FAIRFOOD

JAARVERSLAG 2018

DE DIGITALE REVOLUTIE: BETER ETEN MET INNOVATIEVE TECHNOLOGIEËN

omslag: Nootmuskaatboer Muslima maakt deel uit van ons blockchainproject met Verstegen Spices & Sauces

VOORWOORD 7

1 • EERST EVEN DIT: DE STAAT VAN HET VOEDSELSYSTEEM 8

(HAR)DE FEITEN 10

DAAR KUNNEN WE WAT MEE: MOOIE TRENDS 12

2 • ONS BESTAANSRECHT 14

WAT WE WILLEN EN WAAROM 14

HOE VERANDER JE HET VOEDSELSYSTEEM? 15

3 • DE CAMPAGNES 16

KOKOS-UPDATE 16

KOFFIE: TRILLENDE KOFFIEKOPJES EN HEEL VEEL AMBASSADEURS 16

DE SUPERFOUTE SUPERMARKT OP DE PARADE 19

4 • DE PROJECTEN 22

EERLIJK ETEN DANKZIJ INNOVATIEVE TECHNOLOGIEËN 22

• MOYEE 22

• WAKECUPCALL 23

• VERSTEGEN SPICES & SAUCES 23

LIVING WAGE LAB: SAMEN STERKER 25

• TWEE JAAR LIVING WAGE LAB 25

• DE EERSTE STAP RICHTING EEN TOOL 25

WAT KAN BLOCKCHAIN BETEKENEN VOOR AGRIFOOD? 25

5 • DIT ZIJN WIJ 26

(RESPONSIBLE) WAY OF WORKING 26

TEAM FAIRFOOD 27

TOEZICHT EN BESTUUR 30

RISICOANALYSE 32

6 • VRIENDEN VAN FAIRFOOD 33

PARTNERS 33

AMBASSADEURS 33

IN DE MEDIA 34

ONS BEREIK 35

7 • BLIK VOORUIT 36

BLOCKCHAIN TOOL 36

MEER TRANSPARANTE KETENS 36

INTERNATIONALE CONFERENTIE LIVING INCOME & WAGE 36

8 • FINANCIËLE VOORUITBLIK 2019 37

BEGROTING 2019 IN CIJFERS 37

JAARREKENING 2018 39

onze hoogtepunten van 2018

We verwelkomden **5 NIEUWE FAIRFOODIES**

In totaal verschenen we **RUIM 55 KEER IN DE MEDIA**, onder meer in het Parool, NRC, de Volkskrant, BNR Nieuwsradio en bij Koffietijd

We publiceerden een **STUDIE** naar de potentie van blockchain in de agrifoodsector

De Nationale Postcode Loterij besloot ons nog **3 JAAR** te steunen met een bedrag van **500 DUIZEND EURO** per jaar

De **VERENIGDE NATIES** nodigden ons uit om ons verhaal te doen tijdens het World Investment Forum

We hebben drie **VOEDSELKETENS** op de **BLOCK-CHAIN** gezet

Tijdens het **WORLD FOOD DAY-EVENEMENT** lanceerden we onze samenwerking met **VERSTEGEN** Spices & Sauces

met **EXPOSITIE** én een interview op het **HOOFDPODIUM** in Den Bosch

Ruim 230 **DUIZEND BEZOEKERS** deden in 2018 hun grote en kleine boodschap bij onze superfoute toiletten op **DE PARADE** (op de foto op deze pagina in aanbouw)

We lanceerden onze **KOFFIECAMPAGNE** samen met 33 koplopers: koffielabels die het goede voorbeeld geven

WEL KOM

Sander de Jong
Managing Director Fairfood

VOORWOORD

Muslima (54) woont op de prachtige Sangihe-eilanden in Indonesië, samen met haar man, dochter, twee nichtjes en het zoontje van haar nichtje. De nootmuskaat- en kokosplantage die ze van haar ouders erfde, breidde ze in de loop van de jaren met een gezonde ondernemersgeest nog eens flink uit. Haar nootmuskaat komt via een aantal tussenpersonen terecht in een potje van Verstegen, en op die manier mogelijk ook in jouw keuken. Een collega leerde Muslima kennen toen we samen met Verstegen een blockchainproject in een van hun nootmuskaatketens uitrolden. Dankzij dat project krijg je straks met een QR-code toegang tot nog veel meer informatie over de nootmuskaat. Je weet dan niet alleen waar het vandaan komt, maar bijvoorbeeld ook of Muslima er een goede boterham mee verdient.

Het is in lijn met de nieuwe koers die Fairfood een paar jaar geleden is ingeslagen. We zagen dat er nieuwe kansen ontstonden voor het oplossen van de problemen achter onze voeding. Nieuwe technologieën zoals blockchain, waarmee vertrouwensissues in de keten verleden tijd zijn en ultieme transparantie een stap dichterbij komt. We voelden ook de nieuwe wind die waait in voedselland. Eentje van aanpakken, denken in oplossingen, eentje van samenwerken. Supermarktketens komen met ambitieus mensenrechtenbeleid en omarmen thema's als ketentransparantie, en leefbare lonen en inkomens. Voedselbedrijven – ook de grote jongens – beginnen zich serieus af te vragen wat de 'true price' van hun producten is, en wie die producten leveren.

Daar droegen we in 2018 graag een steentje aan bij. Het jaar stond goeddeels in het teken van blockchainprojecten. Verstegen was de eerste commerciële partij die het aandurfde. Andere ambitieuze voorlopers hebben zich inmiddels gemeld en nieuwe projecten zitten in de pijplijn. Dit jaarverslag is ook meteen de plek om een aankondiging uit onze nieuwsbrief op te volgen: in 2019 lanceert Fairfood met de financiële steun van SIDN Fonds een laagdrempelig 'instap' blockchain tool, waarmee ook midden- en kleine voedselbedrijven met hun toeleveringsketens aan de slag kunnen. Met onze tool kan iedereen zijn ketens transparant maken – voor zichzelf, voor consumenten én natuurlijk voor de mensen aan het begin van de ketens.

Zo herstellen we de verbinding tussen jou en de mensen achter jouw eten. Aan het einde van 2019 hopen we dat je behalve Muslima, de boerin achter je nootmuskaat, ook de mensen achter je chocolade, tomaten, avocado's en koffie kent. Tot die tijd willen we je aanmoedigen om je euro's in de supermarkt bewust te blijven besteden en vooral ook om kritische vragen te stellen. Stuur je favoriete merk bijvoorbeeld eens een mailtje en vraag of ze je kunnen vertellen waar jouw eten precies vandaan komt. Omdat je het recht hebt om te weten of jouw geld niet bijdraagt aan uitbuiting.

Last, but not least. Ons werk kunnen we doen dankzij de ruimhartige bijdragen van onze donoren, waaronder de zeer gewaardeerde steun van de Nationale Postcode Loterij. Met trots presenteren we nu ons jaarverslag, waarin we een overzicht geven van onze ontwikkelingen en behaalde resultaten in 2018. Dit jaarverslag is goedgekeurd door de Raad van Toezicht op 18 april 2019.

1 • EERST EVEN DIT: DE STAAT VAN HET VOEDSELSYSTEEM

Een duurzaam en gezond voedselsysteem, vrij van uitbuiting, honger en kinderarbeid – we zijn er nog lang niet. Door een gebrek aan transparantie en openheid kunnen misstanden blijven bestaan, zonder dat jij daar als consument weet van hebt – daar geef jij dan toch je geld aan uit. Af en toe komt er iets aan het licht, als een slimme journalist iets op het spoort komt, of iets echt uit de klauwen loopt. De issues in het voedselsysteem die vorig jaar het nieuws haalden, zijn een dwarsdoorsnede van de huidige stand van zaken. Daarom: **de opvallendste berichten.**

8 augustus: Tomaten uit Italië

De Italiaanse tomatenindustrie wordt ook wel in verband gebracht met georganiseerde misdaad of de maffia. In de zomer worden duizenden migranten (voornamelijk uit Afrika) onder erbarmelijke omstandigheden op de velden aan het werk gezet als plukkers. In augustus kwamen zestien van hen om het leven tijdens twee verkeersongelukken. In beide gevallen kwam een vrachtwagen in aanrijding met een busje waarmee de werkers aan het einde van hun werkdag naar hun onderkomen gereden werden. De werknemers op de tomatenvelden ontvangen naar verluidt zelden de wettelijk verplichte zekerheden en salarissen, en leven in slechte omstandigheden, zo schreef The Local op 8 augustus. Meestal worden ze via een zogenaamde recruiter aan het werk gezet, die een deel van hun loon inhoudt.

17 september: Colombiaanse koffieboeren stappen noodgedwongen over op cocaïne

De inkoopprijzen van koffie zijn in 2018 dramatisch gedaald – naar het laagste punt in 12 jaar tijd. In sommige landen ligt de prijs inmiddels zelfs onder de kostprijs. In Colombia hebben sommige koffieboeren inmiddels coca op hun plantages geplant, die verwerkt wordt tot cocaïne, om toch nog wat te verdienen. In Guatemala emigreerden koffieboeren om elders werk te vinden. Koffieboerenorganisaties uit Afrika, Latijns-Amerika en Azië luidden de noodklok met een open brief aan de grote wereldleiders op koffiegebied. Voor zover we weten, hebben ze nog geen brief terug gehad.

7 februari: suiker uit Iran

In Iran gingen honderden werknemers van een suikerplantage de straat op: ze waren naar eigen zeggen al maanden niet betaald. Een prominente Iraanse arbeidsactivist, Jafar Azimzadeh, sprak van moderne slavernij. Op zijn website schreef hij: "Waar ter wereld zie je werknemers die niet hun salaris uitbetaald krijgen dat toch al vier keer onder de armoedegrens ligt, om vervolgens door de ordetroepen alsnog tot werken gedwongen te worden." Tijdens de staking werden ruim dertig demonstranten gearresteerd.

19 mei: Australische tomaten

Op Australische tomatenvelden blijken migranten voor een kleine 5 euro per uur te werken. De werkomstandigheden zijn zwaar en gevaarlijk. Een van hen vertelde de Australische krant The Age over de chemicaliën waarmee ze in aanraking waren gekomen: "Het was heel moeilijk om in te ademen, vooral als we aan het plukken waren. Ik kreeg pijn in mijn borst en anderen bloedden uit hun neus of oren." Een supervisor droeg ze op om vaseline en doeken te gebruiken om het bloeden te stoppen en vervolgens weer aan het werk te gaan, zo vertelde ze. Andere werknemers vertelden dat ze bedreigd werden als ze zich bij een vakbond wilden aansluiten.

21 juni: groente en fruit uit Israël

Je vindt in de supermarkt veel groente en fruit uit Israël – denk aan aardappelen, dadels, grapefruits en avocado's. Onderzoeksbureau SOMO publiceerde een rapport waarin ze stellen dat een deel van deze producten uit illegale Israëlische nederzettingen komt in door Israël bezette Palestijnse gebieden. "Deze nederzettingen [...] hebben desastreuze gevolgen voor de lokale, Palestijnse, bevolking en economie. Mensenrechten en het humanitair oorlogsrecht worden geschonden."

