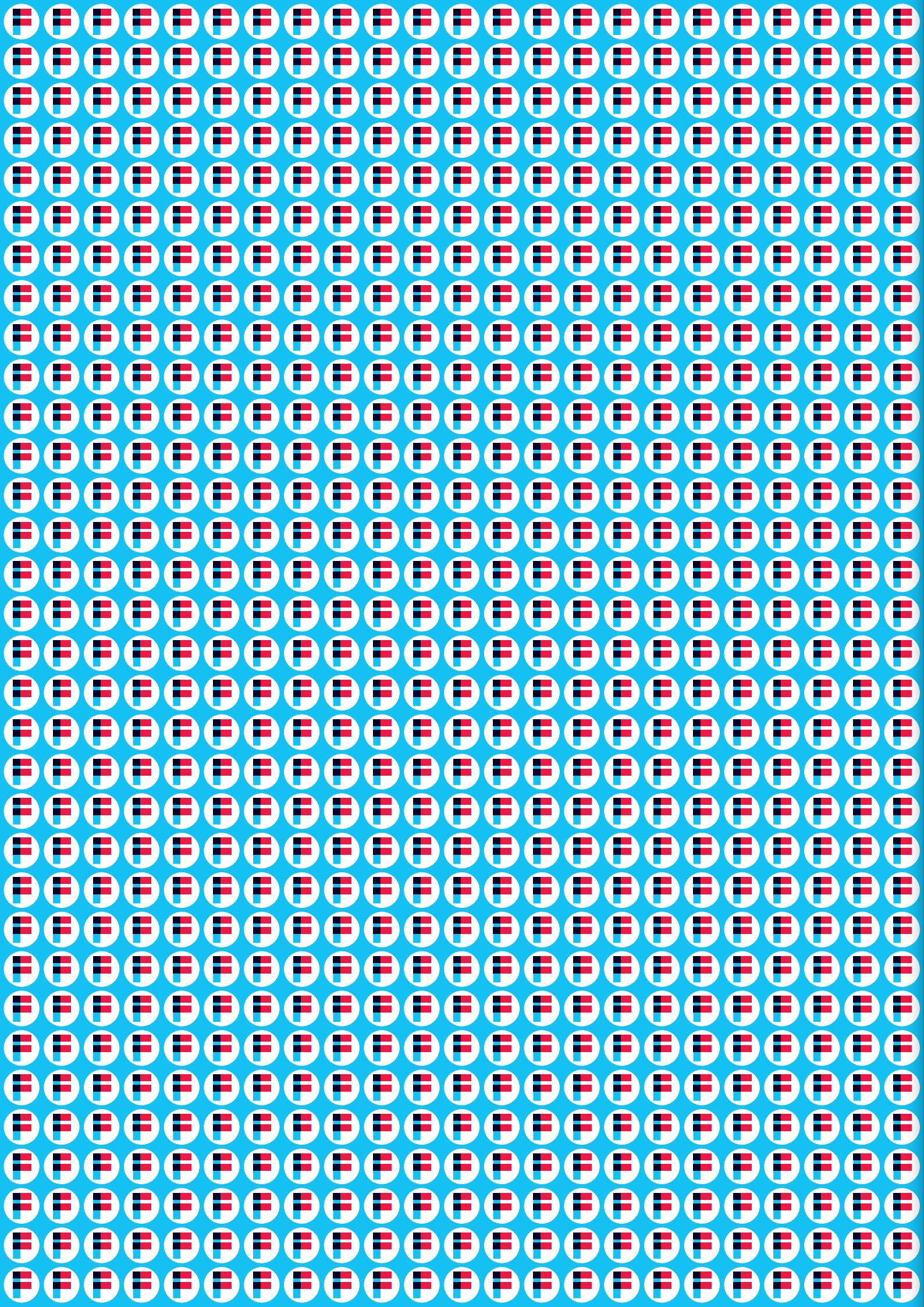




FAIRFOOD

JAAERVERSLAG 2017





VOORWOORD	7
1 • HET VOEDSELSYSTEEM IS KAPOT	8
HET VOEDSELSYSTEEM IN CIJFERS	10
2 • ONS BESTAANSRECHT	12
VISIE EN MISSIE	12
STRATEGIE: HOE VERANDER JE HET VOEDSELSYSTEEM	13
3 • PROJECTEN	14
DE CAMPAGNES	14
KOKOS	14
OPEN FOOD BLOCKCHAINS	17
KOFFIE OP DE BLOCKCHAIN	18
LIVING WAGE LAB	18
WAAR SPREKEN WE AF	19
HET IMVO-CONVENANT: WAAROM HET NIET GELUKT IS	20
INITIATIEFWET ZORGPLICHT KINDERARBEID	20
SDG'S	21
4 • HET HEEL-VEEL-AMBASSADEURS-PLAN	22
FAIRFOODIES	22
OUTPUT VS. OUTCOME	22
IN DE MEDIA	23
5 • ORGANISATIE	24
FAIRFOODIES TEAM	24
TOEZICHT EN BESTUUR	26
RAAD VAN ADVIES	27
PARTNERS	27
RISICOANALYSE	28
6 • VOLLE KRACHT VOORUIT!	29
VERVOLG KOKOSCAMPAGNE	29
NIEUWE CAMPAGNE: KOFFIE	29
5-JARENPLAN	29
7 • FINANCIËLE VOORUITBLIK 2018	30
BEGROTING 2018 IN CIJFERS	30
JAARREKENING 2017	33

In totaal verschenen we **22 KEER IN DE MEDIA** onder meer in de Volkskrant, Trouw (2x!), Leeuwarder Courant, Het Parool en De Morgen

Op de **PARADE IN UTRECHT** (80.000 bezoekers!) verkochten we **615** van onze eerlijke **KOKOSNOTEN**

We hebben een complete **KOFFIEKETEN OP DE BLOCK-CHAIN** gezet

Er zijn **6 NIEUWE FAIRFOODIES** bijgekomen

onze hoogtepunten van 2017

We schoven aan tafel bij de belangrijkste kokospelers, onder meer **UNILEVER, NESTLÉ, CARGILL, MARS, WILMAR, AHOLD DELHAIZE**

We voerden **LEEFBAAR-INKOMENONDERZOEK** uit op de Indonesische eilanden Java en Sulawesi

We hebben **1.000 KOKOSNOTEN** op de blockchain gezet, met een eerlijke beloning voor de **55 INDONESISCHE KOKOSBOEREN**

We mochten ons kokosverhaal vertellen bij **BNNVARA's GROEN LICHT** én **RTL LIVE**

In juli stuurden we een **#KOKOSNOODSIGNAAL** naar 75 belangrijke industriespelers en media

We vierden het tweejarig bestaan van het **LIVING WAGE LAB** met meer dan vijftig agri-foodbedrijven

We waren daarmee **DE EERSTE** Nederlandse partij (en een van de eerste wereldwijd)!

WELKOM

VOORWOORD

En dan hebben we opeens alweer een punt gezet achter 2017. We blijven het bij Fairfood maar zeggen: wat wás het een mooi jaar. In vele opzichten bijzonder, niet in de laatste plaats omdat onze huisstijl een enorme make-over kreeg en Team Fairfood een compleet nieuwe vorm heeft aangenomen. Terugblikkend kunnen we zeggen: 2017 was het jaar waarin we het **ijzersterke fundament** van het nieuwe Fairfood hebben gelegd.

In april vierden we de aftrap van Fairfood nieuwe stijl met al onze vrienden in het Koninklijk Instituut voor de Tropen. Dat mooie evenement was meteen ook de officiële start van onze kokoscampagne, waar we met een gepaste portie trots op terugkijken. We hadden nog net geen wereldprimeur, maar zeker wel een landelijke, toen we kokos op de blockchain zetten.

De campagne deed haar werk met goede publiciteit tot gevolg. We stuurden een #kokosnoodsignaal naar de grootste kokosverwerkers zoals Unilever en Nestlé. Zij hebben werk aan de winkel en kunnen uiteindelijk het verschil maken voor de boeren die er nu nog zo bekaaid vanaf komen. Achter de schermen wordt nu hard aan de weg getimmerd, en wij zijn verheugd om te zien dat onze campagne effect heeft.

Dit alles doen wij omdat we gek zijn op eten. Wij willen jou als consument helpen bij het maken van de juiste keuzes. Met ons eten willen we bijdragen aan de oplossing in plaats van het probleem. Daarom maken wij ons hard voor eerlijk eten. In een eerlijke voedselketen telt iedereen mee. Wij werken voor de mensen die ons eten maken. Zij verdienen een eerlijk inkomen, maar krijgen het niet. Daar gaan we wat aan doen!

Ons werk kunnen we doen dankzij de ruimhartige bijdragen van onze donoren, waaronder de zeer gewaardeerde steun van de Nationale Postcode Loterij. Onze kennis en ons netwerk vormen onze kracht. Onze nieuwe organisatie, die in 2018 verder vorm krijgt, gaat deze sterke kanten optimaal benutten. We kijken dan ook vol vertrouwen en met heel veel enthousiasme vooruit.

Zonder verdere omhaal presenteren we nu ons jaarverslag, waarin we een overzicht geven van onze ontwikkelingen en behaalde resultaten in 2017. Dit jaarverslag is goedgekeurd door de Raad van Toezicht op 16 april 2018.



Sander de Jong
Managing Director



Jolande Sap
Voorzitter Raad van Toezicht

1 • HET VOEDSELSYSTEEM IS KAPOT

We hebben nieuws voor je: het voedselsysteem is kapot. Zonder dat jij daar als consument weet van hebt, draag je met je dagelijkse boodschappen bij aan uitbuiting, honger en kinderarbeid. De mensen achter ons eten krijgen geen eerlijke prijs voor het werk dat ze doen, en dat geeft hen een zwakke positie in de productieketen. Dat vinden wij oneerlijk – zowel voor die mensen achter ons eten als voor jou, de consument. Jij verdient het om een bewuste keuze te kunnen maken.

We kunnen je vertellen wat er allemaal mis is, maar we willen het je eerst gewoon eens laten zien. Hoewel veel van het leed achter ons eten wordt weggestopt in niet-transparante voedselketens, wordt er namelijk zo nu en dan iets opgepikt door de media. Ook in 2017 haalden de mankementen van het voedselsysteem meerdere keren het nieuws. **De opvallendste berichten:**

1 december: Ghanese cacaoboeren

Cocoa Initiative noemt cacao “de ruggengraat van de Ghanese economie” – de 800.000 cacaoboeren in het land zijn samen goed voor 60 procent van de Ghanese agricultuur. Hoewel wij in het Westen wel pap lusten van die cacao, verdienen deze boeren veel en veel te weinig: gemiddeld 32 tot 36 eurocent per hoofd per dag, schreef Cocoa Initiative in december. Dit komt voor de hele familie neer op zo’n 800 tot 2.100 euro per jaar, wat over het algemeen twee derde van het totale inkomen is. Zulke lage inkomens zorgen voor een zogenoemde ‘poverty trap’, doordat boeren niet kunnen investeren en sparen. Het is ook een van de aandrijvers van een ander groot probleem in de cacao-industrie: kinderarbeid. De boeren kunnen onderwijs voor hun kinderen niet betalen en laten ze niet zelden op de plantages werken.

22 augustus: Braziliaanse sinaasappelen

Van al het sinaasappelsap in de Nederlandse supermarkten komt driekwart uit Brazilië. In dat land gaat veel mis in de sinaasappel-industrie: plukkers en telers krijgen veel te weinig betaald en worden blootgesteld aan giftige bestrijdingsmiddelen. De organisatie SOMO meldde in 2017 ook dat er gevallen van moderne slavernij en kinderarbeid bekend zijn.

