

FAIR TRADE PŘÍLEŽITOST PRO LEPŠÍ SVĚT

FAIR TRADE - OPPORTUNITY FOR A BETTER WORLD



Obsah

TABLE OF CONTENTS

Předmluva	3
Asociace pro fair trade se představuje	4
Organizační struktura	5
Fair trade ve světě	6
Fair trade v ČR	7
Růst spotřeby fair trade	8
Události v roce 2009	10
Projekty v roce 2009	11
Další činnosti	13
Summary in English	14
Naši členové Our Members	20
Finanční zpráva Financial Report	21
Partneři Our Partners	22
Poděkování	23

FLO s radostí uvítalo, že se Asociace pro fair trade v roce 2009 zapojila do systému Fairtrade. Je to významný krok v rozvoji a v podpoře nových trhů a my se těšíme, že budeme moci podporovat Asociaci v dosahování její vize a jejího poslání. První Fairtrade marketingová organizace ve východní Evropě dozajista pomůže posílit hnutí Fairtrade jako celek a přinést více zisku znevýhodněným pěstitelům a pracovníkům v rozvojových zemích.

Rob Cameron
výkonný ředitel Fairtrade Labelling Organizations International

Kontakt

CONTACT

Asociace pro fair trade
Zájmové sdružení právnických osob

Na Míčánkách I, 101 00 Praha 10
Tel. +420 734 336 592
E-mail: info@fairtrade-asociace.cz

IČ: 71226672
DIČ: CZ71226672 (neplátce DPH)
Registrace:
Magistrát hlavního města Prahy, oddělení
občansko-správních agend – č. 9/04 ze dne
10.8.2004
Peněžní ústav: Raiffeisenbank,
Hvězdova 1716/2b, 140 78 Praha 4,
č. ú. 2874346001/5500





Předmluva

Když se řekne fair trade, vybaví se téměř každému určitá představa, která vzniká na základě prostého překladu obou anglických slov. Možných významů je ale poměrně dost. Nicméně ne každý si v České republice představí systém, pomocí kterého se snaží alternativní obchodníci a jejich dodavatelé z rozvojových zemí vytvořit model etického mezinárodního obchodu. Zatím se v tomto ohledu nemůžeme srovnávat se zeměmi západní Evropy, kde např. ve Velké Británii již 70 % obyvatel rozeznává označené Fairtrade produkty. Z toho 64 % ví, co tento systém znamená a co je jeho cílem. K tomu máme v České republice ještě pár let před sebou.

Rok 2009, ve kterém Asociace oslavila pětileté výročí své existence, byl pro fair trade velkou zkouškou. Byl plný nejistot ohledně dopadů světové ekonomické krize, která ovlivnila i chování spotřebitelů. Tím, že se u nás fair trade produkty obchodují v minimálních objemech a není proto možné dosáhnout úspor z většího rozsahu při zpracování, balení, distribuci a marketingu, jsou ceny v porovnání se zahraničím stále vysoké. Řadí se proto i nadále do kategorie „luxusního“ maloobrátkového zboží, které bylo krizí zasaženo nejvíce. I přes tuto nepříznivou situaci se meziroční obrát z prodeje produktů fair trade zvýšil o celých 22 %.

V roce 2009 došlo k několika významným událostem, které pozici Asociace upevnily. Po pěti letech příprav se nám podařilo naplnit jeden z cílů, pro který byla založena a který výrazně ovlivní podobu její i podobu celého hnutí fair trade v České repub-

lice. Asociace se stala českým zástupcem mezinárodní organizace Fairtrade Labeling Organizations International (FLO). Tato organizace vlastní ochrannou známku Fairtrade® a zároveň vytváří standardy obchodu a produkce, které jsou základním nástrojem fair trade. Jako zastřešující národní organizace tak Asociace jako první mezi novými členskými státy EU propojí Českou republiku se zeměmi západní Evropy, Severní Ameriky, Japonska a Austrálie, tedy se zeměmi, kde jednotlivé členské organizace FLO stojí za dynamickým rozvojem fair trade již mnoho let.

S tím jak roste počet fair trade dovozců a nevládních organizací, rozšiřuje se i naše členská základna. V roce 2009 se rozšířila o dovozce a pražírnu kávy - společnost mamacoffee - a její počet se ustálil na 7 členech.

V souvislosti s tím bylo nutné zrevidovat a správně nastavit budoucí fungování a rozhodovací procesy uvnitř Asociace. Proběhlo proto na podzim 2009 společné strategické plánování všech členů, jehož výstupem byly úpravy stanov, vytvoření Provozního a jednacího řádu a zpřísnění Etického kodexu člena.