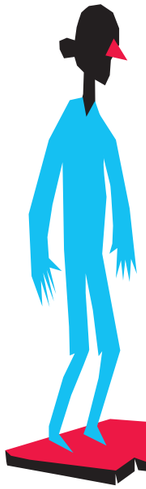
(HAR)DE FEITEN *

De nieuwsberichten staan niet op zichzelf, zo getuigen de harde cijfers. Hier heb je alvast zo'n cijfer: volgens de laatste prognoses zijn we in 2050 met zo'n 10 miljard mensen. Al die mensen moeten van eten en drinken worden voorzien. Dat is mogelijk met de nodige aanpassingen – denk meer plantaardig eten en voedselverspilling halveren – schreef vooraanstaand wetenschappelijk magazine *Nature* in oktober 2018. En ook nog eens zonder het milieu daarbij te belasten. Klinkt goed in theorie, in de praktijk zijn er toch nog wat hobbels. Het lukt al niet eens om 7,6 miljard wereldbewoners te voeden. Vorig jaar steeg het aantal mensen met honger voor het derde jaar op rij, tot 821 miljoen. Sta daar maar even bij stil: dat is ongeveer 1 op de 9 wereldbewoners. Meer feiten en cijfers over ons voedselsysteem:

70% van al het eten wereldwijd wordt geproduceerd door kleinschalige boeren

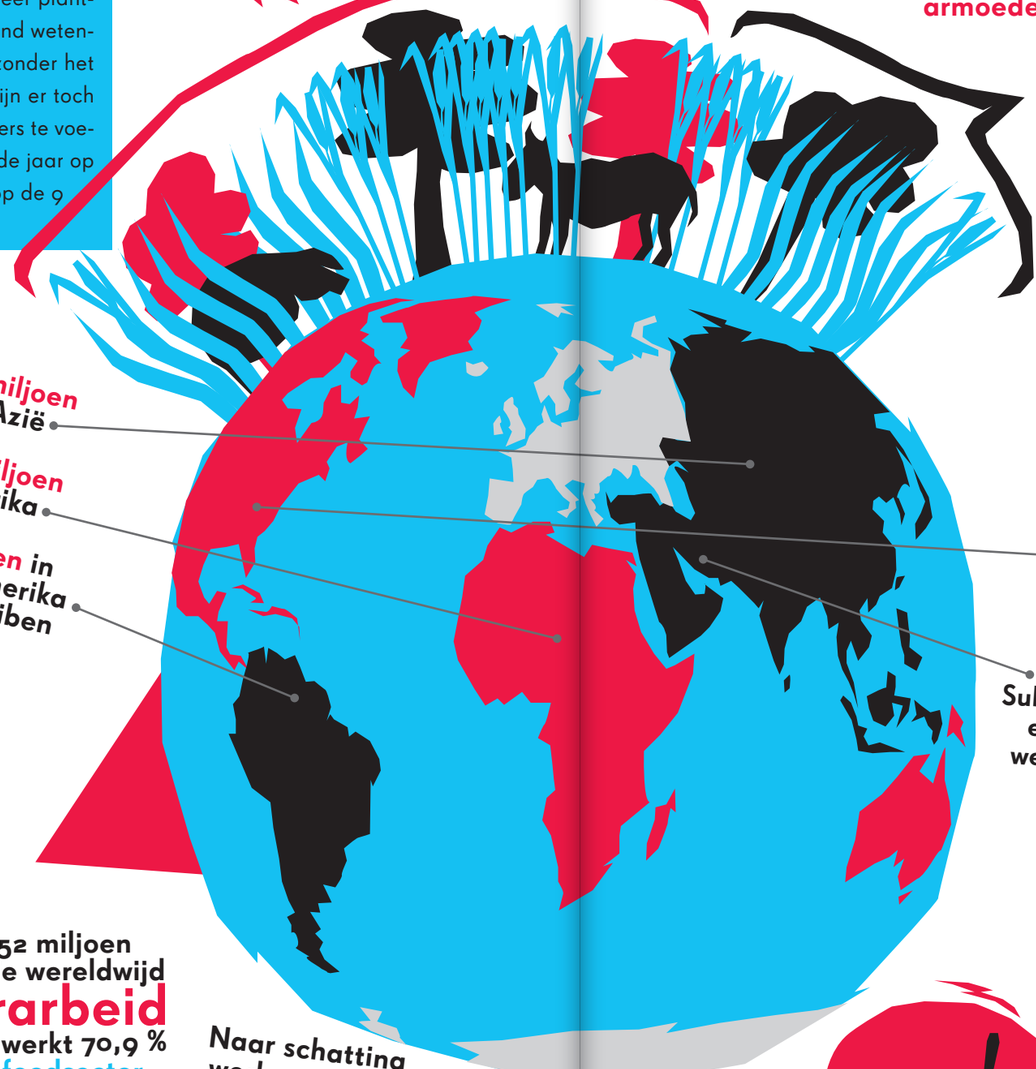
dat zijn 500 miljoen kleinschalige boeren. Veel van deze boeren leven onder de armoedegrens:

in Bolivia 83% | in Ethiopië 48% | in Vietnam ruim 50%



821 miljoen mensen lijden **honger** & meer dan een half miljard heeft **onder-gewicht***

- 515 miljoen in Azië
- 256 miljoen in Afrika
- 42 miljoen in Latijns-Amerika en de Cariben



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

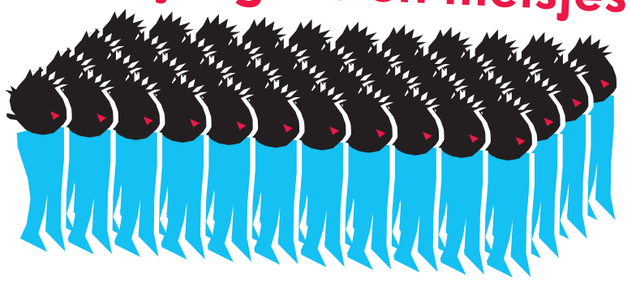
*Tegelijkertijd is 13% van de volwassenen wereldwijd **obees**

armoede is de grote drijfveer achter kinderarbeid.

60 miljoen kinderen die kinderarbeid verrichten zijn jonger dan 12 jaar

Van de 152 miljoen kinderen die wereldwijd **kinderarbeid** verrichten, werkt 70,9 % in de agrifoodsector

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



Naar schatting werken er zo'n 1,3 miljard mensen in de agrifoodsector, ongeveer 1/3 van alle werkende mensen

In tijden van klimaatverandering en teruglopende natuurlijke hulpbronnen, staat de voedselsector voor een enorme uitdaging:

tussen 2012 en 2050 moet de wereldwijde voedselproductie met **50%** toenemen om in 2050 bijna 10 miljard mensen te kunnen voeden.

De meeste bevolkingsgroei zal plaatsvinden in ontwikkelingslanden.

De agrifoodsector vormt samen met de bouw en mijnbouw de top 3 van meest gevaarlijke sectoren: minstens 170.000 agrifoodwerkers komen jaarlijks te overlijden

*Feiten in dit jaarverslag zijn op basis van research gedaan door Fairfood. Bronnen op aanvraag beschikbaar

DAAR KUNNEN WE WAT MEE: MOOIE TRENDS

We proberen je hier natuurlijk niet enorm de put in te praten. Zelf halen we altijd veel goede moed uit goed nieuws. Echt geïnspireerd en energiek raken en worden we als dat goede nieuws zich laat plaatsen in een grotere trend die meer goeds voorspelt. Daarom: veelbelovende (voedsel)trends.

BEWUSTE CONSUMENT STEEDS BEWUSTER

In de supermarkt kun je steeds meer producten in je mandje doen die gemaakt zijn met aandacht voor mens, dier en milieu. Snelle stijgers zijn, dankzij de steeds bewustere consument, Beter Leven en ASC (duurzame vis). Inmiddels gaat 1 van de 7 euro's die we in de supermarkt uitgeven naar producten met een keurmerk. Tegelijkertijd ontstaat begripsverwarring: fair, eco, bio, organic, duurzaam, eerlijk, circulair... Beloven al deze claims hetzelfde of juist niet? En klopt de belofte met de verwachting? Bij keuzestress blijken mensen toch te kiezen voor het vertrouwde: dat wat lekker is en goedkoop. Het kan ook flink verwarrend zijn, die overdaad aan keurmerken of zelfs logootjes die zich voordoen als keurmerk. Milieu Centraal wil uitkomst bieden, en legde alle keurmerken langs de meetlat, onder meer in samenwerking met Fairfood. Resultaat is een top 10 van keurmerken die wél de moeite waard zijn: ASC, Beter Leven 2 en 3 sterren, Demeter, EKO, Europees keurmerk voor biologisch, Fairtrade, MSC, On the way to Planetproof, Rainforest Alliance en UTZ.

TRANSPARANTIE IS HET NIEUWE GROEN

In Duitsland en Frankrijk zijn ze ondertussen al zover dat bedrijven verplicht zijn om zelf goed inzicht te hebben in risico's in hun keten, en de buitenwereld daarover te informeren. Nederland gaat uit van vrijwilligheid, maar Kamerleden en ngo's ijveren voor maatregelen om transparantie af te dwingen – het zou bijvoorbeeld een voorwaarde kunnen zijn voor de deelname van bedrijven aan handelsmissies. "Over tien jaar is transparantie het nieuwe normaal", voorspelde onze eigen Marten in een interview met het Belgische onderzoeksplatform EOS Tracé. De eerste tekenen zijn zichtbaar: Albert Heijn maakte de keten van hun sinaasappelsap inzichtelijk met de blockchaintechnologie, Walmart draagt al haar leveranciers van bladgroente op zich voor september 2019 aan te haken op haar blockchain, en ook Carrefour zet blockchain in om kip, eieren en tomaten tot aan de bron te traceren.

JE VERANTWOORDELIJKHEID NEMEN MET INNOVATIE

Techgiganten – denk Uber, Facebook – zijn in 2018 van hun voetstuk gevallen. We maken ons zorgen over hun macht, de schadelijke neveneffecten en hoe ze omgaan met onze data. Ook de blockchainbubbel stond in 2018 op knappen. Het hoge energieverbruik van Bitcoin, geldverslindende proefballonnetjes, datahacks; een greep uit de argumenten om blockchaintechnologie als loze belofte af te serveren. De massale teleurstelling is niet meer dan een noodzakelijke fase in de 'Hype Cycle' die innovaties nou eenmaal doormaken, zullen techkenners zeggen. Torenhoge verwachtingen krijgen een keiharde reality-check. Maar juist dit afhaakmoment zorgt ervoor dat de technologie in de luwte een gezonde doorstart kan maken – met meer aandacht voor duurzaamheid, privacy en een eerlijke verdeling van data-eigenaarschap binnen de keten. Fairfood staat voor verantwoordelijke innovatie – technologie die al op de tekentafel rekening houdt met alle mogelijke gevolgen voor mens, dier en milieu. Wij zien dat blockchaintechnologie heel geschikt is voor voedselketens, omdat je via de weg die het product aflegt digitale connecties kunt maken tussen ketenspelers die elkaar voorheen niet kenden. Dat levert onderlinge uitwisseling van kennis en informatie op, wat voor boeren kansen biedt om hun ondernemerschap te verbeteren en uiteindelijk hun inkomen te verbeteren. Vind je dit wat snel gaan? Bekijk dan onze roadmap verderop in dit jaarverslag.

DÁÁR MAKEN WE CHOCOLA VAN

Meer nog dan over de smaak 'donkere melk pretzel toffee' zijn we bij Fairfood te spreken over het Open Chain-platform van Tony's Chocolonely, dat als een praktijkoplossing wil dienen voor sociale misstanden in de cacao. Chocoladebedrijven krijgen via dat platform toegang tot kennis en tools waarmee ze hun chocoladeketens aan kunnen pakken. Waarom we het in het rijtje 'trends' opeens hierover hebben? Omdat 'ie aanslaat. Albert Heijn nam het voortouw, en sloot zich met huismerk Delicata als eerste aan bij het platform. Maar er is meer aan de hand in chocoladeland, waardoor we langzaam durven te spreken over een trend richting betere ketens: Milka kondigde aan volledig over te stappen op duurzaam geteelde cacao – eind 2019 moet het hele assortiment voldoen aan de eisen van het duurzame cacaoprogramma Cocoa Life. Recht zo die gaat!