24 oktober: De Italiaanse tomatenindustrie

Twee van de grootste Italiaanse voedselbedrijven werden in 2017 in verband gebracht met uitbuiting van migranten. Het ging om mensen die de tomaten plukken die wij ook hier in Nederland in de supermarkt vinden. Giganten Mutti en Conserve Italia werden ervan beschuldigd te profiteren van extreme uitbuiting. De tomatenindustrie in Italië kwam onder een vergrootglas te liggen nadat een 47-jarige Sudanese migrant, Abdullah Muhammed, tijdens zijn werk kwam te overlijden aan een hartaanval. De aanklacht in die specifieke zaak luidde dat Muhammed gered had kunnen worden als hij toestemming had gekregen om naar het ziekenhuis te gaan. Muhammed zou net als vele andere duizenden plukkers werkdagen van soms wel 12 uur maken, zonder pauzes en toegang tot gezondheidsvoorzieningen, en daarvoor een hongerloon krijgen.

3 april: De Indiase rietsuikerindustrie

Al Jazeera schreef in april over de issues in de Indiase rietsuikerindustrie. Groeiende schulden en onregelmatige regenval maken dat veel boeren geen uitweg meer zien en een einde aan hun leven maken. “Miljoenen Indiase boeren verdienen niet of nauwelijks genoeg om rond te komen, en velen kiezen ervoor om een einde aan hun leven te maken: honderdduizenden hebben in de afgelopen drie decennia zelfmoord gepleegd.”

9 januari: vanille uit Madagaskar

Een Nederlandse vanilleteler sprak vorig jaar op BNR Nieuwsradio over zeer ernstige misstanden in de vanille-industrie op Madagaskar. NRC trok dit na en concludeerde onder meer aan de hand van een rapport van Fairfood: klopt. “De slechte werkomstandigheden in de regio zijn inmiddels ook onderkend door autoriteiten in het land, door hulporganisaties en door de VN. Een veel geciteerde bron is de International Labour Organization (ILO), onderdeel van de VN. Die voerde in 2007 enquêtes uit onder 8.316 huishoudens in Madagaskar naar de levensomstandigheden van in het bijzonder kinderen en constateerde dat 28 procent van de 5- tot 17-jarigen economisch actief is. In de vanillesector is het percentage van jonge arbeidskrachten volgens een recentere evaluatie van de ILO vrijwel zeker hoger.”

4 januari: palmolie uit Myanmar

Er gaat veel mis op de palmolieplantages in Myanmar. Veel van de werkers op de plantages zijn mensen die in hun zoektocht naar werk uit armere delen van het land zijn gekomen. Volgens Al Jazeera hebben zij te maken met slechte gezondheidsvoorzieningen, gebrekkige woonruimte en worden hun salarissen geregeld niet uitgekeerd. Daar komt bij dat de lonen zo laag zijn dat deze mensen sowieso geen keus meer hebben; ze hebben onvoldoende geld om door te reizen of terug te keren naar huis.

HET VOEDSELSYSTEEM IN CIJFERS*

Wist je dat we de komende 40 jaar net zoveel voedsel gaan consumeren als we in de afgelopen 8.000 jaar deden? De toeleveringsketens van ons eten worden in rap tempo ingewikkelder om een snelgroeiende wereldpopulatie te kunnen blijven voeden. Het gevolg: minder transparantie, waardoor ruimte ontstaat voor misbruik en fraude.



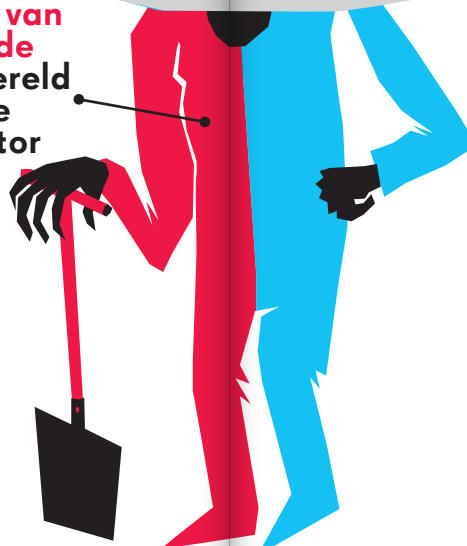
- 520 miljoen in Azië
- 243 miljoen in Afrika
- 42 miljoen in Latijns-Amerika en de Cariben



Dat zijn **107,5 miljoen jongens en meisjes**



Ruim de helft van **alle werkende mensen** ter wereld werkt in de **agrifoodsector**



Ondanks hun onmisbare rol leven veel van deze boeren in armoede: veel van hen leven **onder de armoedegrens:**



1/3 van al het eten dat wereldwijd geproduceerd wordt, wordt **verspild**



Elk jaar wordt 1,4 miljard hectare grond gebruikt om eten te produceren dat verspild wordt.

Per persoon gooit men in Amerika **95-115 kilo** eten weg

terwijl dit in Sub-Sahara Afrika en Zuid/Zuid-west-Azië slecht **6-11 kilo** is

*Tegelijkertijd is 13% van de volwassenen wereldwijd **obees**



POVERTY TRAP

Een poverty trap ontstaat wanneer een economisch systeem zo is ingericht dat aan armoede ontsnappen zonder externe hulp niet mogelijk is. Dit is de dagelijkse realiteit voor veel van de mensen achter ons eten. Boeren hebben bijvoorbeeld vaak geen of slechte toegang tot kapitaalmarkten voor investeringen, kampen met uitputting van landbouwgrond, hebben gebrekkige of verouderde kennis en moeten dealen met een slechte infrastructuur.

Als het gaat over dodelijke slachtoffers, verwondingen en werkgerelateerde ziekten vormt de agrifoodsector samen met de bouw en mijnbouw, de top 3 van meest gevaarlijke sectoren

2 • ONS BESTAANSRECHT

Enorm bepalend in onze manier van werken zijn onze kernwaarden: pragmatisch, constructief, innovatief, optimistisch. Wat we dus eigenlijk willen zeggen, is dat we ondanks alle narigheid niet bij de pakken neer gaan zitten, maar het gewoon gaan doen: het voedselsysteem stukje bij beetje eerlijker maken.

VISIE EN MISSIE

Fairfood komt op voor de mensen achter ons eten die zelf niet of nauwelijks rond kunnen komen. Onze missie: alleen nog eten op ons bord dat is geproduceerd door mensen die in waardigheid kunnen leven, waarbij het milieu wordt gerespecteerd en iedereen er sociaal en economisch op vooruitgaat. Kleinschalige boeren en werknemers in de voedselsector verdienen een leefbaar inkomen, waarmee ze bij kunnen dragen aan veranderingen die leiden tot sociale en economische welvaart voor iedereen.

We begrijpen dat een oplossing niet eenvoudig is, maar we vinden wel dat iedereen zijn verantwoordelijkheid moet nemen. Supermarkten, producenten en voedselverwerkers horen de rechten te beschermen van alle mensen in hun productieketens – ook van de mensen aan het begin van die ketens. Daar gaan wij aan werken. In onze visie speelt Fairfood een belangrijke, verbindende rol in de overgang naar een duurzaam en transparant voedselsysteem.

Die missie en visie zijn leidend in alles wat we doen. We zijn een stichting die campagne voert om bewustzijn te creëren. We bouwen ondertussen aan partnerschappen en projecten, al dan niet samen met de industrie. Alles wat we doen, staat in het teken van een eerlijker en duurzamer voedselsysteem.

LEEFBAAR INKOMEN

Een leefbaar inkomen is de vergoeding die een zelfstandige of werknemer ontvangt voor een standaardwerkweek, en die voldoende is voor diegene en zijn/haar familie om zich een degelijke levensstandaard te kunnen veroorloven. Dat houdt onder meer in dat diegene en zijn/haar familie voldoende voedsel en water, een dak boven het hoofd, onderwijs, gezondheidszorg, transport en kleding hebben. De vergoeding moet daarnaast voldoende zijn om wat geld achter de hand te houden als appeltje voor de dorst. In dit jaarverslag gebruiken we 'leefbaar inkomen' als overkoepelend begrip. Over het algemeen wordt onderscheid gemaakt tussen 'leefbaar loon', dat verwijst naar mensen in dienstloon, en 'leefbaar inkomen', dat verwijst naar zelfstandigen, zoals de meest boeren achter ons eten.



STRATEGIE: HOE VERANDER JE HET VOEDSELSYSTEEM

Wij denken dat het kan, eerlijk eten. Daarom zetten we letterlijk en figuurlijk onze tanden in de transitie naar een eerlijker voedselketen. In grote lijnen richten we ons op drie dingen:

EETBARE CAMPAGNES

Fairfood is een consumentenbeweging. We willen jou als consument ervan bewustmaken wat er op je bord ligt. We lanceren daarom een reeks productcampagnes en brengen zelf eerlijke, armoedevrije producten naar Nederland. Producten geselecteerd op impact, waarmee we de consument bewust willen maken van de armoede die schuilgaat achter ons eten. Voor onze campagnes doen we daarnaast onderzoek naar de misstanden in ons eten en lobbyen we richting supermarkten en voedselproducenten.

BEWEGING VAN KOPLOPERS

In iedere campagne zoeken we een coalitie van bedrijven die aan kop willen gaan en het goede voorbeeld voor de hele sector willen geven. Publiek-private partnerschappen zullen steeds belangrijker worden voor het versnellen van verandering. Daarin delen we de lessen vanuit onze eetbare campagnes en pionieren we met nieuwe technologieën, zoals de blockchaintechnologie, die bijdragen aan het vergroten van duurzaamheid en transparantie.

SAMEN DELEN

De kennis die we opdoen, delen we actief, onder meer in ons Living Wage Lab en Open Food Blockchain-alliantie (zie ook hoofdstuk 'projecten'). We gaan samen aan de slag en met z'n allen profiteren we van de geleerde lessen.

3 • PROJECTEN

Kijk, nou houden we bij Fairfood heus van praten, maar nog veel blijer worden we van gewoon *doen*. Zo wil het weleens gebeuren dat een van ons kokosnoten staat te nummeren in Indonesië, terwijl een ander de huishoudboekjes van boeren uitpluist en weer een ander met de vuist op de onderhandeltafel slaat. Hè, wat? Inderdaad, tijd om je te vertellen wat we zoal doen.

DE CAMPAGNES

Fairfood is in de eerste plaats een campagneorganisatie. Voor de schermen is te zien hoe we product na product oppakken in wat wij onze publiekscampagnes noemen. Na elke publiekscampagne volgt achter de schermen een industriecampagne, die erop neerkomt dat we het gesprek aangaan met partijen die volgens ons werk aan de winkel hebben. Daar moeten concrete acties en projecten uit voortkomen, die leiden tot leefbare lonen en inkomens.

KOKOS

Het afgelopen jaar stond voor ons grotendeels in het teken van onze kokoscampagne. Want in die industrie gaat veel mis. Fairfood onderzocht de kokosketen van boer tot fabriek waar de kokosolie geperst wordt. Dat deden we op Java en Sulawesi, Indonesië. In Noord-Sulawesi hebben dé twee grote olieraffinaderijen die aan Nederland leveren beide een fabriek. Uit gesprekken met boeren, boerenorganisaties, collectors, fabrieken en overheid bleek hoe lang en weinig transparant de productieketen is. Veel van het geld dat uiteindelijk door de consument voor kokos betaald wordt, komt nooit bij de boer terecht door de vele tussenpersonen.

