning.

De banankooperativer, der har deltaget indtil nu, har oplevet en gennemsnitlig stigning i deres afkast på 36 %. De har også reduceret brugen af pesticider betydeligt. De samlede produktionsomkostninger og deres CO2-udledning er reduceret.

## GRUNDLØN PÅ BANANPLANTAGER

Et vigtigt skridt i arbejdet med at opnå leveløn for bananarbejderne på Fairtrade-certificerede plantager blev taget i november 2020, hvor Fairtrade indførte Fairtrade Base Wage (minimumsløn) for arbejdere inden for frisk frugt- kategorien. Det betyder, at lønnen som arbejdere får udbetalt kontant, efter alle skatter er betalt, skal svare til minimum 70 % af den leveløn, der er fastsat i det respektive land. Tiltaget træder i kraft 1. juli 2021.

Som en midlertidig foranstaltning, før grundlønnen er på plads, skal op til 30 procent af Fairtrade Premium udbetales som kontant bonus ud over de eksisterende valgfrie 20 procent, der kan bruges kontant, hvis arbejdstagere ønsker det. Fairtrade er i øjeblikket den eneste certificeringsordning, der garanterer en fast Premium for bananer.

## FAST KRAV OM HØJERE LØNNIVEAU

Fairtrades standard for arbejdere kræver lønstigninger over tid for at opnå leveløn. Efter at have indledt grundlønnsordningen må arbejdsgiverne forhandle med fagforeninger eller andre valgte repræsentanter om en plan for at mindske forskellen mellem den faktiske løn og leveløn. Tidslinjen afhænger af virksomhedens finansielle situation, men lønningerne bør øges mere end inflationen for at sikre, at kløften

## STÆRKERE FAMILIELANDBRUG

Fairtrade arbejder også for at styrke de små familielandbrug i banansektoren. Produktion i denne skala er generelt mere besværlig, og bønder mangler ofte adgang til ny teknologi, værktøjer og viden, hvilket gør dem mindre konkurrencedygtige. Det forsøger Fairtrade at afhjælpe.



# BLOMSTER

Fairtrade-mærkede blomster, der sælges i Danmark, kommer fra blomsterplantager i Kenya, Etiopien og Uganda. Der er tæt på 60.000 blomsterarbejdere i Fairtrade-systemet. Ligestilling mellem kønnene, social udvikling og miljøforanstaltninger er centrale dele af vores arbejde.

## FLERE KVINDER I FRONT

Som de fleste råvaresektorer har blomsterproduktionen en tendens til at være domineret og kontrolleret af mænd. Selvom kvinder ofte er stærkt involveret i dyrkning, høstning og forarbejdning, er arbejdet sjældent anerkendt og belønnet.

Fairtrade ønsker at udfordre en række magtforhold ved at fremme ligestilling mellem kønnene og kvinders rettigheder. Vores standarder indeholder fx forbud mod at diskriminere på grund af køn eller ægteskabelig status; gravide og ammende kvinder bør ikke engagere sig i risikabelt arbejde eller håndtere sprøjtemidler.

Desuden bør kvinder være repræsenteret i sundheds- og sikkerhedsudvalg, og der bør være separate garderober og toiletter til kvinder og mænd. Ledelsen af plantagerne skal sikre uddannelse i og procedurer til bekæmpelse af seksuel chikane.

## VÆRDIEN AF PREMIUM

Ligesom for mange andre kooperativer og plantager blev Fairtrade Premium et vigtigt redskab under pandemien.

Fx investerede Waradi Premium-midlerne i desinfektionsmiddel og termometre til alle medarbejdere på farmen. For Penta Flowers betød midlerne en ekstra sikkerhed i tilfælde af, at situationen med pandemien blev forværret. Der blev lagt en plan for, hvordan Premium-midlerne skulle anvendes og fordeles til arbejderne baseret på deres behov.



## FAIR VOICE

I begyndelsen af pandemien blev pilotprojektet Fair Voice gennemført på fire blomsterplantager i Kenya. Fra deres egne mobiltelefoner var blomsterproducenter i stand til at indrapportere og dele oplysninger om, hvordan pandemien har påvirket dem og samfundet.

"When the first positive COVID-19 case was confirmed in Kenya, we were afraid because we didn't really understand what the virus was. Our relationships were affected because we couldn't interact freely for fear of contracting COVID-19."

– Kennedy Simiyu, Bigot farm, Kenya

"At first we didn't think that COVID-19 would be a big issue. Then it hit home, life became difficult. We got stipends from the Fairtrade Premium, which would be added to our pay slips. This came in handy in paying house rent and taking care of other expenses."