"Het lijkt me mooi om meer te weten te komen over de verdere nootmuskaatketen. Ik heb nu eigenlijk geen idee hoe de nootmuskaat verder bewerkt wordt, of waar deze naartoe geëxporteerd wordt. Volgens mij kan ik uiteindelijk meer verdienen als ik weet wat jullie daar graag kopen. Alles wat ik wil, is hier in dit dorp oud worden, maar het zou mooi zijn als mijn kinderen elders een beter leven opbouwen. Als ze maar wel in elk geval eens per jaar terugkomen, voor het Suikerfeest." ~ Hetty Heler, nootmuskaatboer

2 • ONS BESTAANSRECHT

Zeg je Fairfood, zeg je optimistisch, constructief, pragmatisch, innovatief, een gezonde dosis idealisme. Het is bijna vermoeiend, het enthousiasme waarmee we projecten aangaan, waarmee we 's ochtends het kantoor binnenstormen. Samen met iedereen die kan en wil helpen, gaan we eraan staan: al het eten op ons bord eerlijk maken. We zien de issues in ons voedselsysteem, kaarten die bij de juiste partijen aan en zoeken samen naar passende oplossingen.

WAT WE WILLEN EN WAAROM

In feiten, cijfers en nieuwsberichten hebben we even hiervoor laten zien wat precies het probleem is. Kunnen we ook nog even heel kort over zijn: het voedselsysteem is kapot. Zwaar en technisch woord, 'voedselsysteem'. En juist daarmee is het heel illustratief voor wat het is: een kluwen ingewikkelde productieketens, waarin nog veel te vaak weinig oog is voor mens en milieu.

Fairfood wil die mensen weer in de kijker spelen. Onze missie: alleen nog eten op ons bord dat is geproduceerd door mensen die in waardigheid kunnen leven. We willen dat ze voor zichzelf én de wereld kunnen zorgen; dat ze kunnen investeren in duurzame productiemethoden. Kleinschalige boeren en werknemers in de voedselsector verdienen een leefbaar inkomen. Uiteindelijk moet het geld dat wij in de supermarkt spenderen, bijdragen aan sociale en economische welvaart voor iedereen die bij de productie van ons eten betrokken is.

We begrijpen dat een oplossing niet eenvoudig is, maar vinden wel dat iedereen z'n verantwoordelijkheid moet nemen. Supermarkten, producenten en voedselverwerkers horen de rechten te beschermen van alle mensen in hun productieketens – ook van de mensen helemaal aan het begin van die ketens. Dat is waar wij aan werken. We willen een verbindende rol spelen in de overgang naar een duurzaam en transparant voedselsysteem, en de consument bewust maken van de impact van haar of zijn keuzes. Ondertussen bouwen we aan partnerschappen en projecten, waarmee we direct de mensen achter ons eten bereiken. Lang verhaal kort; alles wat we doen, staat in het teken van een eerlijker en duurzamer voedselsysteem.

3 • DE CAMPAGNES

Wat weet je als consument echt van de mensen achter jouw eten? Met onze campagnes willen we de afstand tussen hen en jou kleiner maken. We vertellen het eerlijke verhaal, en slaan de handen ineen met industrie en politiek om van dat verhaal een beter verhaal te maken.

KOKOS-UPDATE

De kokoscampagne dateert uit 2017, maar rolt achter de schermen lekker door. Kleine opfrisser: die was voor eerlijke kokos. Want wist je dat in ongeveer 1 op de 20 producten in de supermarkt kokos zit? Lucratieve business dus, denk je nu misschien. Niet voor de kokosboeren. Omdat we van feiten en cijfertjes houden: 84 procent van de kokos die Nederland importeert, komt uit de Filipijnen. Van alle kleinschalige kokosboeren in dat land, leeft 56 procent onder de armoedegrens. Armoede op je bord dus.

Ons kokosnoodsignaal werd gehoord, en was voor meerdere kokosverwerkers reden om met ons om tafel te gaan. We spraken in 2017 en 2018 onder meer Nestlé, Mars, Ahold-Delhaize en Unilever en konden een aantal van hen adviseren in de duurzaamheidsprogramma's die zij of al in hun kokosketen hadden lopen, of nog gingen opzetten. Cargill bijvoorbeeld, was op dat moment net gestart met een pilotproject voor Filipijnse kokosboeren. Mars, Barry Callebaut en Nestlé lieten ons destijds weten ook programma's te starten.

KOFFIE: TRILLENDE KOFFIEKOPJES EN HEEL VEEL AMBASSADEURS

Je zit in een leuk tentje en wilt een slok nemen van je cappuccino. Begint je kopje ineens te rinkelen en trillen. This is your WAKEcUPCALL! Dat overkwam de nietsvermoedende figuranten in onze campagnevideo, die je vast wel een keer voorbij hebt zien komen in je timeline. Sorry mensen, het was voor een goede zaak.

Op 17 mei ging namelijk de kop eraf, van ons WAKEcUPCALL-initiatief. Om zeven uur 's ochtends zette cabaretier Guido Weijers als eerst zijn kop koffie op Instagram. Vanaf dat moment ging de hashtag **#WAKEcUPCALL** aan het rollen, en vulde onze speciale campagnewebsite zich met een hele servieskast aan KOPlopers; mensen zoals jij en ik, die koffiedrinken op hun werk, in een koffiebar met vrienden of 's avonds laat om wakker te blijven voor een deadline. Ze hielpen allemaal mee om de koffiewereld wakker te schudden. Net als online influencers zoals GrowThinkers, Lush en maar liefst 33 koffiebars, barista's en koffiebranders die zich inzetten voor écht goede koffie. Want het blijft bizar: alleen al in Nederland drinken we met z'n allen zo'n 30 miljoen kopjes koffie per dag, maar de gemiddelde koffieboer houdt nauwelijks het hoofd boven water. Ook op koffieplantages spelen veel issues rond onderbetaling, overwerk en gedwongen arbeid. Researcher Isa verzamelde de feiten en cijfers in ons rapport Time for some Truly Good Coffee.

WAKECUPS

In Fairfood-stijl hebben we vijftig WAKEcUPS verstuurd naar grote koffiespelers – supermarkten, branders, ketens van koffiebars – om onszelf uit te nodigen voor een bakkie koffie. We wilden graag van henzelf horen waar het probleem zit. Meer dan twintig bedrijven waren zo sportief om ons te ontvangen. Er vielen ons een aantal dingen op in de gesprekken die we met ze voerden. Medewerkers van die bedrijven hier in Nederland weten zelf vaak niet eens waar de koffie precies vandaan komt, en moeten varen op informatie die ze doorkrijgen van keurmerken of internationale hoofdkantoren. Zowel supermarkten als grote koffiebranders zitten muurvast in een ondoorzichtig web van wereldmarktprijzen, tussenhandelaars en enorme onderlinge concurrentie, waarbij prijs nog steeds de doorslag geeft.

"We verkochten onze koffie altijd aan een trader en dan ging het op één hoop met de koffie van andere boeren. Wat er daarna mee gebeurde – geen idee. De kosten lagen in die tijd hoger dan de inkomsten, waardoor iedereen altijd een tweede baan had. Veel boeren in de regio werken nog steeds als plukker op andere plantages of in de bouw. De reden dat we desondanks koffie blijven verbouwen? Het is traditie. We zijn trots op ons product." ~ Juan Pablo, koffieboer

TRANSPARANTE KOFFIE

Vinden we jammer. We geloven dat transparantie van boer tot barista de eerste stap is om de koffieketen eerlijker en duurzamer te maken. Want pas als je weet wie deel uitmaakt van jouw keten, kun je met elkaar het echte gesprek aangaan. Om te laten zien dat het kan, waren we zelf achter de schermen druk bezig met onze eigen 'geblockchainde' WAKEcUP-koffie uit Colombia. We lanceerden 'm tijdens World of Coffee, de grootste internationale koffiebeurs ter wereld. Blij waren we vooral met de reacties van aanwezige koffieboeren uit onder andere Indonesië en Tanzania: "Doe mij ook maar zo'n QR-code op mijn koffie, dan weet ik straks tenminste wie mijn koffie drinkt."

ROUND TABLE

In oktober werd Fairfood na aanleiding van de campagne uitgenodigd voor de Round Table for Sustainable Coffee, een initiatief van Nestlé en brancheverenigingen Koffie Thee Nederland. We zaten aan tafel met meer dan tien koffiepartijen, het ministerie van Buitenlandse Zaken en een aantal keurmerken. De uitkomst: de belangrijkste problemen kunnen niet alleen vanuit Nederland aangepakt worden. De initiatiefnemers zijn het nu internationaal aan het opschalen, waarbij Fairfood natuurlijk aangehaakt blijft.

Met hulp van jullie allemaal, Fairfood-ambassadeurs, hebben we in 2018 de koffiewereld wakker kunnen schudden. Als we koffiedik kijken voor komend jaar, zien we dat Fairfood zich nog meer inzet voor het transparant maken van de koffieketen, als cruciale stap richting écht goede koffie.

DE FEITEN*

- **Zwarte koffie is bij de Nederlander favoriet (28%) gevolgd door cappuccino (21%)**
- **Millennials drinken relatief graag latte macchiato en zijn minder merktrouw**
- **Het klassieke wolkje melk is vooral nog populair buiten de drie grote steden**
- **Bijna de helft (44%) van de Nederlandse consumenten is bereid om meer te betalen voor koffie waarvoor boeren een eerlijke prijs hebben gehad**
- **Aan de koffiemerken de taak om die eerlijke prijs te garanderen, aldus 8 op de 10 Nederlanders.**
- **Van hen is 41% is bereid om over te stappen naar een eerlijker merk**

*Feiten gebaseerd op onderzoek uitgevoerd door Motivaction in opdracht van Fairfood

DE SUPERFOUTE SUPERMARKT OP DE PARADE

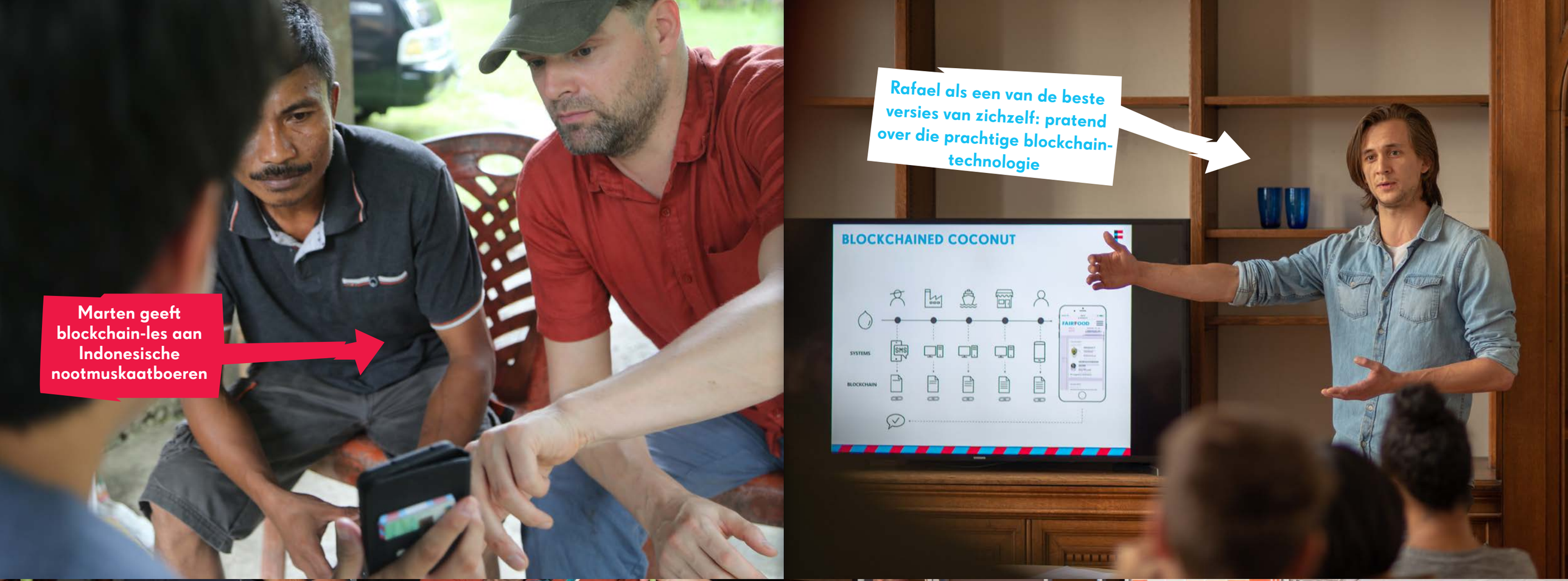
Weet je nog die zomer van 2018? Snikheet, gortdroog, ellenlange, zwoele avonden, te warm om te slapen? Dat was de zomer dat Fairfood op je favoriete theaterfestival – natuurlijk de Parade – de toiletten beheerde. Hè, wat? Jawel, wij waren in charge van de wc's. Klinkt viezer dan het is. Samen met onze fantastische ontwerper Buro RuSt – die verdient toch ook een plekje in dit jaarverslag dat 'ie zelf heeft vormgegeven – hebben wij in Utrecht, Rotterdam, Den Haag en Amsterdam de toiletten van top tot teen aangekleed. We doopten het resultaat onze 'superfoute supermarkt': voor de schermen een met-prijzen-stuntende supermarkt, achter de schermen – in de toilethokjes – keiharde feiten over de schaduwkanten van garnalen, tomaten, ananassen en andere producten die we graag in ons winkelmandje stoppen. Zodat we de ruim 230 duizend bezoekers tijdens hun grote en kleine boodschap een goede boodschap mee konden geven (flauw, weten we).