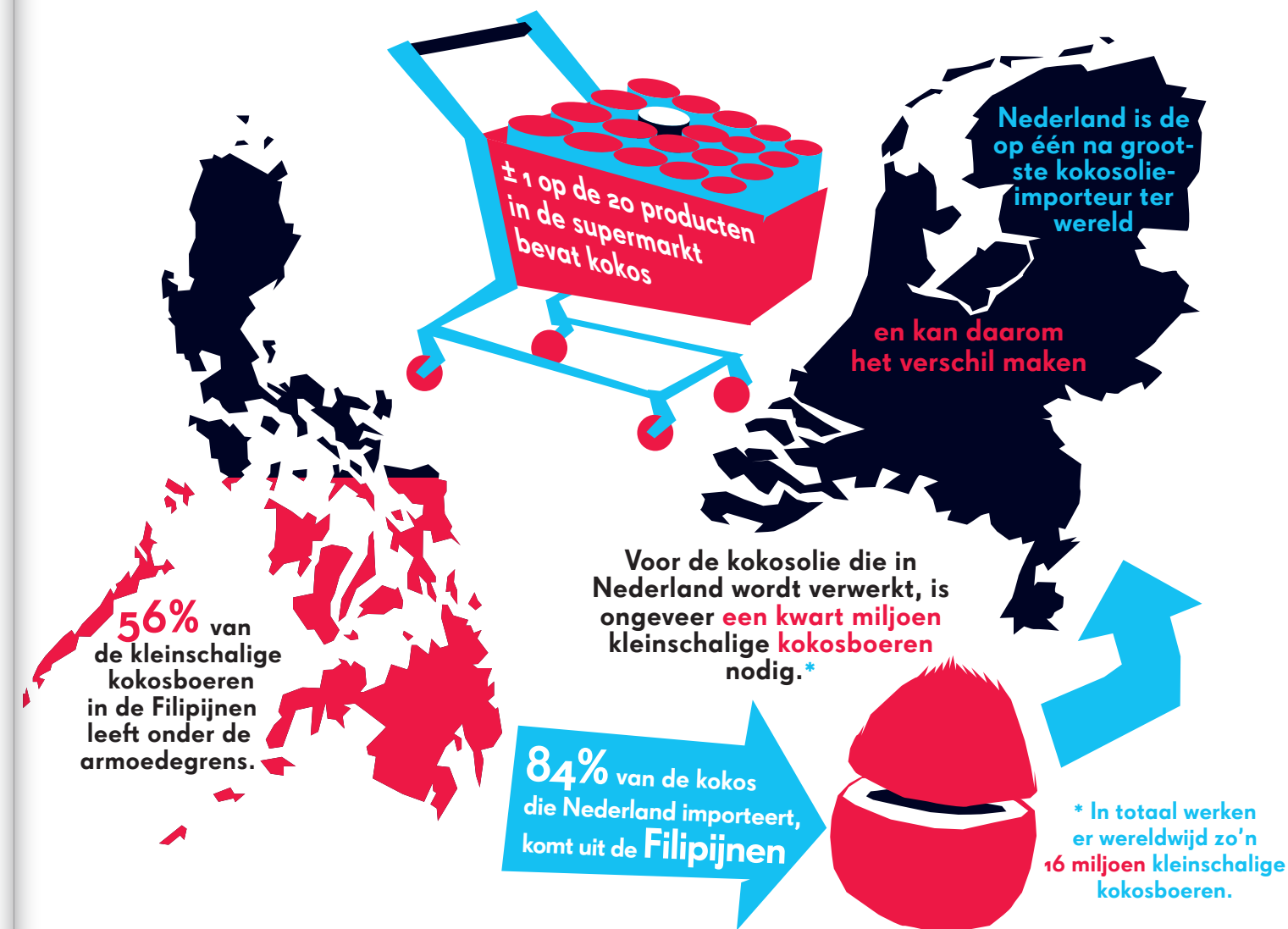
Neem de 'collectors': kokosnoten zijn voor veel boeren de hoofdbron van inkomsten, maar kunnen maximaal vier keer per jaar geoogst worden. Dit betekent dat er een groot deel van het jaar geen geld binnenkomt. Om die reden gaan de boeren vaak een relatie aan met 'collectors'; mensen uit de gemeenschap met iets meer geld, ondernemingszin en vervoer. Zij kopen de noten van verschillende boeren in, om ze vervolgens door te zetten naar andere tussenpersonen of de fabriek. Deze collectors zorgen er ook voor dat de boeren geld hebben tussen de oogsten door. Klinkt nobel, maar dat is het niet per se. Het geld dat zij aan de boer geven, uiteraard in de vorm van leningen, verplicht de boer ertoe om zijn volgende oogst aan diezelfde collector te verkopen. Als gevolg daarvan is hij of zij niet in de positie te onderhandelen over de prijs. Er is nog een probleem: door gebrek aan aandacht vanuit de overheid en kennis onder de boeren, investeren de kokosboeren in Indonesië veel te weinig in hun bomen. Het gevolg is dat de productie van vruchten veel lager is dan mogelijk zou zijn, onder meer omdat oude bomen niet worden vervangen.

Het leven van een kokosboer gaat niet over rozen. De volgende generatie heeft dan ook liever een baan in de stad. Om te zorgen dat we kokosolie kunnen blijven gebruiken, is het van belang dat kokosboeren een waardig leven leiden en een eerlijke prijs krijgen. Dat zij een leefbaar inkomen hebben, dus.

EEN LEEFBAAR INKOMEN VOOR DE BOER

Een leefbaar inkomen garandeert dat een boer en zijn of haar gezin in de basisbehoeften kunnen voorzien en daarnaast kunnen sparen. Kleine boeren halen hun inkomen vaak uit meerdere inkomstenbronnen – naast de verkoop van kokosnoten bijvoorbeeld uit maïs en eieren van hun kippen. Hoe bepaal je dan welk deel van het leefbaar inkomen uit de verkoop van kokos moet komen? Kijk je dan naar de tijd die eraan besteed wordt, het deel van het inkomen dat nu van de kokosverkoop komt of het deel van het land dat de bomen innemen?

Onze living wage & livelihoods expert Anna reisde in mei vorig jaar af naar Indonesië, waar ze dit allemaal heeft uitgepluist en uiteindelijk de eerlijke prijs voor een enkele kokosnoot heeft vastgesteld. Op Java werkte ze samen met onze partner Aliet Green, een exporteur van kokossuiker geproduceerd door de kokosboeren in de omgeving. Anna heeft met een team van community workers van Aliet Green verschillende kokosboeren



en -boerinnen bezocht en hen uitgebreid geïnterviewd. Samen maakten ze huishoudboekjes om erachter te komen wat de inkomstenbronnen en uitgaven van de boerenfamilies zijn.

Dat was nodig om vast te stellen hoeveel geld een 'waardig leven' kost op Java. Dat waardige leven omvat onder meer een voedzaam dieet. De Indonesische overheid heeft eerder al per provincie berekend wat de kosten voor een voedzaam dieet per persoon per maand zijn. Als je daar de kosten voor gezondheidszorg, onderwijs, woning en vervoer bij optelt, plus 10% extra om te sparen, kom je uit op het leefbaar loon. In het gebied op Java kwam het leefbaar loon neer op 1,589,897 Rupiah (104 euro) per maand. Door dat leefbaar loon te vermenigvuldigen met het gemiddeld aantal mensen per huishouden en te delen door het aantal mensen per huishouden dat werkt, kom je op het leefbaar inkomen. In het gebied op Java was dit 3,008,084 Rupiah (197 euro) per maand. Nu het slechte nieuws: de kokosboeren bleken slechts een derde te verdienen van wat nodig is om waardig te kunnen leven.

DE ALLEREERLIJKSTE KOKOSNOTEN DANKZIJ BLOCKCHAIN

Kokosboeren een eerlijk loon betalen lijkt eenvoudig, maar de weg die een kokosnoot aflegt van boom tot bord is lang en ingewikkeld. Dat kan anders. Om dat te bewijzen hebben wij zelf 1.000 eerlijke kokosnoten naar Nederland gehaald. Nadat Anna haar living-wage-onderzoek had uitgevoerd, wisten wij hoeveel geld een kokosboer per kokosnoot moet verdienen om behoorlijk rond te komen. Zo kwamen we tot een premium van 60 cent per noot die we betaalden bovenop de prijs die de boeren normaal gesproken voor hun noten krijgen.

BLOCKCHAIN

Een blockchain is een decentrale, gedistribueerde database, die bestaat uit een groeiende lijst met *records*. Elk record kan je zien als 'blok' – vandaar de naam blockchain. Zo'n blok kan een transactie zijn – Jan heeft Marieke X euro gegeven – maar bijvoorbeeld ook een stukje computercode. Daarmee kunnen dus ook informatie en processen worden vastgelegd.

De kokosnoten hadden geen keurmerk. Dat was ook niet nodig: alle stappen van boom tot bord brachten we tot in detail in kaart en hebben we vastgelegd met de blockchaintechnologie. Elke kokosnoot kreeg uiteindelijk een unieke (QR-)code, waarmee de consument alle stappen kon bekijken en zo precies kon zien wie zijn of haar kokosnoot plukte. En waar het ons vooral om te doen was: welke prijs diegene daarvoor ontving. Noem het een digitaal paspoort voor de kokosnoot. Mogen we je nog even met gepaste trots vertellen dat wij de eerste in Nederland en een van de eersten ter wereld waren die een voedselproduct op de block-chain zetten? Dat is toch mooi?



ARJO WIYADI

Dit is Arjo Wiyadi (56), trotse eigenaar van 35 kokosbomen. Zijn kokos verbouwt hij op het Indonesische eiland Java, in het dorpje Hargotirto, waar hij en zijn vrouw ons hartelijk ontvingen. Tijdens een van onze gesprekken benadrukte hij dat hij trots is op zijn beroep – dat hij hoopt dat zijn kinderen ook kokosboer worden en dat de voornamelijk op kokos draaiende cultuur in het dorp zo voort blijft bestaan. Toch moest hij ook toegeven dat het werk zwaar is – van alleen de noten komt hij niet rond, dus tapt hij ook sap af van zijn bomen, waarmee kokossuiker gemaakt wordt. Die suiker levert hem vier keer zoveel op als de kokosnoten. Da's mooi, zou je denken, maar daarvoor beklimt hij wel veertig keer per dag bomen die tot wel 30 meter hoog worden. Zonder enige bescherming. En dat is precies zo gevaarlijk als het klinkt.

BOEKJE OPEN: DE GESPREKKEN MET DE INDUSTRIE

Een deel van die eerlijke kokosnoten hebben we samen met de individuele verhalen erachter verkocht – online en op de Utrechtse Parade (was gezellig joh!). 75 noten waren uitverkoren om de industrie wakker te schudden. Het **#kokosnoodsignaal** noemden we dat: op 20 juli ontvingen belangrijke spelers uit de kokos-industrie en verschillende media deze noten samen met een factpack, een brandbrief en de uitnodiging om aan tafel te gaan om de issues en mogelijke oplossingen te bespreken.

Daar zijn goede gesprekken uitgekomen, met onder andere Unilever, Nestlé, Ahold-Delhaize, Barry Callebaut, Mars en Cargill. Daarnaast spraken we verschillende brancheorganisaties. De reacties op ons **#kokosnoodsignaal** waren overwegend positief. Ook de gesprekken waren bemoedigend. Cargill was op dat moment al gestart met een pilotproject voor kokosboeren in de Filipijnen. Inmiddels kunnen we melden dat Mars, Barry Callebaut en Nestlé ook zijn gestart met verbeterprogramma's voor de kokosboeren. Daar zijn wij best een beetje trots op!

Ook voor jou als consument valt er met blockchains iets te winnen: de digitale paspoorten die de producten in de supermarkt met deze technologie krijgen, vertellen je met één scan wie er aan die producten hebben gewerkt en welke reis ze hebben afgelegd. Zo kun jij direct zien of een product past bij jouw wensen. Is het biologisch? Veganistisch? Duurzaam? Eerlijk?