Pomocí tvůrčího a transparentního prostředí založeném na demokratickém řízení národní platformy Asociace svým dílem neustále přispívá k vytvoření vysokého standardu prodeje a propagace fair trade produktů v České republice.

Jiří Hejkrlik
předseda Asociace pro fair trade

Asociace pro fair trade se představuje

Asociace pro fair trade je zájmovým sdružením právnických osob, které se zabývá jak praktickými i strukturálními otázkami rozvoje spravedlivého obchodu v České republice.

Asociace vznikla v roce 2004 jako platforma pro setkávání neziskových organizací a soukromých společností, které jsou aktivně zapojeny do osvěty a propagace fair trade nebo uvádějí fairtradové produkty na český trh.

NAŠE VIZE

Naši vizí je mezinárodní obchod založený na etických principech, do kterého se mohou zapojit všichni producenti z rozvojových zemí a tím přispívat k rovnoměrnému rozdělení světového bohatství.

NAŠE POSLÁNÍ

Naším posláním je podpora rozvoje fair trade v České republice, definování a udržování standardů fair trade, šíření osvěty a informovanosti o fair trade, reprezentace českého hnutí fair trade v zahraničí. Dále k poslání Asociace patří propojování aktérů fair trade v ČR a budování důvěry ve

fair trade. Zájmem členů a celé Asociace je reprezentovat fair trade hnutí v České republice a přispívat k etickému způsobu obchodování.

NAŠE HODNOTY

- = dialog
- = respekt
- = transparentnost
- = partnerství
- = solidarita
- = odpovědnost

NAŠE CÍLE

Naším cílem je celkový rozvoj fair trade v České republice, zejména:

- = zvyšování obecného povědomí o fair trade, jeho principech a cílech a poskytování informací
- = podpora dovozu, certifikace a prodeje fair trade výrobků a zvyšování jejich podílu na trhu
- = dohled nad správným užíváním známky Fairtrade® i nad dalším označováním výrobků fair trade
- = budování kapacit v oblasti podpory a prodeje fair trade

FAIR TRADE A FAIRTRADE

Fair trade (spravedlivý obchod) je obchodní partnerství založené na dialogu, respektu a transparentnosti, jehož cílem je dosažení větší spravedlnosti v mezinárodním obchodě. Přispívá k udržitelnému rozvoji tím, že nabízí lepší obchodní podmínky a chrání práva marginalizovaných producentů a pracovníků zvláště v zemích globálního Jihu.

Definice dle *Charter of Fair Trade Principles*, World Fair Trade Organization, Fairtrade Labelling Organizations International, January 2009.

Fairtrade - označuje certifikační systém FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) a všechny produkty, které nesou ochrannou známku Fairtrade®.

Organizační struktura

RADA

Jiří Hejkrlík (předseda)
Tomáš Bílý (místopředseda)
Magda Jelínková
Marta Kolská

KONTROLNÍ KOMISE

Jiří Sládek

ZAMĚSTNANKYNĚ ASOCIACE

Kristýna Augustinská – do srpna 2009 koordinátorka projektů „Podpora kapacit Asociace pro fair trade pro zapojení do mezinárodního systému Fairtrade“ a „Zvyšování odbornosti pracovníků sektoru fair trade – koncept QualiFair“

Veronika Bačová – v srpnu 2009 nahradila Kristýnu Augustinskou na pozici koordinátorky dvou výše uvedených projektů

STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ

Rok 2009 byl přelomový z hlediska zapojení Asociace do mezinárodní struktury FLO. V rámci přístupového procesu bylo třeba, aby organizace prošla strategickou revizí a její fungování bylo nastaveno odpovídajícím způsobem. Šlo především o to redefinovat poslání Asociace a charakter a podmínky členství pro nové uchazeče. V říjnu 2009 se sešli zástupkyně a zástupci jednotlivých členů a z celodenní diskuse vzešly změny, které budou v následujícím roce zapracovány do klíčových dokumentů Asociace, do stanov a etického kodexu.

Mezi nevýznamnější změny patří:

- = Asociace bude z titulu členské organizace FLO oficiálně dohlížet na používání známky Fairtrade® v ČR.
- = Za fair trade výrobky bude Asociace považovat produkty vyrobené v souladu se standardy FLO, WFTO (World Fair Trade Organisation) a EFTA (European Fair Trade Association).
- = Redefinice členství - nově bude zaveden institut sympatizujícího člena. Člen rovněž nemusí být nutně dovozcem fair trade výrobků do ČR.
- = Nový etický kodex člena Asociace bude vymahatelný, pokud ho člen poruší, bude mu hrozit vyloučení z Asociace.
- = Nový etický kodex bude dále upravovat vztahy mezi jednotlivými členy, zvláště to, aby svou činností vytvářeli standard etického obchodování v České republice.