De donaties die bezoekers bij de toiletten achterlieten schonken we, als staartje van onze koffiecampagne, aan een project van ambassadeur The Coffee Quest, Deze koffie-inkopers werken nauw samen met La Victoria, een coöperatie in Colombia. Hun missie: duurzame koffie produceren van topkwaliteit, Met het gedoneerde bedrag kan ter plekke een trainer ingehuurd worden die – met name – de jonge generatie boeren zal trainen hoe ze van hun koffiebessen de beste bessen maken, en zelf beoordelen. Voor de mensen die op vakantie waren tijdens de Parade, hebben we een crowdfundingopgezet via Give the Change, een donatieplatform van Triodos Foundation. Er was nog meer: Triodos Foundation was over het project en alle inzet zo te spreken, dat zij het bedrag verdubbeld hebben. In totaal mochten wij 9.310 euro aan The Coffee Quest overhandigen. Houd onze nieuwsbrief in de gaten voor updates uit Colombia.

"Voor The Coffee Quest reis ik vaak naar herkomstlanden van koffie, waar ik ondanks cultuurverschillen altijd gelijkgestemde partners vind om een keten mee op te zetten. Hieronder veel ondernemende kleinschalige boeren. Als schakel tussen twee werelden werken we hard om producenten en koffiebranders voor lange termijn te binden, en daarmee duurzame productie van kwalitatieve koffie te ondersteunen. Hier draait het allemaal om - persoonlijke samenwerking, verbonden door een gedeelde passie voor koffie." ~ Friso Miguel Spoor, Mede-oprichter The Coffee Quest Europe.

Marten geeft blockchain-les aan Indonesische nootmuskaatboeren

Rafael als een van de beste versies van zichzelf: pratend over die prachtige blockchain-technologie



Op World Food Day lanceerden we onze samenwerking met Verstegen met een nootmuskaat-expositie én nootmuskaatijsjes

Onze kassamedewerker op de Parade legt bij de toiletten uit wat een goede besteding is van zakgeld

4 • DE PROJECTEN

Samenwerken, aanpakken, oplossen. Zo beschreef Sander de frisse wind in voedselland zojuist al even. Fairfood wil niet vanuit een ivoren toren oplossingen opleggen, maar sámen met de voeten in de modder staan. Eten, dat gaat ons allemaal aan. Samen betekent voor ons: met supermarkten, met voedselmerken, met andere ngo's, overheden, met boeren en fabrieksmedewerkers.

EERLIJK ETEN DANKZIJ INNOVATIEVE TECHNOLOGIEËN

Stap drie in onze roadmap: fair tech-projecten. Fair tech, dat is een verzamelnaam die wij gebruiken voor alle technologieën die we inzetten om onze voedselketens transparant en vervolgens eerlijk te maken. In 2018 was een belangrijke technologie de blockchaintechnologie, die we in drie verschillende projecten hebben ingezet. In chronologische volgorde:

MOYEE

Moyee Coffee brandt en verpakt haar koffie in het land van herkomst – Ethiopië – om meer van de koffiewinst in de economie aldaar te pompen. Het merk betaalt koffieboeren daarnaast 20 procent bovenop de marktprijs, zo stellen ze. Blockchain was een heel logische volgende stap: transparantie om de gemaakte claims ook daadwerkelijk te bewijzen. Moyee nodigde Fairfood uit haar supply chain in kaart te brengen. Samen met Bext360 hebben we een platform gebouwd waarop alle spelers in de keten – boeren, branders, maar ook consumenten – toegang krijgen tot de data die gaandeweg over de koffie wordt vastgelegd. Neem die 20-procent-claim: we hebben een systeem ontworpen dat de boer in staat stelt om, op het moment dat hij of zij koffiebonen verkoopt aan een handelaar, te bevestigen dat een bepaalde prijs is uitbetaald. Dat gebeurt via een verificatie-sms of een digitale vingerafdruk. Zo kan de consument zelf kijken of de prijsbewering van Moyee klopt. Moyee kan dankzij de blockchaintechnologie tegelijkertijd de toeleveringsketen uitpluizen en eventuele inefficiënties identificeren. De boeren wordt uiteindelijk meer zicht geboden op het verdere verloop van de keten.

WAKEcUPCALL

In navolging van onze geblockchainde kokosnoten (2017) maakten we in 2018 de reis van een lading koffie volledig inzichtelijk, als onderdeel van onze WAKEcUPCALL-campagne (zie ook het vorige hoofdstuk). Daarbij werden twee claims met behulp van blockchaintechnologie zichtbaar voor de koffiedrinker geverifieerd: goede kwaliteit en goede prijs. Samen met onder meer partners ID Coffees en Bext360 hebben we de reis van Colombiaanse koffie getraceerd en transparant gemaakt. Daardoor kan je als consument precies zien waar jouw kop koffie vandaan komt, of koffie inderdaad van uitmuntende kwaliteit is en of de koffieboer in ruil daarvoor de afgesproken premie heeft ontvangen.

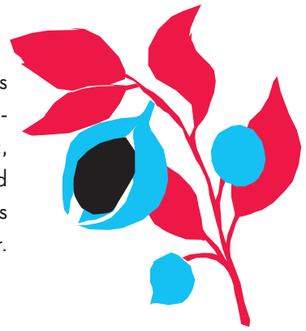
Tijdens het gigantische koffiefestijn World of Coffee lanceerden we 'm, voor een zaal bomvol enthousiastelingen: de koffiezak en de bijbehorende interface, die je door de keten van de koffie leidt. De geluiden uit de zaal, maar ook de gesprekken die we gedurende de dag voerden met andere aanwezigen wijzen erop dat de koffiewereld schreeuwt om transparantie. Wij hopen dat dit project als een inspiratiebron dient voor de hele koffie-industrie.

VERSTEGEN SPICES & SAUCES

Verstegen Spices & Sauces ken je waarschijnlijk van de potjes zout en peper in je keuken. En van je kurkuma, paprikapoeder, laos en nootmuskaat, om maar wat te noemen. Achter dat brede assortiment gaat een klein leger aan boeren schuil, die in alle uithoeken van de wereld hun noeste arbeid verrichten. Verstegen wil meer inzicht krijgen in hun werk- en leefomstandigheden. Het familiebedrijf wil investeren in een duurzaam en toekomstbestendig voedselsysteem, met transparante en korte ketens. Verstegen bouwt actief aan duurzame relaties met alle actoren in hun toeleveringsketens en wil kennis delen om samen met hen aan de beste kwaliteit te werken. Dat is een van de manieren waarop het bedrijf leefbare inkomens wil realiseren. In de visie van CEO Michel Driessen kunnen de boeren dankzij een leefbaar inkomen uiteindelijk ook zorg dragen voor de wereld.

We hebben allereerst de toeleveringsketen van Indonesische nootmuskaat tot aan de boer traceerbaar gemaakt. Daarbij werden twee claims zichtbaar voor de consument geverifieerd: goede prijs, goede kwaliteit. In de bèta-versie van de interface was de reis van de nootmuskaat vanaf december 2018 live te volgen, vanaf juni 2019 is deze te koop bij supermarktketen Coop.

Betere positie voor de boer
Door de boeren met behulp van blockchaintechnologie actief bij de productieketens te betrekken en toegang te geven tot nieuwe informatie, wil Verstegen hun ondernemerschap stimuleren. Tegelijkertijd wordt de positie van de boer versterkt, doordat hij of zij zelf kan bevestigen of de afgesproken prijs daadwerkelijk werd uitbetaald. Uiteindelijk moet het daardoor ook voor toekomstige generaties aantrekkelijk worden om het vak te beoefenen, uiteraard op een duurzame manier.



Identificatie boer
De nootmuskaat van Verstegen wordt verbouwd door een flinke schare kleinschalige boeren. Tussen hen en Verstegen staan onder meer een zogenaamde collector en leverancier. Dankzij het blockchainproject leert Verstegen meer over de boeren achter de nootmuskaat, en over hun leefomstandigheden. Uiteindelijk wil Verstegen samen met hen werken aan de beste kwaliteit nootmuskaat en aan duurzame handelsrelaties.

Claimverificatie
Een belangrijke uitkomst van het project is dat de consument zelf de verificatie kan inzien van een tweetal claims van Verstegen: goede prijs, beste kwaliteit. Verstegen kiest ervoor om de betalingsbevestiging door de boer zichtbaar te maken voor de consument. Daarnaast wordt de verificatie van kwaliteitsclaims, die in laboratoria plaatsvindt, gelogd op de blockchain. Een ander onderdeel van de kwaliteitsclaims is de uitkomst van de aflatoxinetest, een giftig stofje dat zich in nootmuskaat kan nestelen.

ONDERZOEK NAAR LEEFBAAR INKOMEN

Zo mogelijk het mooiste deel van het project: Fairfood voerde een onderzoek uit naar de hoogte van een leefbaar inkomen voor de nootmuskaatboeren op de Indonesische Sangihe-eilanden. Op dit moment betaalt Verstegen een premium boven op de gebruikelijke marktprijs voor nootmuskaat, maar het familiebedrijf wil weten of dit voor de boeren voldoende is om goed rond te kunnen komen. Aan de hand van de uitkomsten van het onderzoek wordt waar nodig gekeken hoe er bijgestuurd kan worden om alsnog tot een leefbaar inkomen te komen. Vinden wij een vrij revolutionaire ambitie voor een voedselbedrijf van deze omvang.

World Food Day
Het World Food Day-evenement van 2018 in Den Bosch zal ons nog lang heugen. Niet alleen omdat we daar midden oktober met zonder jas rondliepen (23 graden!), maar vooral ook omdat we daar de samenwerking met Verstegen bekend mochten maken. Op het podium tijdens een interview met Marijn Frank (Keuringsdienst van Waarde) én met een ware nootmuskaat-expositie.