OPEN FOOD BLOCKCHAINS

Een van de meest gebruikte woorden van 2017 was binnen team Fairfood by far 'BLOCKCHAIN'. Want blockchains kunnen volgens ons transparantie bieden in een op het moment enorm vertroebelde keten. Doordat er bij blockchains geen overkoepelende autoriteit is – alle betrokken partijen hebben toegang tot en zicht op de blockchain – kunnen kleinschalige boeren en food workers meer macht uitoefenen over wat er met hun producten gebeurt en wat ervoor betaald wordt. Waar wij erg blij van worden, is de efficiëntie die blockchains kunnen brengen. Blockchains kunnen administratieve processen stroomlijnen – facturatie, betalingen, voorraad – waardoor kosten bespaard worden. Actoren die wel kosten toevoegen maar geen waarde, kunnen er makkelijk uitgepikt worden. Wij fantaseren graag even verder: door deze toegenomen kostenefficiëntie kan er meer geld naar de nu zo vaak onderbetaalde boer gaan, zonder dat jij als consument meer gaat betalen.

Wij werken nu keihard aan open food blockchains. Wij willen jou als consument de potentie van deze technologie laten zien en ondertussen de industrie aan boord krijgen, zodat de positie van boeren en food workers verbetert. Wat hiervoor nodig is, is goed werkende, schaalbare blockchaintechnologie die toegankelijk is voor boeren en food workers in ontwikkelingslanden. Die is er niet op dit moment, dus elke boerencoöperatie, elke producent en elk merk dat z'n keten eerlijker wil maken met behulp van blockchains, staat er op dit moment alleen voor. Dit zorgt voor een gigantische verspilling van tijd en geld, terwijl er naast verschillen tussen ketens ook veel overeenkomsten zijn.

Een betaalbare, open source blockchain toolkit voor eerlijke voedselketens zou bedrijven een geweldig middel in handen geven om positieve invloed uit te oefenen op het begin van vele voedselketens. De ontwikkeling en implementatie van deze open food blockchains is waar Fairfood aan gaat werken. Dat doen we als voortrekker, maar we gaan het zeker niet alleen doen. Partnerships met relevante partijen zijn in de maak en het doel is om voor de zomer van 2018 een stevige kerncoalitie voor Open Food Blockchains gevormd te hebben. Leden van die coalitie gaan samen blockchainprojecten uitvoeren en de resultaten daarvan delen, zodat er op basis van geteste, gedeelde behoeften een roadmap opgesteld kan worden die leidt tot een concreet toepasbare set van bruikbare en betaalbare blockchaintoepassingen.

KOFFIE OP DE BLOCKCHAIN

Onze program manager blockchain Marten van Gils draaide overuren vorig jaar. Na de kokos stonden de laatste twee maanden van 2017 bijna volledig in het teken van koffie. In samenwerking met Fairchain Foundation en Moyee Coffee hebben we namelijk gewerkt aan de ontwikkeling en implementatie van een blockchain-toepassing voor hun Ethiopische koffieketen. Terwijl de koffieoogst al in volle gang was, hebben wij onderzocht wat binnen de gestelde kaders de mogelijkheden waren, van waaruit de richting bepaald kon worden en we blockchainbouwer Bext360 aanstuurden in de bouw van een mooie toepassing.

We zijn naar Ethiopië afgereisd om daar het koffieproductieproces minutieus vast te leggen. Van daaruit werd bekeken voor welke stappen in dit proces blockchaintoepassingen mogelijk en zinvol waren. De hoofdclaims van Moyee – goed, eerlijk, Ethiopisch – konden allemaal met blockchaintechnologie worden gelogd en dus gegarandeerd. De *blockchain powered koffie* moet vanaf april 2018 live zijn. Niet praten maar doen dus. Als Fairfood hebben we onze kennis en skills dankzij dit project verder kunnen uitbreiden en verdiepen. Die kennis en skills zetten we in bij toekomstige projecten.

LIVING WAGE LAB

In 2015 kwam een voor ons logische samenwerking tot stand tussen Hivos en Fairfood. Uit die samenwerking werd het Living Wage Lab geboren. Omdat het probleem van de lage lonen en inkomens niet kan worden opgelost door individuele bedrijven en organisaties, brengen we in dat Lab verschillende stakeholders uit de agrofoodsector samen. Met die stakeholders – denk aan supermarkten, producenten, importeurs, keurmerken, de overheid – willen we tot praktische oplossingen komen, om deze direct binnen de omgeving van het Lab te testen.

Het Lab is een platform voor co-creatie en experimenteren. We spreken van een lab omdat we ideeën en combinaties testen om tot nieuwe methodes en prototypes te komen, die de problemen op het gebied van leefbaar inkomen aanpakken. Het Lab volgt de aanpak van het 'change lab': een sociaal innovatieproces waarin stakeholders samenwerken aan een complex probleem. Oplossingen worden gevonden in nieuwe technologieën, nieuw beleid, nieuwe businessmodellen en andere vormen van samenwerken.

In 2017 organiseerden we in totaal vier sessies, met elk meer dan vijftig deelnemers, waarin we onder meer onderwerpen behandelden als *due-diligence* processen en het verband tussen goed inkoopbeleid en leefbare inkomens.



TWEE JAAR LIVING WAGE LAB

In november 2017 bestond het Living Wage Lab twee jaar. Dat vierden we met een mooie ontbijtsessie. Toegegeven: niet in 2017, maar net over het randje van het nieuwe jaar. Weet je nog die hardste storm in decennia, die woedde op 18 januari? Toen ja. Willem Lageweg, Kwartiermaker en Initiatiefnemer van de Transitiecoalitie Voedsel, en Kirsten van den Hul, Tweede Kamerlid voor de PvdA, waren aanwezig om een speciaal voor deze gelegenheid samengestelde publicatie in ontvangst te nemen. Van den Hul noemde het Living Wage Lab daarbij "een prachtig project met een divers deelnemersveld". "Het is heel bijzonder dat bedrijfsleven, beleidsmakers en ngo's met elkaar om tafel zitten om een belangrijk onderwerp als dit, dat interdisciplinair moet worden aangevlogen, aan te pakken", ging ze verder. "Werken aan een leefbaar inkomen is behalve een slimme investering ook de juiste investering."

Het Living Wage Lab wil in 2018 een nog grotere groep deelnemers aan zich binden. Daarnaast wordt de werkwijze enigszins aangepast: binnen het Lab worden bepaalde thema's voortaan in gespecialiseerde groepjes uitgediept. Eind 2018 hoopt het Lab een of meer tools te hebben ontwikkeld om het voor partijen makkelijker te maken met leefbaar inkomen aan de slag te gaan. In het najaar zijn er plannen om een conferentie te organiseren om kennis en lessen rondom leefbaar inkomen te delen met geïnteresseerden.



Kijk 'r shinen hoor, onze Anna. Tijdens de verjaardag van het Living Wage Lab nam ze ons onder meer mee in de toekomst van het Lab.

ONTWIKKELING TOOL

In samenwerking met Rainforest Alliance/UTZ gaan we binnen het Living Wage Lab een leefbaar-inkomen-tool ontwikkelen voor agrofoodbedrijven die een leefbaar inkomen willen realiseren in hun toeleveringsketen. In december 2017 is deze samenwerking beklonken, evenals een concreet plan, tijdslijn en budget voor de toolontwikkeling. De ontwikkeling zal zoveel mogelijk in samenwerking zijn met de uiteindelijke gebruikers van de tool, om relevantie en bruikbaarheid te garanderen.

WAAR SPREKEN WE AF

Belangrijke kernwaarden als vrijheid, openheid en gelijkheid staan ook in ons eigen Nederland onder druk. Bevolkingsgroepen lijken steeds meer tegenover elkaar te staan, terwijl tegenstellingen worden uitvergroot. Populisme werkt polarisatie in de hand door angst voor de ander aan te wakkeren. Daarom voerden we in de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen samen met onder meer Hivos, Oxfam Novib, Greenpeace en Partos een week lang campagne: als we elkaar kwijtraken, waar spreken we dan af? De campagne moest een bijdrage leveren aan het doorbreken van de angstcultuur en mensen aanmoedigen het gesprek weer aan te gaan met elkaar. De tijdelijke website werd in die tijd door 9,5 duizend mensen bezocht en op Facebook bereikte de campagne ruim 300 duizend mensen.

HET IMVO-CONVENANT: WAAROM HET NIET GELUKT IS

De overheid stimuleert Nederlandse sectoren om afspraken te maken over een gezamenlijke aanpak van risico's ten opzichte van (internationaal) maatschappelijk verantwoord ondernemen (IMVO). Deze afspraken worden IMVO-convenanten genoemd. Voor het convenant van de voedingsmiddelenindustrie heeft Fairfood ruim twee jaar aan de onderhandelingstafel gezeten. Aan die onderhandelingen kwam voor ons in oktober 2017 een einde. Samen met UNICEF, Oxfam Novib, Hivos, Natuur & Milieu en Save The Children kwamen we toen tot de conclusie dat de concepttekst geen solide basis gaf voor het convenant. We zagen daarnaast bij de andere organisaties geen bereidheid meer om verder te onderhandelen.

Het meest teleurstellend vonden we het feit dat enkel de brancheorganisaties en niet de individuele bedrijven zelf het convenant ondertekenen. Daarmee nemen de bedrijven niet de verantwoordelijkheid die nodig is om daadwerkelijk verandering teweeg te brengen. Ook ontbraken concrete resultaatsafspraken en werd er onvoldoende transparantie gewaarborgd over de uitvoering van het convenant.

Dat is jammer, want een ambitieus convenant kan ertoe leiden dat Nederlandse bedrijven eindelijk op structurele wijze gaan werken aan verbeteringen op het gebied van duurzaamheid en sociale aspecten in hun productieketens. Als impactgerichte organisaties kunnen wij alleen onze support geven aan een convenant als we geloven dat het tot versnelling of daadwerkelijke voortgang leidt.