Fair trade ve světě

EVROPSKÝ PARLAMENT PŘISLÍBIL PODPORU FAIR TRADE

459 kandidátů ucházejících se o poslanecký mandát v Evropském parlamentu napříč politickými stranami a členskými státy EU slíbilo zasadit se v případě svého zvolení o podporu fair trade v evropské politice. Kampaň “Pledge for Fair Trade” (Závazek k fair trade) organizovaná Fair Trade Advocacy Office proběhla za aktivní podpory velkého počtu fair trade organizací i jednotlivců z celé Evropy, kteří diskutovali se zástupci politických stran a kandidáty a získávali je pro podporu fair trade. Cílem kampaně bylo zvýšit informovanost o si-

tuaci znevýhodněných pěstitelů a výrobců z globálního Jihu a usilovat o politický závazek, který by pomohl odstatit překážky znemožňující jim vymanit se vlastními silami z chudoby.

Zdroj: Jambo – elektronický zpravodaj Společnosti pro fair trade, červenec 2009.

15TI PROCENTNÍ NÁRŮST SPOTŘEBY FAIRTRADE VÝROBKŮ

V roce 2009, který je považován za jeden z ekonomicky nejslabších v poslední době, utratili spotřebitelé z celého světa přibližně 3,4 miliardy Euro za výrobky se

známkou Fairtrade. Toto číslo představuje 15ti procentní nárůst oproti roku 2008.

Největší skok v prodejích zaznamenali pěstitelé kakaa a třtinového cukru – 35 % (kakao) a 57 % (cukr) a to z velké části díky tomu, že se několik velkých společností obchodujících s těmito produkty zapojilo do systému Fairtrade, např. Cadbury Dairy Milk, KitKat od Nestlé nebo Ben&Jerry's. Prodej bylinek a koření se rovněž znásobil, protože v loňském roce vznikly nové standardy na tyto plodiny. Prodeje kávy se stabilně zvyšují o 12 %.

DOPADY SYSTÉMU FAIRTRADE V ROZVOJOVÝCH ZEMÍCH

V roce 2009 bylo do systému Fairtrade zapojeno 1,5 milionu farmářů a pracovníků z 58 rozvojových zemí. Ti jsou sdruženi v téměř 900 organizací Fairtrade certifikovaných producentů. Ze systému Fairtrade profituje celkem 8 milionů lidí.

Fairtradová prémie činila v loňském roce v Africe v přepočtu 327,6 mil. Kč, v Asii 145,6 mil. Kč a v Latinské Americe 878,8 mil. Kč. Díky ní byly nejvíce podpořeny projekty rozvoje produkce a zpracování (cca 35 %), komunit (cca 24 %), vzdělávání (10 %) a zdravotnictví (10 %) a dále podpory postavení žen a ochrany životního prostředí a jiné.



Fair trade v ČR

Tendenci neustále se zvyšujících obrátů z prodeje fair trade výrobků navzdory přetrvávající celosvětové hospodářské krizi lze sledovat nejen v měřítku globálním, ale i v České republice. To je dokladem jednak zvyšující se dostupnosti fairtradových výrobků na českém trhu, ale i rostoucího povědomí o fair trade a odpovědnosti české veřejnosti při nakupování. Jak se zdá, i Češi a Češky čím dál více upřednostňují výrobky, u nichž vědí, kde a za jakých podmínek byly vyrobeny.

V roce 2009 zaznamenala Česká republika v oblasti fair trade dvě prvenství. Asociace pro fair trade se stala partnerem organi-

zace FLO jako první ze zemí střední a východní Evropy. Zároveň se Česká republika opět stala jedničkou v obrotech z prodeje fair trade v tomto regionu.

ČLENSTVÍ V FLO

Důkazem několikaleté podpory a prosazování systému Fairtrade je jeho formální etablování v České republice, kterého bylo dosaženo zapojením Asociace do mezinárodní organizace FLO. Po několikaletém vyjednávání jsme se stali jejím zástupcem pro ČR, tj. autoritou, která bude na národní úrovni dbát na propagaci, kontrolu

a monitoring zboží s ochrannou známkou Fairtrade® na území ČR.

19.11.2009 jsme se setkali v sídle FLO (Bonn) s jejím vedením a uzavřeli smlouvu o členství. Asociace pro fair trade se stala českou Fairtrade Marketing Organization (FMO) a v jejích kompetencích bude uzavírání smluv se subjekty, které budou chtít použít známku Fairtrade® k propagačním či vzdělávacím účelům. Dále budeme facilitovat procesy získávání licencí pro obchodníky, realizovat osvětové kampaně a poskytovat potřebné poradenství týkající se celého systému Fairtrade.