LIVING WAGE LAB: SAMEN STERKER

Veel energie haalden we ook weer uit ons Living Wage Lab. Dat is het Lab dat we samen met Hivos opzetten, waarin bedrijven in de agrifoodsector elkaar helpen bij het vinden van oplossingen voor het betalen van leefbare lonen in hun toeleveringsketens. Laten we wel wezen: het probleem rondom lage lonen kan vaak niet door die bedrijven alleen worden opgelost. Het Living Wage Lab brengt daarom iedereen samen: de overheid, vakbonden, de productietak, supermarkten, ngo's, certificeerders en onderzoekers. Denk aan Jumbo, de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland en UTZ/Rainforest Alliance. Het vertrouwelijke en besloten karakter van het Lab staat toe dat vraagstukken en issues openlijk besproken kunnen worden. Samen werken we aan oplossingen.

TWEE JAAR LIVING WAGE LAB

In februari 2018 vierden we het tweejarig bestaan van ons Lab. Trots waren we op de voor de gelegenheid gemaakte publicatie, Towards a Living Wage in the agri-food sector, en op de opkomst: ruim 50 agrifoodbedrijven. Willem Lageweg (Transitiecoalitie Voedsel) en Kirsten van den Hul (PvdA) namen de publicatie als eerst in ontvangst, waarbij laatstgenoemde tot onze trots opmerkte: "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."

DE EERSTE STAP RICHTING EEN TOOL

Niet lullen maar poetsen, zou ons motto kunnen zijn. (Is het niet, want we denken graag dat we iets creatiever zijn dan dat.) Daarom ook ontstond in 2018 de behoefte om vanuit het Living Wage Lab meer te doen dan alleen de sessies. Op dat moment ontstond in gesprekken met Rainforest Alliance het idee voor een 'living income tool', die bedrijven actief moet helpen om leefbare lonen in hun ketens te realiseren. We hebben daarop allereerst True Price de opdracht gegeven een needs assessment te doen. True Price sprak daarvoor 23 bedrijven in de agrifoodsector en evalueerde 26 reeds bestaande tools. In een gap analysis werden daarnaast de vraag en het aanbod vergeleken. Voorlopig resultaat is het rapport Living Wage Tool Needs Assessment, waarin wordt ingegaan op de uitdagingen waarvoor bedrijven zich gesteld zien op de weg naar leefbare lonen, en op de manier waarop een tool hen daarbij kan helpen. Volgens stap: tool ontwikkelen! Daarover in de loop van 2019 meer.

WAT KAN BLOCKCHAIN BETEKENEN VOOR AGRIFOOD?

Je hoort ons veel over de blockchaintechnologie. We zien onszelf als voortrekker in het gebruik van de technologie in de agrifoodsector, maar willen uiteraard ook leren van anderen en van relevante ontwikkelingen. In 2018 zijn we daarom gestart met een onderzoek naar de stand van zaken, samen met Wageningen Centre for Development Innovation en met de financiële steun van Food & Business Knowledge Platform. De studie richt zich in het bijzonder op de potentie van de blockchaintechnologie voor de agrifoodsector in lage- en middeninkomenslanden. Waar staat de technologie, welke problemen lost het op en wat zijn de reeds bestaande (internationale) toepassingen? In de eerste helft van 2019 publiceren we het bijbehorende rapport.

"Ik wil dat iedereen in onze productieketens dezelfde kansen heeft als wij hier in het Westen hebben. Verstegen wil actief samenwerken met de verschillende partners in onze ketens zodat we de zorg voor elkaar en de wereld samen kunnen dragen."
~ Michel Driessen, CEO Verstegen Spices & Sauces

5 • DIT ZIJN WIJ

Fairfood is een kleine organisatie met een toegewijd team, dat elkaar op vele vlakken vindt. We hebben hard gebouwd aan een werkcultuur waar we best een beetje trots op zijn. Daarover hieronder meer.

(RESPONSIBLE) WAY OF WORKING

Hoewel er natuurlijk eentje rondloopt die we onze directeur noemen, geloven we bij Fairfood niet in hiërarchie. Heel praktisch betekent dat dat iedereen de lunchtafel weleens dekt, maar interessanter is dat we op die manier allemaal de ruimte vinden om onze expertise in te zetten en te delen. We spreken ook wel van een platte organisatiestructuur, met korte lijntjes, zodat we effectief en efficiënt aan onze missie kunnen werken. We vinden ons werk belangrijk en leuk, en proberen het nog leuker te maken door actief aan onze werkcultuur te bouwen. Door elke maand een inspiratie- en kennisdelingssessie te organiseren bijvoorbeeld, en elk jaar een meerdaagse visiesessie.

Persoonlijke ontwikkeling staat hoog in het vaandel. We willen van Fairfood een plek maken waar je kunt gedijen en groeien, als je wilt ook op competenties die buiten jouw takenpakket vallen. Daarom hebben we in 2018 bijvoorbeeld allemaal met alle collega's een 1-op-1 mini-functioneringsgesprek gevoerd. Zie je jezelf opeens door de ogen van een ander. Met alle sterke en verder te ontwikkelen punten op een rijtje, schreven we vervolgens een persoonlijk ontwikkelingsplan, waarna we gekoppeld werden aan een andere collega – je buddy – met wie dit plan op gezette tijden geëvalueerd wordt. Over een jaar zijn we allemaal dus nóg beter in wat we doen, zou je kunnen zeggen.

We vinden elkaar zo nu en dan ook op andere vlakken dan eerlijk eten (en drinken). Dan doe je als team opeens mee aan de Week Zonder Vlees (lunchen doen we sowieso vegetarisch), loop je elkaar tegen het lijf tijdens een Climate March of zit je samen naar een documentaire over de soja-industrie te kijken. Isa, Rafael en Channa hangen zelfs geregeld samen aan een klimmuur. We willen daarnaast ook onder werktijd ruimte bieden aan ontspanning, om al te heftige stress te voorkomen. Daarom introduceerden we in 2018 de kantoorhond en -moestuin. Loop je te stressen, word je even het park in gestuurd om een rondje te maken met de hond. Of, 'ga jij anders even kijken hoe het met de peulen gaat'. Komend jaar onderzoeken we hoe we de balans werk/privé gezond kunnen houden en nóg beter kunnen maken. Regel nummer 1 staat inmiddels: tijdens vakanties verlaat je de app-groep (die buiten werktijd sowieso verboden terrein is) – we trokken de grens toen een van ons veel te saaie vragen zat te beantwoorden met de ski's nog aan de voeten. Genoeg over ons, dit zijn wij:

MARTHE VAN ANDEL

"Wat een cadeautje, die Marthe", is iets wat Marthes familie moet hebben gedacht bij haar geboorte, maar wat wij ook absoluut dachten op de dag dat ze voor het eerst ons kantoor binnenliep. Sinds Marthe er is, lukt het niemand anders meer om als eerste aanwezig te zijn. Óf om de hoogste hakken te dragen. Op de hoogste exemplaren wandelt Marthe namelijk in alle vroegte van huis naar kantoor, waar ze ons vervolgens elke dag, de hele dag versteld doet staan van de kennis die ze in haar nog maar korte leven opdeed. Wij zijn maar wat blij dat we deze voormalig programme developer (Heifer) en progamme manager development and quality assurance (PharmAccess) nu onze programme manager living wage and income mogen noemen. Niet in de laatste plaats omdat ook MAMIBO's, DIMIBO's, WOMIBO's en DOMIBO's geen uitzondering meer zijn sinds Marthe er is.

CHANNA BRUNT

Er is altijd een reden om een citroen-meringuetaartje mee naar kantoor te nemen. En als die er een keer niet is, dan vindt Channa er wel een. Als communicatiemanager is ze niet alleen de stem, maar ook het geweten van Fairfood. Bij alles wat we doen, of we nou midden in een project zitten of filosoferen over onze volgende BHAG (Big Hairy Audacious Goal), komt het moment van Channa's fameuze mentale eye-roll en gedecideerde stem: 'Maar wat hebben de mensen aan het begin van de keten hieraan?' Als we die vraag onvoldoende kunnen beantwoorden, is het terug naar de tekentafel. Ze houdt eigenhandig een diepe kloof in stand tussen de kantoormillennials en de generatie-van-voor-1980 door ons steeds te wijzen op de dingen die wij doen omdat wij oud zijn. Bracht al haar collega's aan de verpakkingsvrije zeep en shampoo van Lush, dat dan weer wel.

LONNEKE CRAEMERS

Lonneke C. is een interessante mix van droge humor, ondernemerschap, uitgesproken visie en een goede vleug koppigheid. Met haar komst in 2018 impregneerde ze ons team met een flinke dosis structuur, Excel-sheets en projectmatig werken. Als onze business developer iets doet, doet ze het goed. Zo was ze voorheen bekroond windsurfkoningin en ook de Nepalese Annapurna temde ze met haar mountainbike alsof het niks is. In haar hoofd lijkt het evenmin ooit stil te staan: tijdens lunches en borrels doet ze niet zelden nonchalant nieuwe bedrijfsplannen uit de doeken voor bijvoorbeeld een gerecycled peukentasje (meer kunnen we niet zeggen). Nam laatst een maandag vrij omdat ze een weekend ging carnavallen, en werd daarmee dan toch echt de ultieme belichaming van het 'work hard, play hard'-principe.

LONNEKE VAN GENUGTEN

Lonneke leerde tijdens een teamworkshop dat ze persoonlijkheidskleur geel is. Toch wat beteuterd stond ze naar het bijbehorende bord te kijken, waarop naast een tekening van feestende poppetjes, teksten stonden als 'vind mij aardig a.u.b.!' en 'er bestaan geen vreemden, alleen vrienden die ik nog niet heb ontmoet'. Wij zijn ook niet bijster enthousiast over die uitleg van misschien wel de fijnste persoonlijkheid binnen het team. Lonneke weet wat er speelt. In De Kleine Komedie, op een filmfestival, maar ook in de wereld van koffie, op de werkvloer en in je liefdesleven, om maar wat te noemen. Meer nog dan in het wat is ze geïnteresseerd in het hoe. Als programme manager responsible innovation houdt ze dan ook bij alle lopende processen een vinger aan de pols en kan ze je opeens in het gezicht slaan met termen als data sovereignty en privacy by design. En daarmee maakt ze alles wat we doen iets beter. Lonneke ís onze no waste-policy – aan het einde van de werkdag verdwijnen er rustig een halve paprika, drie krokante boterhammen en avocado-zo-zacht-als-boter in haar tas. Voor d'r wormenhotel, gaan we dan maar vanuit.

MARTEN VAN GILS

Soms hebben we geen idee wat er in z'n hoofd omgaat. Dan is Marten uren achtereen in opperste concentratie in z'n scherm verzonken, en weten we alleen dat de wereld ietsje mooier zal zijn als hij er weer uitkomt. Dat doet 'ie altijd heel onverwachts, meestal met een gulle lach, bijzonder geïnteresseerde persoonlijke vraag met bijbehorende intense blik, of een tip voor je avondeten. Net zo makkelijk als hij een hele voedselketen aanhaakt op de blockchain, schudt onze programme manager fair tech namelijk verrassende smaakcombinaties uit z'n mouw. Tijdens meerdaagse teamuitjes jaagt hij ons nog net niet de stuipen op het lijf wanneer hij met strenge blik en efficiënt korte commando's de keuken dirigeert, om het vervolgens al bij de eerste hap meer dan goed te maken. Dealt net zo graag en makkelijk in Bitcoins als in witte truffels uit Italië.

RAFAEL DA COSTA GUIMARAES

Nieuwste én jongste telg van de familie. Hij begon eens als stagiair, maar we waren zo onder de indruk van wat Rafael ons allemaal kan vertellen over blockchains – en hoe hij dat doet – dat we 't maar snel officieel hebben gemaakt. Junior business developer blockchain, staat er inmiddels op z'n visitekaartjes. Laat z'n naam je overigens niet van de wijs brengen; Rafael spreekt maar net verstaanbaar Spaans. "Spaanstalige vrouwen zeggen altijd dat ik heel schattig Spaans praat", zei hij eens, net iets te trots. Maandagen werden een stuk draaglijker sinds Rafael de lunches opleukt met smeuïge, tot in de details uitgewerkte weekendverhalen. Met een gezonde dosis empathisch vermogen is het haast alsof je zelf weer 23 bent.