– Joan Injete Akumu, Bigot farm, Kenya



# DET DANSKE MARKED



## FOKUS PÅ EN BÆREDYGTIG UDVIKLING

Fairtrade-mærkning af produkter er en konkret handling for producenter, indkøbere, distributører og forbrugere i Danmark, der ønsker at bidrage til en mere fair verdenshandel. Siden 1994 har Fairtrade Danmark arbejdet målrettet på at skaffe flere Fairtrade-mærkede varer på de danske hylder.

Vi bistår danske virksomheder og detailkæder, der ønsker gennemsigtige forsyningskæder med fokus på bæredygtighed, mens danske forbrugere får information om, hvad Fairtrade-mærket står for, og hvad de bidrager med, når de vælger Fairtrade-mærkede produkter på indkøbsturen.



## HOVEDKATEGORIER VÆKSTER TRODS KRISE

I 2020 steg omsætningen af Fairtrade-mærkede varer med knap 3,4 % sammenholdt med 2019. Denne stigning skal ses i lyset af de konsekvenser, som COVID-19 pandemien har haft for Out of Home-sektoren. Salget af Fairtrade-mærkede Out of Home-produkter i 2020 gik tilbage med -27 % sammenlignet med 2019.

Detailhandlen har derimod oplevet en markant fremgang, hvorfor vi trods tilbagegangen på OOH stadig har haft en vækst samlet set. Omstændighederne taget i betragtning, er det et resultat vi er stolte af.

2020 viser, at danskerne havde nok overskud til at vælge fair handel til. Danskernes årlige forbrug af Fairtrade-mærkede varer steg med 8 kroner og landede på 205 kroner per capita. En stigning på 4 %.



VANILJE

40%↑



KAKAO

17%↑



BOMULD

13%↑



BANANER

3%↑



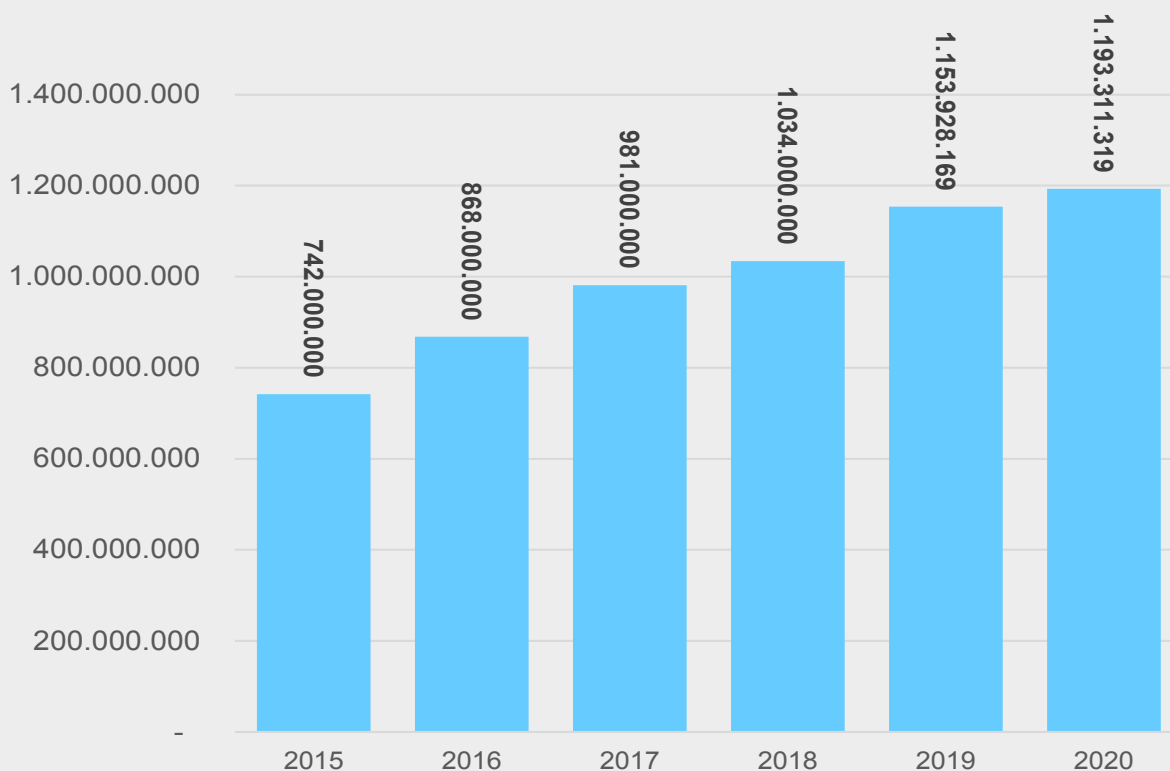
KAFFE

14%↓

Baseret på salget i Danmark i 2020.