INITIATIEWET ZORGPLICHT KINDERARBEID

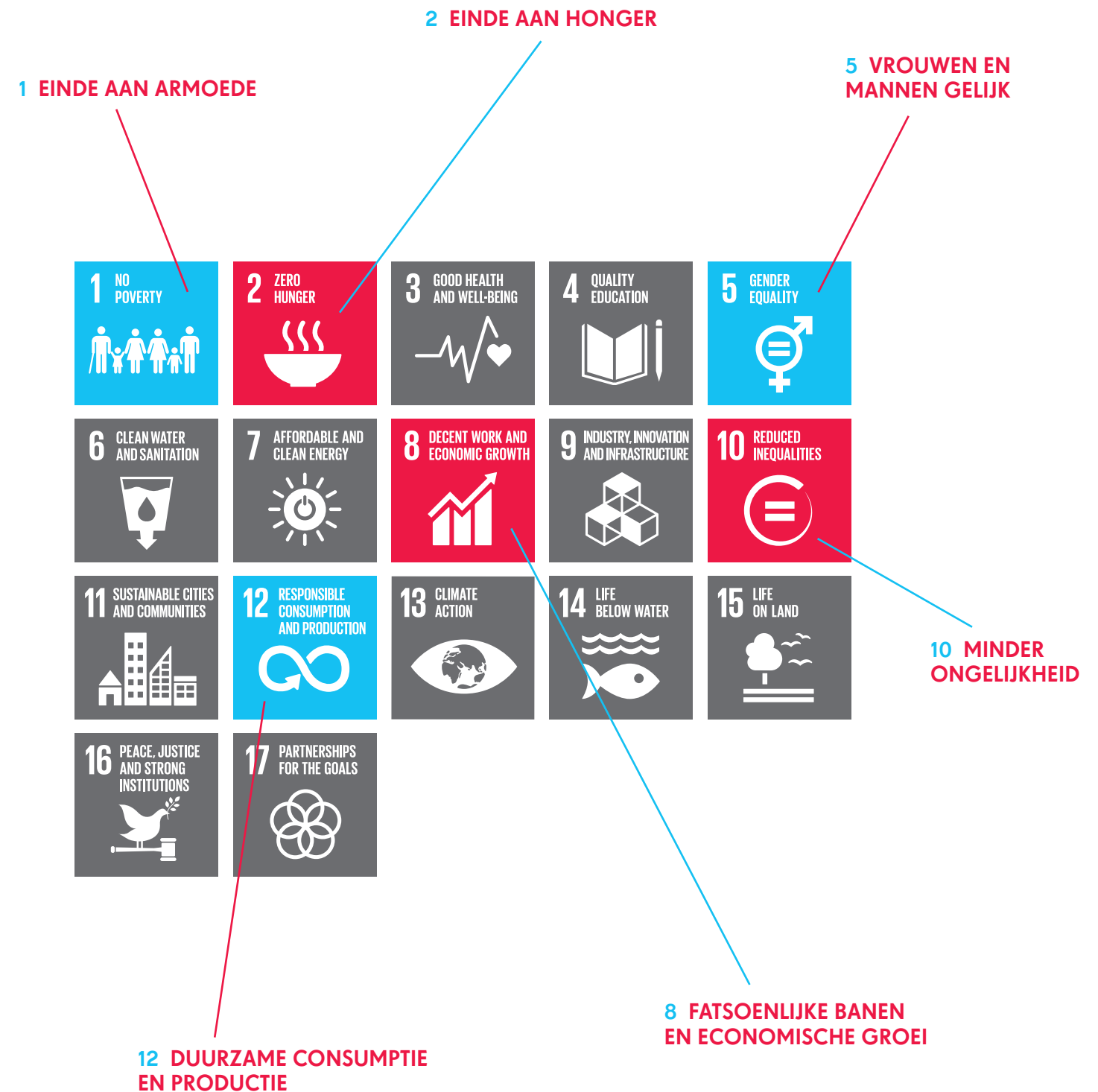
De Tweede Kamer stemde in januari 2017 met ruime meerderheid voor een wet Zorgplicht Kinderarbeid. Die wet moet bedrijven verplichten zich in te spannen om na te gaan of kinderarbeid voorkomt in hun productieketens. Wanneer dat zo blijkt te zijn, wordt hun gevraagd daar actie tegen te ondernemen. Klinkt niet meer dan redelijk toch, je inspannen om na te gaan of er onrecht plaatsvindt in *jouw* productieketens? Vond de Eerste Kamer niet per se. Op 19 december vorig jaar stond een stemming over de wet op de agenda van de Senaat. Het meest gehoorde bezwaar dat voorafgaand aan die stemming klonk, was dat de wet het bedrijfsleven te zwaar zou belasten. Daar zijn we allemaal nogal van geschrokken, dus sloegen ngo's, het bedrijfsleven en welwillende politieke spelers de handen ineen. Tony's Chocolonely initieerde een petitie die ruim 13.000 keer werd ondertekend, wij schreven samen met Max Havelaar, Oxfam Novib, SOMO, Stop Kinderarbeid Coalitie en UNICEF Nederland een brandbrief die in het NRC verscheen. Onder meer Heineken en G-Star Raw riepen de Eerste Kamer op de wet aan te nemen. Ook opvallend: de initiatiefwet werd op dat moment al gesteund door onder meer Verkade, Auping, PLUS Supermarkten, Rabobank en ASN Bank.

We hadden dit kopje graag afgesloten met "en toen werd de wet aangenomen en leefden we allemaal nog lang en gelukkig, jeej!", maar we moeten de spanning helaas nog even opbouwen: de stemming werd uitgesteld en heeft op het moment van schrijven nog niet plaatsgevonden.

'Het is heel simpel: wij willen alleen nog eerlijk eten op ons bord, zodat ook de mensen achter dat eten zich een fatsoenlijk maal kunnen veroorloven'

SDG'S

Na de millenniumdoelen van de Verenigde Naties zijn er inmiddels de Sustainable Development Goals (SDGs). Deze zeventien Duurzame Ontwikkelingsdoelen moeten in 2030 een eind hebben gemaakt aan armoede, ongelijkheid en klimaatverandering. Fairfood werkt actief mee aan zes van de zeventien doelen:



4 • HET HEEL-VEEL-AMBASSADEURS-PLAN

Zelfs als ons team 100 man sterk zou zijn, dan lukt het ons in ons eentje nog niet het voedselsysteem intrinsiek te veranderen. Daarvoor moeten onze idealen breder worden gedragen. Alleen als wij een overtuigende achterban hebben, die samen met ons om verandering vraagt, ziet de industrie zich gemotiveerd om de problemen daadwerkelijk aan te pakken. Daarom dragen we dit hoofdstuk op aan die achterban. Aan jou dus. Gefeliciteerd jij!

FAIRFOODIES

Fairfood is van oudsher een stichting met een actieve achterban van vele duizenden ambassadeurs. Dankzij actieve community building, zoals dat tegenwoordig zo mooi wordt genoemd. Samen moeten we als één man achter ons doel staan. We betrekken al die Fairfoodies bij ons werk met onze campagnes, met petitie's, door ons verhaal te vertellen op onze social media, met een nieuwsbrief en door events te organiseren. Uiteindelijk willen we jou als consument vooral voorzien van alle informatie die je nodig hebt om weloverwogen keuzes te maken. Zo willen we een consumentenbeweging vormen die voor verantwoordelijke en duurzame voedselconsumptie staat. Als we als consumenten de handen ineenslaan, kunnen we positieve verandering teweegbrengen in de levens van de miljoenen mensen achter ons eten. Jij bent uiteindelijk de change-maker.

OUTPUT VS. OUTCOME

Hadden we eigenlijk al verteld dat we in 2017 een mega make-over hebben ondergaan? Daar is vooral onze website ontzettend fijn uitgekomen. Dat vonden we belangrijk, aangezien dat verreweg ons belangrijkste communicatiekanaal is. Op die site kun je te allen tijde terecht voor informatie over onze campagnes en projecten, succesverhalen en actuele blogs. De liefde die we voor onze achterban voelen, blijkt wederzijds. De cijfers:

in 2017...

- ➔ organiseerden we een kick-off event met **85** genodigden
- ➔ hebben we **7** blockchain-events gehost
- ➔ verstuurden we **8** nieuwsbrieven
- ➔ produceerden we **16** video's
- ➔ hebben we **145** tweets gepost
- ➔ plaatsten we **150** Facebook-berichten

de resultaten:

- ➔ **33,5 duizend** websitesessies
- ➔ **25 duizend** unieke websitebezoekers
- ➔ **3,7 duizend** abonnees op onze nieuwsbrief
- ➔ **93,1 duizend** Facebook-volgers
- ➔ **173 duizend** views voor onze best bekeken video
- ➔ **13 duizend** Twitter-volgers



IN DE MEDIA

Veel van die aandacht hadden wij en onze campagne niet gekregen zonder alle mooie media-aandacht. In het bijzonder sprong daar de aflevering van BBN/VARA's GroenLicht uit, waarin we mochten vertellen over de problematiek in de kokosindustrie. Een ander hoogtepunt kwam in de vorm van ons optreden bij RTL Live. En we hebben ze nog steeds aan de muur hangen: de twee artikelen in Trouw en het stuk in de Volkskrant. We zijn hier best een beetje trots op, dus we gaan nog even door: we verschenen onder meer in de Leeuwarder Courant, het Parool, op Duurzaambedrijfsleven.nl, De Morgen, Voor de Wereld van Morgen, OneWorld en we werden geïnterviewd door radiozender NH Nieuws. In totaal verschenen we 22 keer in de media! Superbedankt, media!



5 • ORGANISATIE

Als je meer wilt weten over de mensen achter Fairfood, raden we je vooral aan om verder te lezen.

FAIRFOODIES TEAM

We hebben gekozen voor een platte organisatiestructuur met korte lijnen en weinig lagen, zodat we effectief en efficiënt kunnen werken aan onze missie. De organisatie bestaat uit een managing director en een klein team van senior professionals. Naast de vele vrijwilligers en partners bestaat het kernteam uit de volgende mensen:

CHANNA BRUNT

Er gaat bij Fairfood geen mailtje de deur uit zonder dat communications manager Channa heeft gecheckt of de tone-of-voice Fairfood-proof is. In de geest van Channa zeggen wij nu zelf alvast streng: foei, geen onnodig Engels gebruiken! Deze Neerlandica combineert taalpurisme met een ongeëvenaard gevoel voor stijl. Truien, tassen, zelfs kamerplanten zoekt zij uit op de juiste schwung en elan. Dankzij Channa heeft de nieuwe Fairfood-huisstijl precies dat vleugje optimisme dat we zochten. En, wat niet iedereen weet, Channa is vrijwilliger bij de dierenambulance. Dit niet alleen omdat ze uit principe letterlijk nog geen vlieg doodslaat, maar ook omdat zij het tijdstechnisch handig vindt dat ze dit vrijwilligerswerk 's nachts kan doen.

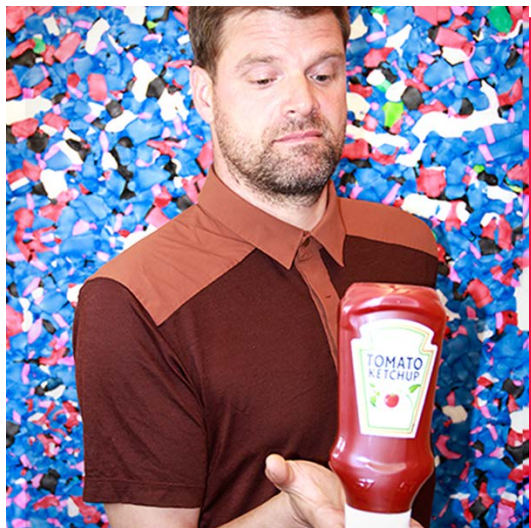
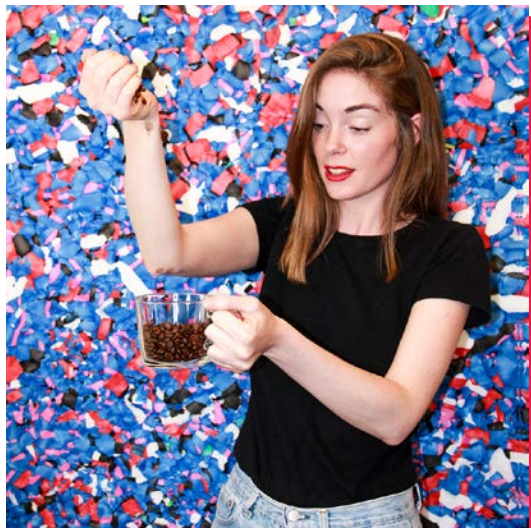


LONNEKE VAN GENUGTEN

Lonneke kan je met haar vlotte pen moeiteloos kapot schrijven. Doet ze niet, want 'positief' en 'optimistisch' zouden haar tweede en derde naam kunnen zijn. Die twee eigenschappen komen samen met een nogal aanwezige derde – ENTHOUSIAST! – bijzonder van pas in haar functie als campaign manager. Zelfs als de regen met bakken uit de hemel komt, fietst deze moeder van drie kinderen haar bakfiets met een hardnekkige glimlach op het gezicht naar kantoor. Die glimlach is ongeveer net zo vrolijk stemmend als de printjes die ze moeiteloos combineert – stippen en poezen gaan prima samen met een goud/rood ruitje. Kent meer mensen dan jij, ik en je moeder samen, en zorgde met haar komst bij Fairfood dan ook voor gemiddeld zo'n drie bezoekers per dag – 'Hé Lonneke! Ik hoorde al dat je tegenwoordig hier werkt!' Is gezellig, joh!