SANDER DE JONG

Drie jaar geleden stortte Sander zich net zo onverschrokken op de rebranding van Fairfood als hij ooit met de oprichting van The Dutch Weedburger deed. We weten op het moment niet meer precies hoeveel fietsen onze managing director bezit. Afhankelijk van weersomstandigheden en werkagenda fietst hij of een afgetrapte roestbak, of een bescheiden racefiets of de minst bescheiden racefiets ooit naar kantoor. In geval van laatstgenoemde komt hij zo mogelijk met een nog bredere lach huize Fairfood binnen benen. Daar zet hij zich na een meestal aan Friesland gelieerde grap aan de noeste arbeid, nooit te beroerd om z'n opperste concentratie per direct weer te verbreken om een project, vraagstuk of probleem met optimisme, enthousiasme en een frisse blik te doorspekken. 's Avonds beent hij met onverminderde energie de deur weer uit, vaak om een paar honderd meter verderop de schaatsen onder de voeten te binden voor een lesje 'schaatsen voor gevorderden' – je heet Sander Bob de Jong of niet.

ISA MIRALLES

Isa vond vorig jaar de ware: 'fluffy cloud', zoals ze kantoorhond Dorus ook wel noemt. Als ze samen de horizon tegemoet rennen, zien ze er zo mogelijk nog sportiever uit dan wanneer Isa dat alleen doet. Ze moet inmiddels meer lichaamsbeweging krijgen dan wie ook in Nederland: voetballen, fietsen, rennen, padel én klimmen. Het staat in schril contrast met de uren die ze als researcher doodstil en in opperste concentratie achter haar laptop doorbrengt: koptelefoon op, kleermakerszit, lichtelijk samengeknepen ogen, bloedserieuze blik. Als we het echt te bont maken en de koptelefoon z'n werk niet meer doet, worden we subtiel tot stilte gemaand met een strenge "guys...". Gelukkig trekt ze het volgende moment zelf haar mond open om ons van de betere grappen te voorzien. Of van een betoog tegen wegwerpplastics. En daarover heeft ze dan weer zoveel feiten verzameld dat je nooit precies weet wanneer ze weer op zal houden met praten.

HANS MOLENAAR

Stille kracht Hans kwam samen met de fair tech-projecten binnenrollen. Als onze nieuwe collega financiën en bedrijfsvoering, leidt hij onze projecten terwijl ze binnenstromen in rechte banen. Voorheen deed hij hetzelfde voor onder meer Milieudefensie en Friends of the Earth, waarmee hij zich met recht 'financieel expert non-profit' mag noemen. Hij mag zichzelf trouwens nog wel meer noemen. In het kader 'je bent nooit te oud om te leren', gebruikte Hans zijn weekenden de afgelopen jaren voor een opleiding tot psychodynamisch therapeut. En dat mag je dan weer zien als een stiekeme marketinguiting voor zijn net opgestarte praktijk.

JOLINE, JESSAMINE, MASJA, DYLAN
Zonder een paar van de leukste stagiaires ter wereld, had 2018 er toch maar mooi heel anders uitgezien. Joline, bedankt dat je nooit te beroerd was om je ragpak aan te trekken om een zomer lang – in de stik-ken-de hitte – alles in rechte banen te leiden op de Parade. Je grappen en grollen galmen nog steeds na. Jessa, bedankt dat je je zo vol overgave stortte op het project met The Coffee Quest en Triodos Foundation. En op het beschilderen van stoepborden, wat je toch ook weer verbazingwekkend goed af ging. Masja, bedankt dat je, toen heel Nederland z'n winterdepressie ingleed, toch maar mooi elke dag om half 7 in de trein zat. Dylan, wat zijn we blij dat die vent van je je vond en naar Nederland haalde. We vragen ons af of New York weet wat 'ie mist.

TOEZICHT EN BESTUUR

Fairfood wordt bestuurd volgens het Raad van Toezicht-model. Deze Raad is verantwoordelijk voor de benoeming van de managing director, in ons geval Sander, die op zijn beurt verantwoordelijk is voor het beleid en de dagelijkse leiding. Elk jaar houden twee leden van de Raad, onder wie de voorzitter, een beoordelingsgesprek met de managing director. 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, de begroting, het jaarverslag en de jaarrekening goed te keuren.

"Als ik op mijn smartphone het verdere verloop van de nootmuskaatketen zou kunnen zien, zou dat enorm helpen. Uiteindelijk wil ik er alles aan doen om mijn business verder te laten groeien. Hoewel ik zeker niet mag klagen, wil ik op die manier investeren in de toekomst van mijn dochter, die nu gezondheidszorg studeert – ik wil dat ze een nog beter leven heeft dan ik."
~ Muslima Abast, nootmuskaatboer

Onze Raad bestaat uit zes personen, die hun werk allemaal onbezoldigd doen. Wanneer er een positie vrijkomt, stelt Sander samen met de Raad een profielschets op, waarbij gezocht wordt naar iemand die de kennis aanvult die al in huis is. Nieuwe leden worden vervolgens benoemd door zittende leden. Onze 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.

We zijn bijzonder trots op onze Raad van Toezicht – stuk voor stuk hebben de leden een indrukwekkend cv en samen een kennis van zaken waar je u tegen zegt. Daar putten we graag uit. De banden met de Raad zijn dan ook kort en er vinden geregeld informele overleggen en feedback-rondes plaats. Soms schuift de complete Raad zelfs aan voor een borrel of interactief kerstdiner, zodat iedereen in het team iedereen in de Raad weet te vinden. Onze Raad van Toezicht werd in 2018 gevormd door:

JOLANDE SAP
Zelfstandig duurzaamheidsadviseur, toezichthouder en commissaris voor zakelijke en maatschappelijke organisaties, 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 een circulaire economie te bevorderen. Maxine heeft ruime ervaring met strategieontwikkeling, business development, alliantiemanagement en juridische zaken. Maxine beweegt zich in een ecosysteem van professionals die hetzelfde geloof delen in duurzaamheid, gelijkheid en transparantie. Recentelijk ontwikkelde ze als projectdirecteur de joint venture tussen het Havenbedrijf Rotterdam en Gasunie, voor de aanleg van een grootschalige warmte-infrastructuur in Zuid Holland. Ze was daarnaast een van de drijvende krachten achter de totstandkoming van de Warmtealliantie Zuid Holland. Haar loopbaan begon ze ooit als advocaat bij De Brauw, Blackstone, Westbroek N.V. In 2015 en 2016 was zij bij Fairfood gedelegeerd bestuurder namens de Raad van Toezicht.

HEDWIG BRUGGEMAN
Hedwig Bruggeman groeide op in Zeeuws-Vlaanderen en werd opgeleid tot specialist veeteelt aan de Universiteit Wageningen. Ze heeft uitgebreide internationale ervaring opgedaan dankzij verschillende langdurige opdrachten in Afrika, waarna ze 10 jaar lang netwerkorganisatie AgriProFocus heeft geleid. Sinds november 2015 is ze terug op de Universiteit Wageningen, waar ze het hoofd is van het Centre for Development Innovation van Wageningen University & Research.

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). Frits is daarnaast vaste columnist van het vakblad FoodPersonality. Van 2003-2006 was hij het hoofd corporate communicatie van supermarktconcern Laurus. In diezelfde 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 zakelijke succes. Daarnaast begeleidt hij bedrijven bij het future proof maken van internationale productketens. Hij doet dat onder andere vanuit zijn eigen bedrijf Abre en het agrifood-team van MVO Nederland. Pieter heeft jarenlange ervaring op het gebied van marketing, commercie, innovatie en duurzaamheid binnen Procter & Gamble, Unilever, Danone, People4Earth, Jumbo en Generous Minds.

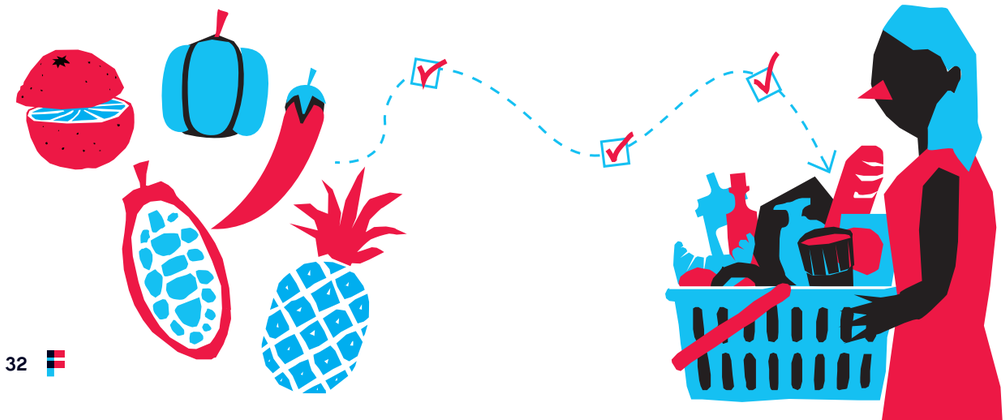
Naast de Raad van Toezicht is er de Raad van Advies, die onze managing director adviseert over strategische kwesties. Deze Raad bestaat uit prominente experts met een internationaal netwerk en uiteenlopende professionele achtergronden. Wij zijn trots op de mooie club die deze taak op zich neemt:
Guus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

RISICOANALYSE

Practice what you preach: Fairfood wil te allen tijde transparant zijn over de bedrijfsvoering en streeft uiteraard naar een effectieve inzet van middelen – elke uitgegeven euro, elk gewerkt uur wordt verantwoord. Risicomanagement staat hoog in het vaandel, omdat we ons maar al te bewust zijn van het feit dat economische omstandigheden kunnen veranderen, dat politiek instabiel kan zijn en markten volatiel. Politieke besluitvorming – en beschikbare financiering – is moeilijk te voorspellen, net als de politieke krachten die partnerorganisaties beïnvloeden. Fairfood werkt samen met andere ngo's en lobbyorganisaties Partos en MVO Platform om middels slimme lobby en advocacy politieke besluitvorming te beïnvloeden. Een voorbeeld was de plek die we de afgelopen jaren hadden aan de onderhandeltafel rondom het voedingsmiddelenconvenant.

Met de komst van managing director Sander, in 2016, werd een nieuwe meerjarenstrategie opgesteld. De fondsenwervingsstrategie zorgde voor financiering van de projecten die liepen en lopen van 2017-2019. In diezelfde periode werd en wordt actief gebouwd aan relaties die Fairfood na 2019 financieel gezond zullen houden. Het financieringsplan is gericht op langdurige partners en fondsen die zich bezighouden met technologische toepassingen, zoals blockchain, artificial intelligence en Internet of Things. Met stip op 1 staan de partnerschappen die we aangaan met bedrijven en organisaties die bij willen dragen aan een duurzaam voedselsysteem – denk aan de blockchainprojecten, waarover we het in hoofdstuk 4 hadden.

Hoewel we daarmee, in tegenstelling tot het 'oude' Fairfood, minder focus leggen op het voeren van campagnes, blijft de strategie dicht bij onze roots – bij de visie en de missie om het voedselsysteem eerlijk te maken.



6 • VRIENDEN VAN FAIRFOOD

Toen Dionne Warwick 'that's what friends are for' zong, had ze het waarschijnlijk niet over 'om het voedselsysteem eerlijk te maken'. Toch komen onze vrienden in die missie maar wat goed van pas. We zien ons in ons werk gesteund door partners, ambassadeurs, vrijwilligers, consumenten, de media en andere geïnteresseerden. Die verdienen een plek in dit jaarverslag, omdat jij er hopelijk net zo blij van wordt als wij.