### OMSÆTNINGSVÆRDI

I 2020 var omsætningen af Fairtrade-mærkede produkter på det danske marked 1.193.311.319 DKK. Det er en vækst på 3,4 % fra 2019.





# DEN DANSKE FORBRUGER



94%

**KENDER TIL** Fairtrade-mærket  
– og hver fjerde dansker  
kender Fairtrade-mærket godt



55%

**MENER** Fairtrade og økologi  
er en perfekt kombination



77%

**FORBINDER** Fairtrade-mærket  
med noget godt



72%

**KENDER FAIRTRADE** for  
bedre løn og arbejdsforhold  
for bønder og arbejdere



1/3

**GÅR MÅLRETTET** efter  
Fairtrade-produkter, når de  
handler



56%

**ER VILLIGE TIL** til at betale  
lidt mere for varen, hvis den er  
Fairtrade-mærket

I april 2020 gennemførte Aim Create en forbrugerundersøgelse\* for Fairtrade. Vi ønskede at se nærmere på danskernes kendskab til og købsvillighed, når det angår Fairtrade-mærkede varer.

Undersøgelsen viste, at de fleste danskere kender mærket. Og mere end halvdelen af danskerne er villige til at betale mere for en vare, der bærer Fairtrade-mærket. Desuden er der stor enighed om, at økologi og Fairtrade er en god kombination, når det handler om at kombinere bæredygtige mærker.

Danskerne kender Fairtrade for bedre løn- og arbejdsforhold samt minimumspriser på råvarer til bønder og arbejdere. Dernæst følger udvikling af bæredygtige landbrug, udvikling af lokalsamfund, kampen mod børnearbejde, bonusbetaling til bønder og arbejdere til investeringer i lokalsamfund.

Alle mærkesager og essensen af Fairtrade-mærket, der arbejder for en mere fair verdenshandel for udsatte bønder og arbejdere.

\*Undersøgelsen er baseret på 832 spørgeskemaer til et repræsentativt udsnit af danskere mellem 18 og 70 år.



# KOMMUNIKATION OG SOCIALE MEDIER

Vi arbejder med at øge kendskabet til Fairtrade-mærket, nuancere forståelsen af vores kernefortælling og sikre, at Fairtrade Danmark og Fairtrade-mærket er synlig i den offentlige debat, hos forbrugerne og på hylderne.

Kommunikationsarbejdet skal skabe engagement, efterspørgsel og styrke vores position på det danske marked. I 2020 blev verden endnu mere digital – det samme gjorde Fairtrades kampagner og annoncering, bakket op af en ny hjemmeside og ekstra fokus på at sprede Fairtrades budskaber på LinkedIn.

## KAMPAGNER - ÅRET DER GIK



I uge 9-10 afholdt vi kampagne med fokus på Fairtrades arbejde for at fremme økologisk landbrug.



I maj måned afholdt vi World Fairtrade Day med fokus på, hvordan Fairtrade arbejder for en bedre verden.



Årets sidste kampagne 'Råvarer, der forandrer verden' blev afholdt i uge 43 og 44 med stor succes. Kampagnen blev støttet af detailhandlen, samarbejdspartnere og licenshavere.

## 2020 I OVERSKRIFTER

**Mens detailkæder udfaser konventionelle bananer efterspørges mere Fairtrade** – FødevarerWatch, januar

**Fairtrade frigiver direkte økonomisk hjælp til bønder** – CSR.dk, april

**Salget af Fairtrade-mærkede bananer steg med 26 %** – FødevarerWatch, juni

**Med kloden i kurven** – Rema 1000 podcast, juli

**Sammen kan vi spise chokolade med god samvittighed** – Samvirke, november

**Top 5: Varer, hvor Fairtrade batter** – Forbrugerrådet TÆNK, november



LINKEDIN

1.116 FØLGERE



INSTAGRAM

4.097 FØLGERE



FACEBOOK

31.587 FØLGERE





## PREMIUM GENERERET I DANMARK

I 2020 blev ca. 17,8 millioner kroner udbetalt i Premium fra Danmark. Dette er en stigning på ca. 6,3 % fra 2019.

Hver gang danske forbrugere vælger Fairtrade-mærket bidrager de til den Premium-udbetaling som bønderne får som tillæg for råvareprisen. Denne ekstra sum er ikke overflødig, den er helt nødvendig for at dække de investeringer bønder og arbejdere har behov for i lokalsamfundet.