MARTEN VAN GILS

Men zegt dat Marten er met het kopen van Bitcoin wél op tijd bij was. Het is goed mogelijk dat hij dat gerucht zelf de wereld in heeft geholpen, want als program manager blockchain ga je natuurlijk een beetje af als je de meute niet vooruit was. Niemand heeft ooit een zin over blockchains geschreven die deze man niet gelezen heeft, en wij weten dan ook zeker dat alleen al zijn brein op een dag goud waard is. Is behalve goed in crypto's trouwens ook verschrikkelijk goed in koken, en doet tijdens de lunch dan ook niet zelden uitgebreid verslag van zijn creatie van de vorige avond, terwijl hij voor zijn neus nonchalant het broodje van de maand in elkaar draait.



SANDER DE JONG

Baas van het jaar, werd managing director Sander in 2017 door ons ook wel genoemd. Toegegeven, we hadden er ook maar één. Toch zijn we ervan overtuigd dat hij het ook van jouw baas had gewonnen. Wij kennen maar weinig mensen die onder alle mogelijke omstandigheden zó optimistisch blijven. We kennen trouwens ook maar weinig mensen die zo enthousiast worden van een zeldzame racefiets, Sven Kramer en tempeh. Zijn geheime superkracht is absoluut het bij elkaar brengen van mensen die elkaar qua persoonlijkheid volledig aanvullen – heeft 'ie met ons team ook gedaan en moet je ons eens zien! Bij Fairfood danst hij als figuurlijke kat trouwens gewoon zélf op de tafel en vinden we het allemaal juist een beetje een domper als 'ie van huis is.

ANNA LENTINK

Wij zijn het er nog niet over eens wanneer ze op haar aller, allerleukst is – mediterend op een berg, dansend op een tafel of gewoon wanneer ze supergepassioneerd doet waar ze verschrikkelijk goed in is: living-wage-onderzoek uitvoeren en aansturen als living wage & livelihood expert. Anna zag, weet en deed al zoveel dat wij maar moeilijk kunnen geloven dat ze echt zo oud is als ze zelf zegt. Roept zo nu en dan 'DANSMINUUTJE' voordat ze het volume op maximaal draait en heeft de meest aanstekelijke lach die wij ooit hoorden. Wij hebben Anna Lentink en jullie lekker niet...



ISA MIRALLES

Ze kan net zo goed voetballen als touwlopen als ons aan het lachen maken (heel goed). Nóg iets beter is Isa in al onze vragen beantwoorden. Daarom noemen we haar ook wel research officer. Isa pakt zo nu en dan de fiets om onaangekondigd in haar eentje naar Texel of Groningen te fietsen. Onlangs kwamen we erachter dat ze óók nog eens elke ochtend een rondje rent voordat ze naar werk fietst. Ze kan dan ook naar eigen zeggen geen maat houden en doet alles met net iets meer overgave dan jij en ik. Waar ze al die energie vandaan haalt weten we niet precies, want Isa lust geen fruit. We herhalen: Isa lust *geen* fruit!



UMAIR SHAIKH

Als Umair hardop meelacht, weet je zeker dat iets echt heel grappig was. Deze stille kracht lijkt soms wel zeven dagen per week te werken. Dat doet hij parttime als eenmansafdeling finance van Fairfood en de rest van de tijd gewoon als eigen baas. Umair is behalve harde werker de trotse 29-jarige vader van maar liefst drie kinderen. En kinderen is dan ook weer enorm hard werken, toch?



TOEZICHT EN BESTUUR

Fairfood wordt bestuurd volgens het Raad van Toezicht-model. De taken en bevoegdheden van het bestuur en de Raad van Toezicht zijn vastgelegd in de statuten. De stichting Fairfood wordt bestuurd door een managing director (één natuurlijk persoon: onze Sander), die door de Raad van Toezicht benoemd wordt, en verantwoordelijk is voor het beleid en de dagelijkse leiding.

De Raad van Toezicht bestaat uit ten minste vijf natuurlijke personen, die hun werk onbezoldigd doen. Wanneer er in de Raad van Toezicht een positie vrijkomt, wordt een profielschets opgesteld waarbij rekening wordt gehouden met onder meer de aanwezige deskundigheid binnen de Raad. Nieuwe leden worden door de zittende leden benoemd.

De Raad van Toezicht houdt niet alleen toezicht op de directie, maar houdt ook een oogje in het zeil als het aankomt op de algemene gang van zaken binnen Fairfood. De Raad heeft onder meer tot taak om het jaarplan en de begroting goed te keuren en het jaarverslag en de jaarrekening vast te stellen. Jaarlijks wordt door twee leden van de Raad van Toezicht, onder wie de voorzitter, een beoordelingsgesprek met de directeur gevoerd.

De auditcommissie bestaat uit twee leden van de Raad van Toezicht. Deze commissie heeft tot taak de toezichthoudende rol van de Raad van Toezicht op het gebied van financiële aangelegenheden te ondersteunen. De auditcommissie vergadert ten minste tweemaal per jaar met de directeur om onder andere de begroting voor te bespreken en het jaargesprek met de accountant te voeren.

ONZE RAAD VAN TOEZICHT WERD IN 2017 GEVORMD DOOR:

JOLANDE SAP

Zelfstandig duurzaamheidsadviseur voor zakelijke en maatschappelijke organisaties, commissaris, en veelgevraagd spreker en dagvoorzitter. Van 2010 tot 2012 was Jolande fractievoorzitter van GroenLinks in de Tweede Kamer. Ze was parlementslid van 2008 tot oktober 2012, waarna ze de politiek verliet. Ze heeft verschillende research- en managementposities bekleed bij zowel overheids- als particuliere organisaties en heeft een brede kennis van sociaaleconomische- en ontwikkelingsvraagstukken. Jolande is sinds januari 2014 de **voorzitter** van de raad.

MAXINE TILLIJ

Adviseert bedrijven en overheden over projecten, investeringen en strategische samenwerkingsverbanden die nodig zijn om de energietransitie en de totstandkoming van een circulaire economie te bevorderen. Zij heeft ruime ervaring met strategieontwikkeling, business development, alliantiemanagement en juridische zaken. Recentelijk heeft Maxine als projectdirecteur de joint venture ontwikkeld tussen het Havenbedrijf Rotterdam en Gasunie voor de aanleg van een grootschalige warmte-infrastructuur in Zuid Holland en was zij een van de drijvende krachten achter de totstandkoming van de Warmtealliantie Zuid Holland. Maxine is verbonden aan Catena Investments. Catena Investments is een venture capital maatschappij, met focus op investeringen in de energietransitie en de circulaire economie. In het verleden was Maxine lid van de directie van EBN B.V., de staatsdeelneming die verantwoordelijk is voor de gaswinning in Nederland. In 2015 en 2016 was zij bij Fairfood gedelegeerd bestuurder namens de Raad van Toezicht. Maxine is haar loopbaan begonnen als advocaat bij De Brauw, Blackstone, Westbroek N.V.

HANS BRUNING

Oud-directeur van het Nederlandse Instituut voor Meerpartijendemocratie (NIMD). Hans heeft een uitgebreide trackrecord in ontwikkelingssamenwerking, civil society en politiek, als onder meer de voormalig Directeur Ontwikkelingsorganisatie bij ICCO en voormalig Directeur Internationale Programma's bij CNV. Hans sloot zich in 2009 aan bij de Raad van Toezicht van Fairfood en bekleedt sinds 2013 de stoel van **vicevoorzitter**.

FRITS KREMER

Directeur van Mediaset Business Events, voorzitter van duurzaamheidsnetwerk Foodpolicy NL en lid van de Raad van Advies van de Good Fish Foundation (Viswijzer). Daarnaast vaste columnist van het vakblad FoodPersonality. Van 2003-2006 was Frits hoofd corporate communicatie van supermarktkoncern Laurus. In die periode legde hij samen met Natuur & Milieu en Oxfam Novib het fundament van een duurzaamheidsbeleid voor de supermarktformule Super de Boer, die later is opgegaan in Jumbo.

PIETER GOUDSWAARD

Zelfstandig marketingspecialist Pieter Goudswaard helpt innovatieve, duurzame ondernemers bij het vergroten van hun maatschappelijke impact en zakelijk succes. Daarnaast begeleidt hij (groepen van) bedrijven bij het 'future proof' maken van internationale productketens. Onder andere vanuit Generous Minds (waar hij medeoprichter van is) en het agrifood-team van MVO Nederland. Hij heeft jarenlange ervaring op het gebied van marketing, commercie, innovatie en duurzaamheid binnen Procter & Gamble, Unilever, Danone, People4Earth en Jumbo.

RAAD VAN ADVIES

De Raad van Advies adviseert onze managing director over strategische kwesties. Deze Raad bestaat uit prominente experts met een internationaal netwerk en uiteenlopende professionele achtergronden. Wij zijn trots op de mooie club die deze taak op zich neemt:

Guus Loomans charity manager bij Rabobank Nederland

Pierre-Louis van Hedel managing director bij Rabobank Foundation

Gerrit Bruggeman managing partner RTB

Niels Penninx managing partner bij Green April

Martijn Smelt chief marketing officer bij TP Vision

PARTNERS

Eigenlijk is het heel simpel: zonder de Nationale Postcode Loterij (NPL) was Fairfood niet waar we nu zijn. NPL is de grootste goededoelenloterij in Nederland. Sinds 1989 werft NPL fondsen voor organisaties die zich sterk maken voor een groenere, eerlijkere wereld. 50 procent van de opbrengsten wordt verdeeld onder goededoelenorganisaties op het gebied van milieubescherming, ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten. Sinds 2009 ontvangt Fairfood van NPL jaarlijks een bedrag van 500 duizend euro. Dat geld steken wij in projecten, campagnes en partnerschappen die ertoe moeten bijdragen uiteindelijk alle mensen achter ons eten uit de armoede te tillen.

De Nationale Postcode Loterij is blij met het belangrijke werk van Fairfood. Daarom zijn we ook trots op de vaste jaarlijkse bijdrage van € 500.000 die wij hen dankzij onze deelnemers kunnen geven. We zijn altijd verheugd om te lezen over de innovatieve campagnes en projecten van Fairfood, en geloven dat zij het geld op de best mogelijke manieren inzetten om hun ultieme doel te bereiken: de mensen achter ons eten uit de armoede helpen.

Margriet Schreuders

Hoofd Goede Doelen Nationale Postcode Loterij

RISICOANALYSE

Fairfood streeft naar een transparante en effectieve inzet van middelen. We hebben risicomanagement hoog in het vaandel staan, omdat we ons ervan bewust zijn dat economische omstandigheden snel kunnen veranderen, de politiek instabiel kan zijn en markten volatiel. We zijn ons er ook maar al te bewust van dat duurzaamheid niet voor iedereen altijd even relevant is. Onze campagnebezigheden en de dialoog die wij constant op gang houden, moeten dat risico verkleinen.

Fairfood heeft met de komst van de nieuwe managing director in 2016 een nieuwe meerjarenstrategie opgesteld. De fondsenwervingsstrategie zorgt voor financiering van de projecten in de jaren 2017-2019, terwijl intussen relaties worden opgebouwd om meer structurele en langetermijnfinanciering na 2019 te verkrijgen. Het financieringsplan is gericht op onze langdurige partners, en op nieuwe donoren die zich bezighouden met technologische toepassingen, zoals blockchain, artificial intelligence en internet of things. Verder zal Fairfood waar mogelijk publiek private partnerschappen (PPP) aangaan met organisaties die willen bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem.