PARTNERS

Dit is een heel mooie plek om de Nationale Postcode Loterij en al haar deelnemers te bedanken. Ook in 2018 was daar weer die prachtige cheque van 500 duizend euro. Eigenlijk is het heel simpel: zonder de Nationale Postcode Loterij (NPL) was Fairfood niet waar we nu zijn. Sinds 1989 werft NPL fondsen voor organisaties die zich sterk maken voor een groenere, eerlijkere wereld. Van alle opbrengsten van de loterij wordt 50 procent verdeeld onder organisaties die zich inzetten voor een betere wereld, op het gebied van milieubescherming, ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten – daaronder dus ook wij. Sinds 2009 ontvangt Fairfood van NPL jaarlijks een bedrag van 500 duizend euro, dat we direct steken in campagnes en projecten die ons voedselsysteem gaan fixen. NPL bedankt!

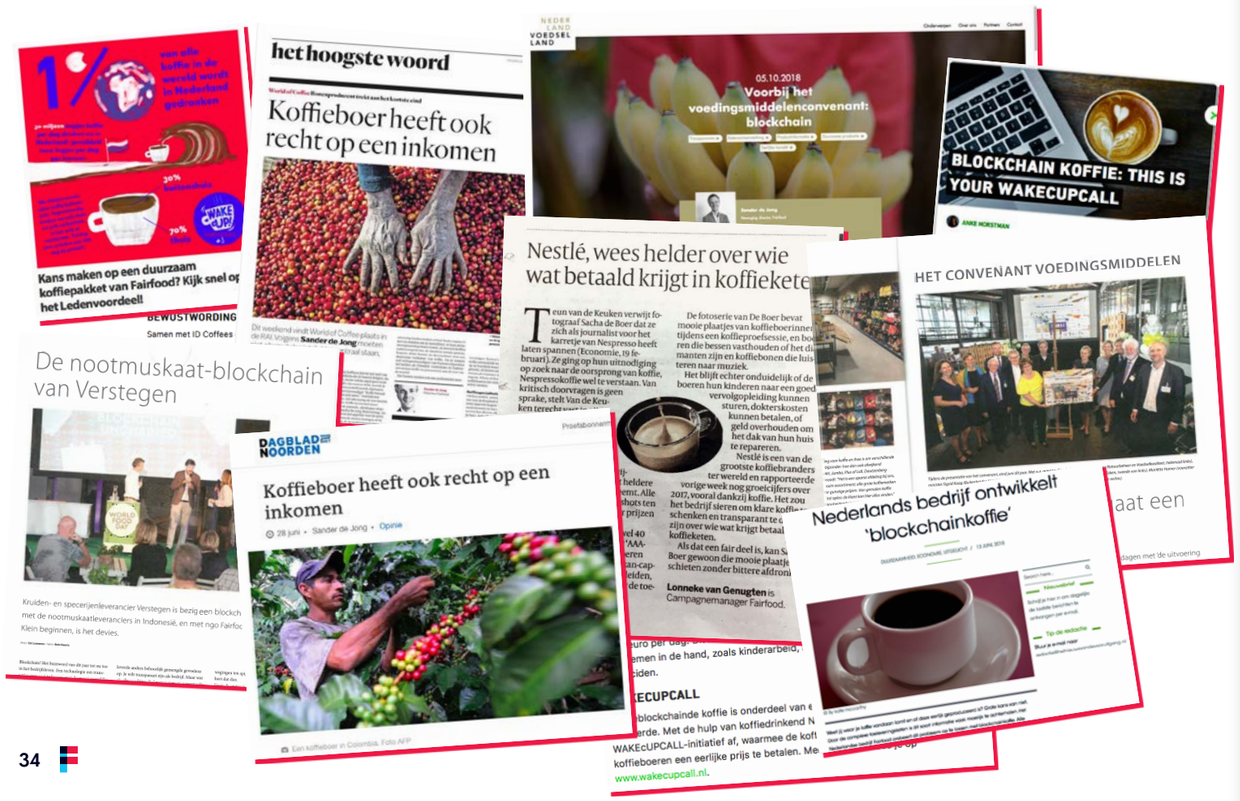
AMBASSADEURS

"Ik zag jullie toiletten op de Parade en houd jullie werk sindsdien in de gaten!" – vinden we leuk. "Ik zag de presentatie die Lonneke gaf tijdens de Bio-borrel en zie jullie naam sindsdien opeens overal" – vinden we leuk. "Ik zou heel graag vrijwilligerswerk voor jullie doen" – vinden we leuk. Over de betekenis van het woord 'ambassadeur' valt te discussiëren, maar bij Fairfood zien we gewoon iedereen die ons werk volgt, belangrijk vindt en erover praat als ambassadeur. In het bijzonder waren er vorig jaar natuurlijk de 33 koffiebars, -labels en barista's die zich officieel – met social media-posts, deurstickers, posters en flyers – als ambassadeur aansloten bij de koffie-campagne. Steeds meer mails krijgen we ook van mensen die zich als vrijwilliger in willen zetten voor ons grotere goed. In dat kader: speciale dank aan Karina en Swati, die de communicatieafdeling met enige regelmaat onbezoldigd bijstaan. Dát zijn nog eens ambassadeurs. Krijgen we energie van. Iedereen is welkom bij Fairfood en we houden het graag zo persoonlijk mogelijk. Even heel praktisch: mail ons om te onderzoeken in welke vorm jij kan bijdragen.

"Het is onze missie als Goede Doelen Loterij om bij te dragen aan een groene en rechtvaardige wereld. Sinds 2009 is Fairfood een van onze beneficiënten, die we steunen in hun strijd naar een eerlijke en transparante voedselketen. Fairfood zorgt ervoor dat de meest kwetsbaren in de voedselindustrie een fatsoenlijk en eerlijk leven kunnen leiden. Dankzij de 3 miljoen deelnemers van de Postcode Loterij heeft Fairfood een totaal bijdrage van €6,1 miljoen ontvangen voor hun werkzaamheden."
~ Margriet Schreuders, hoofd goede doelen Nationale Postcode Loterij

IN DE MEDIA

De media vormen voor Fairfood een belangrijk kanaal om ons verhaal te delen met de buitenwereld en er op die manier ook bijstand voor te vinden. Dat verhaal kan zijn een koffiecampagne, een blockchainproject, of bijvoorbeeld de reden dat wij niet achter het voedingsmiddelenconvenant staan. We zijn behoorlijk te spreken over de aandacht die er vorig jaar voor het verhaal was – onder meer Volkskrant, Trouw, NRC, Parool, BNR Radio en RTL's Koffietijd gaven ons een podium. Mooi cijfertje: in totaal verschenen we ruim 55 keer in de media. Dat is gemiddeld ruim één keer per week!



ONS BEREIK

in 2018...

- bouwden we de toiletten van theaterfestival de Parade om tot een superfoute supermarkt
- voerden we 1 campagne, waarvoor we 1 video produceerden
- schreven we 3 opiniestukken de kranten in, te weten Trouw, Parool en Volkskrant
- hostten we 12 blockchain-events
- verstuurden we 12 nieuwsbrieven
- legden we 19 interviews af
- schreven we 28 blogs
- gaven we 34 presentaties

de resultaten:

- 270 duizend mensen (potentieel) online bereikt via onze koffieambassadeurs
- 230 duizend bezoekers tijdens theaterfestival de Parade, die hun kleine en grote boodschap deden bij onze superfoute supermarkt
- 90 duizend Facebook-volgers
- 40 duizend websitesessies
- 27 duizend unieke websitebezoekers
- 21 duizend weergaven campagnevideo WAKEcUPCALL
- 13 duizend Twitter-volgers
- 4 duizend LinkedIn-volgers
- 3 duizend nieuwsbriefabonnees
- duizend Instagram-volgers
- 55+ keer in de media
- 33 koplopers verbonden aan onze koffiecampagne

7 • BLIK VOORUIT

Het zit erop. Het was weer mooi. We sluiten 2018 met dit jaarverslag dan toch echt officieel af. Strik erom en door. Omdat ons werk er nog lang niet op zit, en we tot die tijd niet stil staan. We zullen in 2019 nog meer inzetten op het leveren van oplossingen. Met technologische innovaties die ketens transparant maken en de levens van zoveel mensen kunnen doen verbeteren. Een tipje van de sluier: dit doen we in 2019.

BLOCKCHAIN TOOL

Reikhalzend kijken we uit naar de lancering van onze blockchain tool (aan naam en branding wordt nog gewerkt), eind 2019: een tool waarmee iedereen zijn ketens transparant kan maken. In 2018 presenteerden we het idee aan SIDN Fonds, begin 2019 werd het fonds ons toegekend. Samen gaan we het nu doen: we bouwen een financieel laagdrempelig platform dat bedrijven in staat stelt hun eigen ketens van boom tot bord te traceren, en kwaliteits- en duurzaamheidsclaims te verifiëren – met blockchaintechnologie. Omdat we de afgelopen jaren tijdens onze projecten toch vooral merkten dat beschikbare systemen en technologieën te beperkt, gesloten of duur waren. Nee-verkopen is nooit leuk, maar al helemaal niet als je als ngo ziet dat ambitieuze, goedbedoelende maar kleinere bedrijven daardoor niet kunnen profiteren van mooie innovatie. Voor ons gaat deze ontwikkeling hand-in-hand met een onderzoek naar dataprivacy. Stukje responsible innovation: hoe waarborgen we al op de tekentafel de privacy van iedereen die bij de voedselketen betrokken is? Van wie is de data?

MEER TRANSPARANTE KETENS

Naast de blockchain tool zijn er ook dit jaar weer de projecten en programma's in samenwerking met ambitieuze koplopers in de agrifoodsector. We gaan voor meer producten, meer ketens en meer landen. Ja, we durven best een beetje ambitieus te zijn. We werken met supermarktketens, ngo's, overheden en bedrijven aan het realiseren van eerlijke, duurzame voedselketens, wat voor ons begint bij transparantie. Er zitten al heel wat mooie projecten in de pijplijn, maar we willen deze heel graag alvast met je delen: samen met Verstegen gaan we, in navolging van de nootmuskaat, hun top 25 kruiden en specerijen van boer tot fabriek traceren. Verstegen wil meer inzicht in de herkomst van haar producten en de werk- en leefomstandigheden van de mensen achter die producten. Het familiebedrijf heeft zichzelf bredere duurzaamheidsambities gesteld: het realiseren van leefbare inkomens voor de boeren achter hun assortiment is een eerste stap richting een collectief gedragen, betere zorg voor de wereld.

INTERNATIONALE CONFERENTIE LIVING INCOME & WAGE

Met de groeiende aandacht voor due diligence op het gebied van mensenrechten als onderdeel van verantwoord ondernemen, groeit ook de aandacht voor leefbaar loon en inkomen. Overheden, bedrijven, maatschappelijke organisaties en vele anderen zijn ermee bezig, of willen ermee aan de slag. Dat vinden wij erg goed nieuws. Toch ontbreekt het nog aan grootschalige implementatie. In november dit jaar onderzoeken we de uitdagingen en mogelijkheden, tijdens een conferentie die we organiseren met Hivos, Rainforest Alliance, Ministerie van Buitenlandse Zaken, Fairtrade Max Havelaar, IDH en GIZ. De conferentie wil bewustwording teweegbrengen, handelingsperspectief bieden en toezeggingen faciliteren van overheden, bedrijven en het maatschappelijk middenveld. Zet 5 en 6 november alvast in je agenda!

"Fairfood en Buitenlandse Zaken werken nauw samen aan de voorbereiding van de internationale conferentie over leefbaar loon en leefbaar inkomen in agrifood in 2019. Fairfood speelt een goede rol, onder andere in het Living Wage Lab, om dit belangrijke thema hoger op de agenda te krijgen en praktische uitwerking te geven."
~ Jos Huber, senior policy advisor Ministerie van Buitenlandse Zaken

8 • FINANCIËLE VOORUITBLIK 2019

Het is ons doel om in 2019 door te groeien naar een operationeel budget van €1,1 miljoen, waarbij we €100,000 toevoegen aan onze reserves. De baten komen van projecten met bedrijven, van fondsen en van subsidies. Dit realiseren we met een kleine, flexibele organisatie van toegewijde professionals. We breiden onze fondsenwervende activiteiten verder uit en zullen de strategie opstellen voor de periode 2020-2023.

BEGROTING 2019 IN CIJFERS GETALLEN IN €

BATEN	
BATEN UIT EIGEN FONDSENWERVING	413.100
BATEN UIT ACTIES DERDEN	500.000
BIJDRAGEN OVERHEID	187.600
	1.100.700

LASTEN	
PERSONEEL	545.800
HUISVESTING	22.000
KANTOOR	3.400
ORGANISATIE	64.200
COMMUNICATIE	30.000
ONDERZOEK	20.000
ONVOORZIEN	15.000
PROJECTKOSTEN (NIET PERSONEEL)	300.300
	1.000.700

RESULTAAT	100.000
RESERVES EINDE JAAR	290.569

JAARREKENING

BALANS PER 31 DECEMBER 2018

(na resultaatbestemming)

	31-12-2018	31-12-2017
	€	€
ACTIVA		
OVERLOPENDE ACTIVA EN VORDERINGEN	59.622	14.297
LIQUIDE MIDDELEN	202.013	297.905
TOTAAL	**261.635**	**312.202**

	31-12-2018	31-12-2017
	€	€
PASSIVA		
STATUTAIRE RESERVES		
CONTINUITEITSRESERVE	190.569	242.122
	190.569	**242.122**
KORTLOPENDE SCHULDEN		
OVERLOPENDE PASSIVA EN SCHULDEN	71.066	70.080
	71.066	**70.080**
TOTAAL	**261.635**	**312.202**

WINST-EN-VERLIESREKENING OVER 2018

	2018	2017
	€	€
BATEN		
BATEN UIT EIGEN FONDSENWERVING	187.965	107.037
BATEN UIT ACTIES DERDEN	500.000	500.000
BIJDRAGEN OVERHEID	-	24.500
TOTAAL BATEN	**687.965**	**631.537**
KOSTEN		
PERSONEELSKOSTEN	465.298	333.745
HUISVESTINGSKOSTEN	18.480	23.057
CONTRIBUTIES PARTNER- EN KOEPELORGANISATIES	6.309	6.524
KOSTEN DOELSTELLING	190.748	209.796
OVERIGE BEDRIJFSKOSTEN	58.323	53.871
TOTAAL KOSTEN	**739.158**	**626.993**
OPERATIONELE RESULTAAT	**-51.193**	**4.544**
FINANCIËLE BATEN/LASTEN	**-360**	**62**
RESULTAAT	**-51.553**	**4.606**
RESULTAATBESTEMMING		
CONTINUÏTEITSRESERVE	-51.553	4.606
TOTAAL	**-51.553**	**4.606**

TOELICHTING ALGEMEEN

Algemeen
De Stichting Fairfood International is statutair gevestigd te Amsterdam op de Maurtitskade 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 geherclassificeerd voor vergelijkingsdoeleinden. De begrotingscijfers worden in dit jaarverslag niet gepresenteerd omdat in 2018 de begroting niet als direct sturingsmechanisme is gebruikt. Wel is regelmatig intern gerapporteerd over de financiën en is nauw contact geweest met de Raad van Toezicht of het wel of niet aangaan van verplichtingen.

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 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 voorziening worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

Vlottende activa
Alle liquide middelen staan ter vrije beschikking.

Reserves
Fairfood streeft naar een continuïteitsreserve van minimaal 45 procent en maximaal 60 procent van de jaarlijkse doorlopende kosten van de werkorganisatie. Dit wordt gedaan om directe problemen te voorkomen die zich kunnen voordoen in geval van financiële tegenvallers.

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 2018

	31-12-2018	31-12-2017
	€	€
OVERLOPENDE ACTIVA EN VORDERINGEN		
VOORUITBETAALDE KOSTEN	5.459	374
NOG TE ONTVANGEN BEDRAGEN	35.942	13.923
DEBITEUREN	18.221	-
	59.622	**14.297**
LIQUIDE MIDDELEN		
BETAALREKENINGEN	80.397	69.846
SPAARREKENING	121.616	228.059
	202.013	**297.905**

	31-12-2018	31-12-2017
CONTINUÏTEITSRESERVE		
BALANS PER 1 JANUARI	242.122	237.517
BESTEMMING VAN HET RESULTAAT	-51.553	4.605
BALANS PER 31 DECEMBER	**190.569**	**242.122**
KORTLOPENDE SCHULDEN		
CREDITEUREN	14.089	3.500
OVERLOPENDE PASSIVA	12.478	2.420
TE BETALEN OMZETBELASTING	4.110	-
VOORUIT ONTVANGEN SUBSIDIES	40.389	64.160
	71.066	**70.080**

TOELICHTING OP DE WINST-EN-VERLIESREKENING 2018

BATEN		
	2018	2017
	€	€
BATEN UIT EIGEN FONDSENWERVING		
DONATIES EN GIFTEN	6.982	454
SPONSORING IN KIND	24.681	35.432
BIJDRAGEN NGO'S	43.112	68.000
OPDRACHTEN BEDRIJVEN	112.791	-
OPBRENGSTEN CAMPAGNE-VERKOOP	399	3.151
	187.965	**107.037**
BATEN UIT ACTIES VAN DERDEN		
NATIONALE POSTCODE LOTERIJ		
- ALGEMENE FINANCIERING	500.000	500.000
	500.000	**500.000**
BIJDRAGEN OVERHEID		
MINISTERIE VAN BUITENLANDSE ZAKEN	-	10.500
MINISTERIE VAN ECONOMISCHE ZAKEN	-	14.000
	-	**24.500**

KOSTEN		
	2018	2017
PERSONEELSKOSTEN		
LONEN EN SALARISSEN	342.587	258.669
SOCIALE LASTEN	53.446	37.373
REISKOSTEN	9.364	5.194
SCHOLING	1.673	-
PERSONEEL NIET IN LOONDIENST	47.820	21.846
KANTINEKOSTEN	5.178	2.842
OVERIGE PERSONEELSKOSTEN	5.230	7.821
	465.298	**333.745**
De gemiddelde FTE in 2018 was 5,74 (2017: 3,96)		
HUISVESTINGSKOSTEN		
HUUR	17.710	20.979
OVERIGE HUISVESTINGSKOSTEN	770	2.078
	18.480	**23.057**
KOSTEN DOELSTELLING		
CAMPAGNE	165.421	187.162
PUBLICITEIT	25.327	22.634
	190.748	**209.796**
OVERIGE KOSTEN		
KANTOORKOSTEN	30.245	35.698
ACCOUNTANTSKOSTEN	9.942	17.457
ADVIESKOSTEN	18.136	400
ADMINISTRATIEKOSTEN	-	316
	58.323	**53.871**
FINANCIËLE BATEN EN LASTEN		
RENTEBATEN	€ 161	€ 558
BANKKOSTEN	€ -521	€ -496
	€ -360	**€ 62**

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 2018

ONS OORDEEL

Wij hebben de jaarrekening 2018 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 2018 en van het resultaat over 2018 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 2018;
2. de staat van baten en lasten over 2018; 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 werkzaam-heden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de stichting.

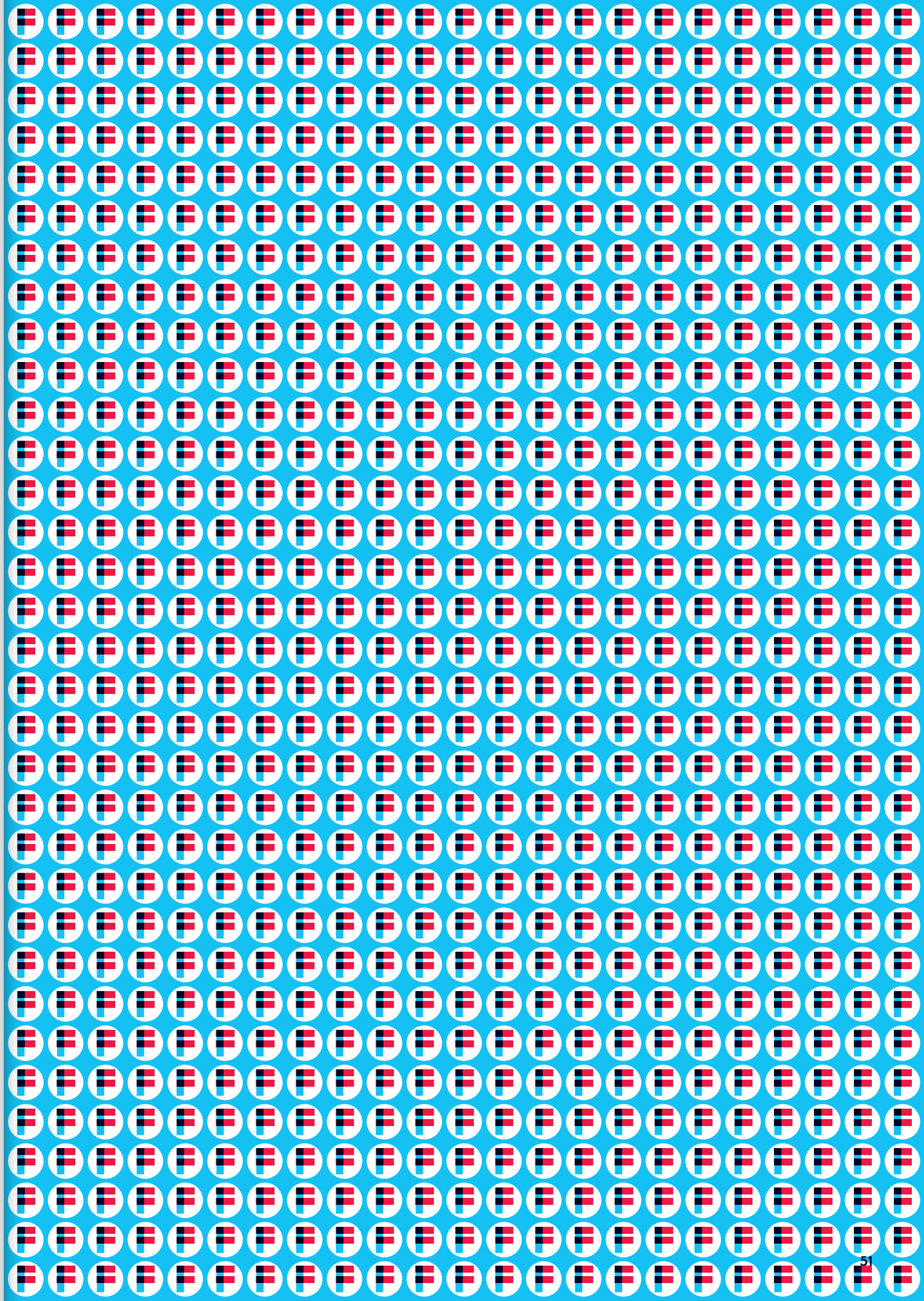
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door de directeur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan.
- het vaststellen dat de door de directeur gehanteerde continuïteitsveronderstelling 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, 23 mei 2019

Ardent Adviseurs en Accountants

w.g.
T. Dijkstra AA



FAIRFOOD.NL
MAURITSKADE 64
1092 AD AMSTERDAM

NATIONALE POSTCODE LOTERIJ