Hoewel het een belangrijke verandering is voor Fairfood, blijft de strategie dicht bij de 'roots' van Fairfood en de reden waarom de Nationale Postcode Loterij voor Fairfood heeft gekozen. We willen onze samenwerking met de Nationale Postcode Loterij versterken, niet alleen via financiering, maar ook in marketing en communicatie.

Politieke besluitvorming - en beschikbare financiering - is moeilijk te voorspellen, net als de politieke krachten die partner organisaties beïnvloeden. Fairfood werkt samen met andere ngo's en lobbyorganisaties Partos en MVO Platform om politieke besluitvorming te beïnvloeden.

6 • VOLLE KRACHT VOORUIT!

Echt, het was prachtig, 2017. Een ijzersterk fundament werd gelegd, de visie en missie verder aangescherpt, het team op minutieuze wijze samengesteld. Terugblikken was leuk en dit jaarverslag hebben we met een goede portie nostalgie voor je geschreven. Toch kijken we vooral graag vooruit. Een paar highlights:

VERVOLG KOKOSCAMPAGNE

De campagne heeft in 2017 veel stof doen opwaaien en daar gaan we het niet bij laten. In de komende jaren zetten we de campagne en lobby voort. In samenwerking met de brancheorganisaties zijn we een 'coalition of the willing' aan het opzetten om met meerdere partijen toe te werken naar een ambitieuze agenda voor de komende jaren. Ook starten we publiek-private projecten met koplopers die hun kokosketen actief willen verduurzamen. Daarover zijn wij in vergevorderde gesprekken met een aantal partijen. We zullen je op de hoogte houden.

NIEUWE CAMPAGNE: KOFFIE

Of je nou elke ochtend een dubbele espresso achteroverslaat, een Latte Macchiato oplepelt of gewoon een bakkie pleur wegslobbert: achter elk kopje koffie dat je drinkt, zit een persoonlijk verhaal. Het verhaal van de koffieboer of -boerin die de 50 à 80 bonen heeft verbouwd die in jouw kopje koffie vermalen zijn. Weet je waar diegene vandaan komt? Welke koffierituelen hij/zij heeft? Waarschijnlijk niet. Grote kans dat je ook niet weet hoeveel de boer onderhoudt aan dat kopje koffie. Schrik niet: van een kopje in een café of koffiobar is dat meestal nog geen 2 procent. Je bakkie pleur is dus eigenlijk een bakkie treur. Geen oppeppend idee, toch?

Fairfood heeft zich daarom een mooi doel gesteld voor 2018: samen met alle koffieliefhebbers van Nederland gaan we ervoor zorgen dat koffieboeren een goed inkomen verdienen aan ons dagelijkse kopje koffie. We willen niet alleen de grote koffiebedrijven wakker schudden, maar ook laten zien welke keuze je zelf kunt maken in de supermarkt of het café. Essentieel daarbij is dat koffiemarken transparant durven zijn over wie wat verdient in de productieketen van boer tot barista.

Wij gaan intussen uitzoeken wat boeren moeten verdienen om fatsoenlijk rond te kunnen komen, en waarom het niet lukt om dat bedrag te betalen. We willen daarbij leren van duurzame en fairtrade voorlopers, van de kleine merken voor fijnproevers, maar ook van de supermarkten die klanten lokken met stuntkoffie. In Nederland drinken we jaarlijks 1 procent van alle koffie die er verbouwd wordt. Stel je voor dat we die 1 procent écht eerlijk kunnen maken, dat zou nog eens een mooi begin zijn van een wereldwijde golfbeweging van écht goede koffie. Daar kan geen espressoshot tegenop.

5-JARENPLAN

En er is meer. Want we durven best een beetje ambitieus te zijn. Daarom hebben we onszelf ook een paar doelen gesteld, die we de komende vijf jaar gaan waarmaken:

- ➔ We helpen in die tijd 1 miljoen boeren uit de armoede
- ➔ We zetten onszelf op de kaart als campagneorganisatie met een brede en actieve achterban
- ➔ We groeien uit tot het kenniscentrum voor mensenrechten in de voedselsector
- ➔ We gaan een coalitie realiseren rondom open food blockchains om de boeren een eerlijk inkomen te geven, en fungeren daarbinnen als een autoriteit op het gebied van blockchains for food
- ➔ We realiseren een groeiend aantal coalities van koplopers als onderdeel van onze campagnes.



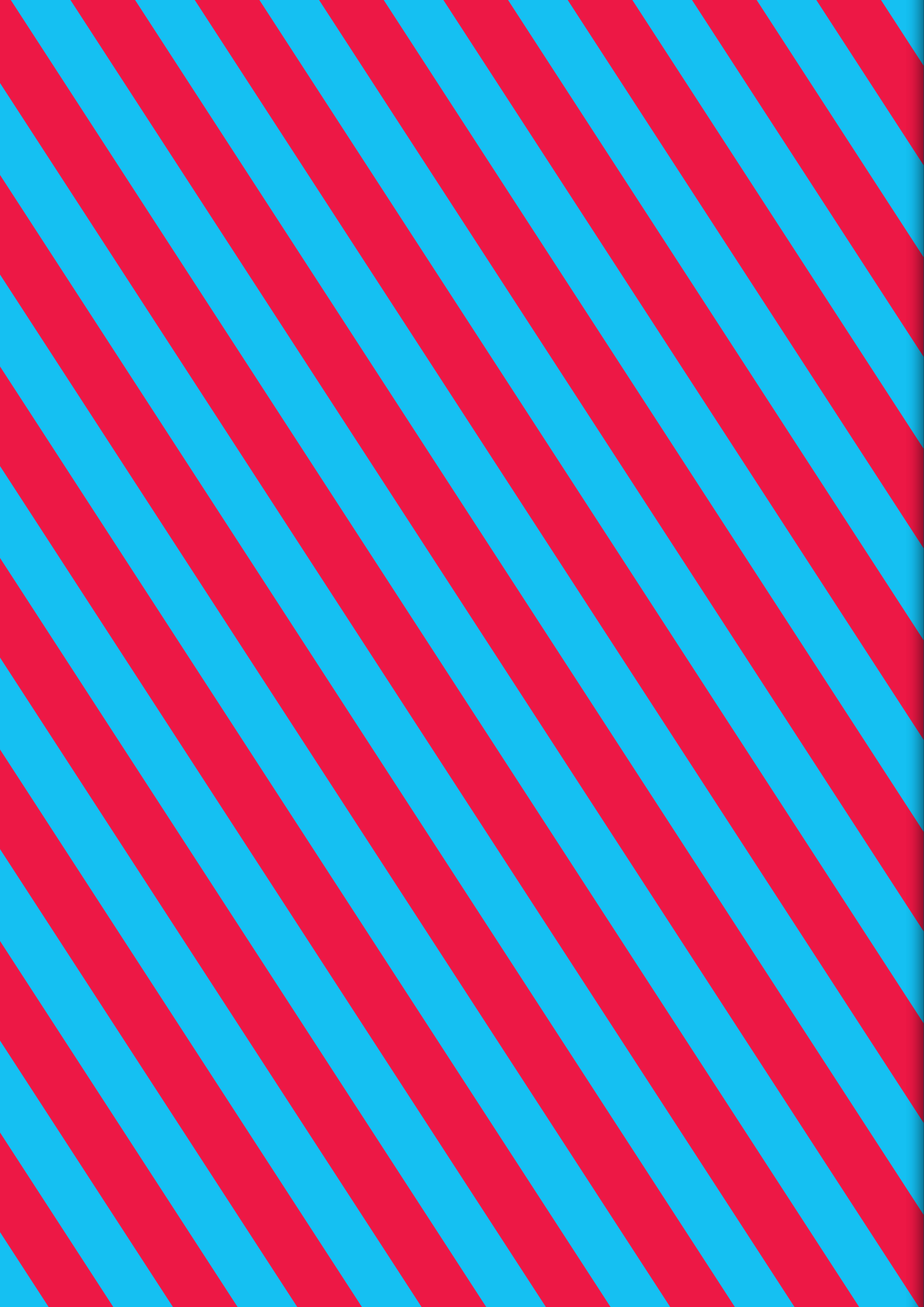
7 • FINANCIËLE VOORUITBLIK 2018

Het jaar 2017 was het jaar waarin we de nieuwe strategie uitrolden. En met succes, al vroeg in het jaar wisten we een nieuw fonds te werven voor het kokos-blockchainproject. We merken dat de nieuwe koers aanslaat en dat er interesse is voor onze aanpak. 2018 wordt dan ook het jaar van doorpakken. Met de opvolging van onze campagnes en de start van nieuwe projecten en programma's. Het is ons doel om in 2019 door te groeien naar een operationeel budget van €1,5 miljoen. Met een kleine, flexibele organisatie van toegewijde professionals. We breiden onze fondsenwervende activiteiten verder uit en zullen scenario's voor een financieel duurzame toekomst verder uitwerken.

BEGROTING 2018 IN CIJFERS

GETALLEN IN €

	2017 WERKELIJK	2018 BUDGET
BATEN		
BATEN UIT EIGEN FONDSSENWERVING	131.537	449.700
BATEN UIT ACTIES DERDEN	500.000	500.000
RENTEBATEN	558	2.000
SOM DER BATEN	632.095	951.700
LASTEN		
BESTEED AAN DOELSTELLINGEN	209.796	486.675
SALARISSEN	333.745	367.258
HUISVESTING	23.057	19.200
BEHEER & ADMINISTRATIEKOSTEN	60.892	55.200
SOM DER LASTEN	627.490	928.333
SALDO VAN BATEN EN LASTEN	4.605	23.367
RESERVES EINDE JAAR	242.122	265.489



JAAARREKENING 2017

BALANS PER 31 DECEMBER 2017

(na resultaatbestemming)

	31-12-2017	31-12-2016
	€	€
ACTIVA		
MATERIËLE VASTE ACTIVA	-	-
FINANCIËLE VASTE ACTIVA	-	1.974
	-	1.974
OVERLOPENDE ACTIVA EN VORDERINGEN	14.297	16.010
LIQUIDE MIDDELEN	297.905	257.121
TOTAAL	312.202	275.105

	31-12-2017	31-12-2016
	€	€
PASSIVA		
STATUTAIRE RESERVES		
CONTINUITEITSRESERVE	242.122	237.517
BESTEMMINGSRESERVE	-	-
	242.122	237.517
KORTLOPENDE SCHULDEN		
LOONHEFFING / SOCIALE LASTEN	-	3.508
OVERLOPENDE PASSIVA	70.080	34.080
	70.080	37.588
TOTAAL	312.202	275.105

WINST-EN-VERLIESREKENING OVER 2017

	2017	2016
	€	€
BATEN		
BATEN UIT EIGEN FONDSSENWERVING	131.537	101.987
BATEN UIT GEZAMENLIJKE ACTIES	-	-
BATEN UIT ACTIES DERDEN	500.000	500.000
BIJDRAGEN OVERHEID	-	26.797
RENTE	558	2.625
OVERIGE BATEN	-	-
TOTAAL BATEN	632.095	631.409
KOSTEN		
PERSONEELSKOSTEN	333.745	486.226
HUISVESTINGSKOSTEN	23.057	42.417
AFSCHRIJVINGSKOSTEN	-	-
CONTRIBUTIES PARTNER- EN KOEPELORGANISATIES	6.524	3.716
KOSTEN FONDSSENWERVING	209.796	196.720
OVERIGE BEDRIJFSKOSTEN	54.368	123.129
TOTAAL KOSTEN	627.490	852.208
OPERATIONELE RESULTAAT	4.605	-220.799
FINANCIËLE BATEN/LASTEN	-	-
RESULTAAT	4.605	-220.799
BESTEMMING RESULTAAT		
CONTINUITEITSRESERVE	4.605	-220.799
BESTEMMINGSRESERVE	-	-
TOTAAL	4.605	-220.799

TOELICHTING ALGEMEEN

Algemeen

De Stichting Fairfood International is statutair gevestigd te Amsterdam op de Mauritskade 63 (geregistreerd bij de Kamer van Koophandel onder dossiernummer 34141098).

Grondslag van waarde en resultaatbepaling

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de Richtlijn voor de Jaarverslaggeving 640 'Organisaties zonder winststreven' van de Nederlandse Accounting Standaarden. De jaarrekening is opgemaakt op basis van historische kostprijs. De waardering van de activa en passiva geschiedt, voor zover niet anders vermeld, tegen nominale waarde. Winsten worden toegerekend aan de periode waarin ze zijn gerealiseerd. Uitgaven worden ook verantwoord.

Vergelijkende cijfers

De cijfers van het voorgaande boekjaar zijn opnieuw geclassificeerd voor vergelijkingsdoeleinden.

Buitenlandse valuta

De rekeningen van de organisatie worden gepresenteerd in euro's, de functionele valuta van Fairfood. Transacties in vreemde valuta worden omgerekend naar euro's aan het begin van de maand waarin de transactie plaatsvindt. Op het einde van het boekjaar worden alle vorderingen en schulden in vreemde valuta omgezet in euro's op basis van de wisselkoers per balansdatum. Wisselkoersresultaten zijn toegevoegd aan de staat van baten en lasten.

Grondslagen voor de waardering van activa en passiva

Vaste activa

De materiële vaste activa worden gewaardeerd op verkrijgingsprijs, verminderd met de cumulatieve afschrijvingen en indien van toepassing met bijzondere waardeverminderingen. De afschrijvingen worden gebaseerd op de geschatte levensduur en worden berekend op basis van een vast percentage van de verkrijgingsprijs, rekening houdend met een eventuele residuwaarde. Er wordt afgeschreven vanaf het moment van ingebruikneming.

Vorderingen

De vorderingen worden opgenomen tegen de nominale waarde. Noodzakelijk geachte voorzieningen voor het risico van oninbaarheid worden in mindering gebracht. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

Vlottende activa

Fairfood heeft geen effecten met deposito's waarin het zijn huidige vermogen behoudt. Alle vlottende activa die niet onmiddellijk nodig zijn, worden op een spaarrekening bewaard van ASN Bank.

Discretionaire nettowaarde en reserves

Fairfood streeft naar een discretionair eigen vermogen van minimaal 25 procent en maximaal 35 procent van de totale kosten aan het einde van jaar minus gesponsorde donaties in het betreffende boekjaar. Dit is nodig om directe problemen te voorkomen die zich kunnen voordoen in geval van financiële tegenvallers. Op deze manier is de continuïteit van de organisatie gegarandeerd.

Passiva

De kortlopende schulden betreffen de schulden met een looptijd korter dan één jaar. Deze worden bij eerste verwerking opgenomen tegen reële waarde en vervolgens gewaardeerd tegen de geamortiseerde kostprijs, die vergelijkbaar is met de nominale waarde. Overlopende posten worden gewaardeerd tegen hun nominale waarde.

Grondslagen voor de resultaatbepaling

Geschenken in natura

Geschenken in natura worden gewaardeerd tegen reële waarde in het land waar ze worden ontvangen. De beurs wordt geschat als de reguliere verkoopprijs van de leverancier minus de korting aangegeven door de leverancier. Bijdragen van vrijwilligers worden niet financieel verantwoord. Het verwerken van geschenken in natura heeft geen invloed op het resultaat en het eigen vermogen, maar alleen op het volume van baten en lasten. Het inkomen wordt verantwoord voor de opbrengsten van 'sponsoring in kind'. De uitgaven worden verantwoord waar ze gewoonlijk worden verantwoord.

TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 DECEMBER 2017

	31-12-2017	31-12-2016
	€	€
FINANCIËLE VASTE ACTIVA		
WAARBORG HUUR	-	1.974
	-	1.974
OVERLOPENDE ACTIVA EN VORDERINGEN		
VOORUITBETAALDE KOSTEN	374	3.025
NOG TE ONTVANGEN BEDRAGEN	13.923	9.625
DEBITEUREN	-	3.100
OVERIGE VORDERINGEN (KORTLOPEND)	-	260
	14.297	16.010
LIQUIDE MIDDELEN		
ASN BANK	228.059	236.434
RABOBANK	68.574	18.965
OVERIGE BANKREKENINGEN	1.272	1.722
	297.905	257.121

	31-12-2017	31-12-2016
CONTINUITEITSRESERVE		
BALANS PER 1 JANUARI	237.517	458.316
EXTRACTIE	-	-
BESTEMMING VAN HET RESULTAAT	4.605	-220.799
BALANS PER 31 DECEMBER	242.122	237.517
LOONHEFFING / SOCIALE LASTEN		
LOONHEFFING / SOCIALE LASTEN	-	3.508
	-	3.508
KORTLOPENDE SCHULDEN		
CREDITEUREN	3.500	4.892
OVERLOPENDE PASSIVA	2.420	29.188
VOORUITONTVANGEN SUBSIDIES	64.160	-
	70.080	34.080

TOELICHTING OP DE WINST-EN-VERLIESREKENING

BATEN		
	2017	2016
	€	€
BATEN UIT EIGEN FONDSSENWERVING		
DONATIES EN GIFTEN	454	2.591
SPONSORING IN KIND	35.432	60.582
BIJDAGEN NGO'S	68.000	38.815
OPBRENGSTEN CAMPAGNE-VERKOOP	3.151	-
	107.037	101.988
BATEN UIT ACTIES VAN DERDEN		
NATIONALE POSTCODE LOTERIJ		
- ALGEMENE FINANCIERING	500.000	500.000
	500.000	500.000
BIJDAGEN OVERHEID		
MINISTERIE VAN BUITENLANDSE ZAKEN	10.500	19.797
MINISTERIE VAN ECONOMISCHE ZAKEN	14.000	7.000
	24.500	26.797

KOSTEN		
	2017	2016
PERSONEELSKOSTEN		
LONEN EN SALARISSEN	258.669	284.423
SOCIALE LASTEN	37.373	56.528
REISKOSTEN	5.194	6.319
TRAINING, CURSUS	-	5.548
PERSONEEL NIET IN LOONDIENST	21.846	-
KANTINEKOSTEN	2.842	1.197
INTERIM MANAGEMENT	-	92.960
OVERIGE PERSONEELSKOSTEN	7.821	39.251
	333.745	486.226
De gemiddelde FTE in 2017 was 3,96 (2016: 6,5)		
HUISVESTINGSKOSTEN		
BETAALDE HUUR	20.979	40.832
OVERIGE HUISVESTINGSKOSTEN	2.078	1.586
	23.057	42.418
KOSTEN FONDSENWERVING		
CAMPAGNE	187.161	83.554
STRATEGIE	-	79.711
PUBLICITEIT	22.634	33.456
	209.795	196.721
OVERIGE KOSTEN		
KANTOORKOSTEN	42.222	43.225
ACCOUNTANTSKOSTEN	17.457	19.844
ADVIESKOSTEN	400	3.908
ADMINISTRATIEKOSTEN	812	277
AFVLOEIINGSREGELING	-	59.590
	60.891	126.844

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: De directeur en de Raad van Toezicht van Stichting Fairfood International

A. VERKLARING OVER DE IN HET JAARBERICHT OPGENOMEN JAARREKENING 2017

ONS OORDEEL

Wij hebben de jaarrekening 2017 van Stichting Fairfood International te Amsterdam gecontroleerd. Naar ons oordeel geeft de in dit jaarbericht opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Fairfood International op 31 december 2017 en van het resultaat over 2017 in overeenstemming met Richtlijn 640 "Organisaties zonder winststreven" van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ).

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2017;
2. de staat van baten en lasten over 2017; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

DE BASIS VOOR ONS OORDEEL

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'. Wij zijn onafhankelijk van Stichting Fairfood International zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA). Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

B. VERKLARING OVER DE IN HET JAARBERICHT OPGENOMEN ANDERE INFORMATIE

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat het jaarbericht andere informatie, die bestaat uit:

- het bestuursverslag;
- de overige gegevens.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van Richtlijn 640 "Organisaties zonder winststreven" van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ) is vereist.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de jaarrekeningcontrole of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat. Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in Richtlijn 640 "Organisaties zonder

winststreven” van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ) en de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

De directeur is verantwoordelijk voor het opstellen van het bestuursverslag en de andere informatie, waaronder de overige gegevens in overeenstemming met Richtlijn 640 “Organisaties zonder winststreven” van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ).

C. BESCHRIJVING VAN VERANTWOORDELIJKHEDEN MET BETREKKING TOT DE JAARREKENING

VERANTWOORDELIJKHEDEN VAN DE DIRECTEUR VOOR DE JAARREKENING

De directeur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met Richtlijn 640 “Organisaties zonder winststreven” van de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ). In dit kader is de directeur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die de directeur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude. Bij het opmaken van de jaarrekening moet de directeur afwegen of de organisatie in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet de directeur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij de directeur het voornemen heeft om de stichting te liquideren of de bedrijfsactiviteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is. De directeur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de organisatie haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

ONZE VERANTWOORDELIJKHEDEN VOOR DE CONTROLE VAN DE JAARREKENING

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel. Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken. Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controle-standaarden, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing.
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de stichting.

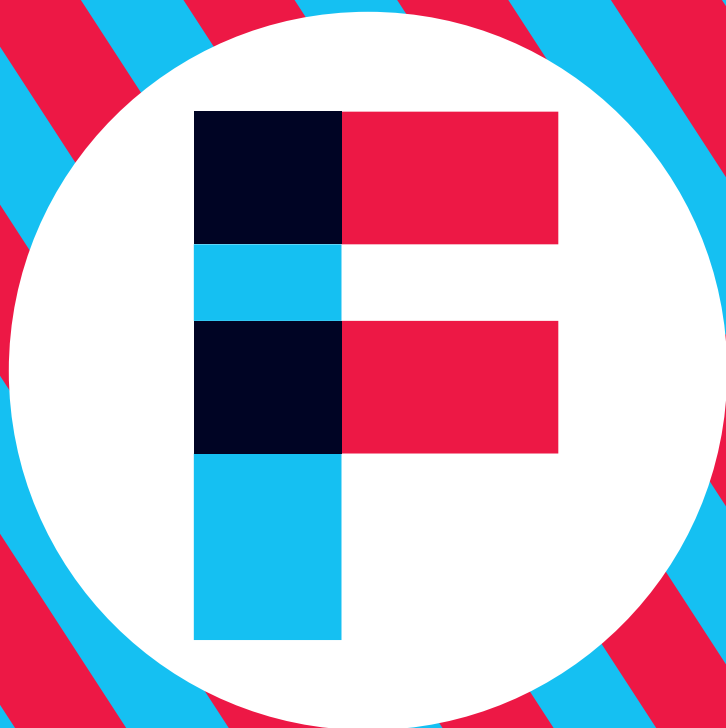
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door de directeur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan.
- het vaststellen dat de door de directeur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de onderneming haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een onderneming haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen; en
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met de Raad van Toezicht onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Amsterdam, 11 april 2018

Ardent Adviseurs en Accountants

w.g. N.M. van Dijk RA



FAIRFOOD.NL
MAURITSKADE 64
1092 AD AMSTERDAM