19.11.2009 FLO, Bonn. Zleva (dole) Jiří Hejkrliík, předseda Asociace, Tuulia Syvänen, provozní ředitelka FLO, Rob Cameron, výkonný ředitel FLO, (nahore) Laura Zonka, PR FLO, Veronika Bačová, Asociace pro fair trade, Louise Luttikholt, oddělení pro strategie FLO, Laura Barrington, manažerka licencí FLO, Simon Hunt, finanční oddělení FLO, Caren Holzman, globální produktový management FLO, Andreas Kratz, oddělení pro standardy FLO, Kimberly Easson, oddělení pro vztahy s producenty FLO, Andrea Richert, manažerka kvality FLO.



Růst spotřeby fair trade

RŮST SPOTŘEBY FAIR TRADE U NÁS DOSÁHL V LOŇSKÉM ROCE 22 %

Maloobchodní obrat s produkty fair trade vzrostl loni v České republice na 50 milionů korun, což je o 22 % více než v roce 2008. Nárůst spotřeby se tak od roku 2005 zvýšil šestnáctkrát.

Celých 40 milionů korun bylo dosaženo členy Asociace. Zbývajících 10ti milionů dosáhly společnosti Marks&Spencer, Starbucks, Pfanner, Dole, Tchibo či Ben&Jerry's nebo Darboven a další.

KÁVA, ČAJ A ČOKOLÁDA OPĚT VEDOU

Nejvíce Češi a Češky nakupovali fair trade kávu, čaj, čokoládu a další cukrovinky. Největší produktovou kategorií byla v loňském roce káva, která se na celkovém obratu podílela 36 %, o deset procent více než v roce 2008. Druhou nejvýznamější kategorií bylo kakao, čokoláda a cukrovinky s podílem na celkovém obratu 22 % (28 % v roce 2008) a čaj s 18 % (beze změny). Cukr a další sladidla si vloni udržely šestiprocentní podíl. Kategorie nápoje zvýšila

meziročně svůj podíl ze 3 % na 4 % a kategorie ovoce se dostala z 1 % na 2 %. Podíl semen, ořechů a rýže (4%) a zpracovaných potravin (2%) se vloni nezměnil.

Nepotravinářské zboží ze systému fair trade představovalo v roce 2009 6 % z celkového obratu, což je jen polovina oproti roku 2008. Jedná se především o textil, oblečení a další řemeslné výrobky od módních doplňků přes potřeby pro domácnost až po hudební nástroje. Tento pokles je důsledkem zvyšujícího se množství potravinových produktů v maloobchodních řetězcích. Prodej rukodělných fair trade výrobků se naopak omezuje pouze na specializované obchody s produkty ze spravedlivého obchodu.

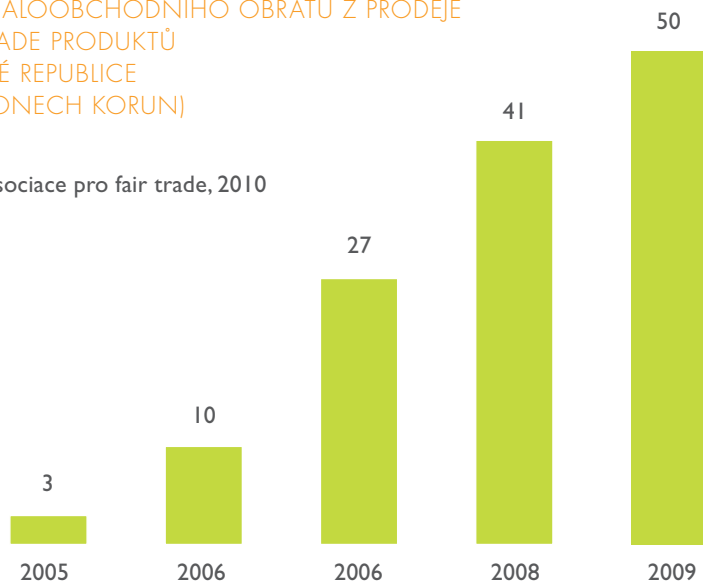
PRODEJNÍ MÍSTA S FAIRTRADOVÝMI VÝROBKÝ

Nejvíce výrobků fair trade nakoupili vloni Češky a Češi v prodejnách biopotravin a zdravé výživy a maloobchodních řetězcích. Na oba typy prodejních míst připadá 28 %. Srovnání s loňským rokem ukazuje na zřetelnou tendenci zvyšujícího se podílu obchodních řetězců, naopak pokles zaznamenávají specializované prodejny zdravé výživy a bio.

Svůj podíl na trhu také ztratily specializované prodejny fair trade, a to z 20 % v roce

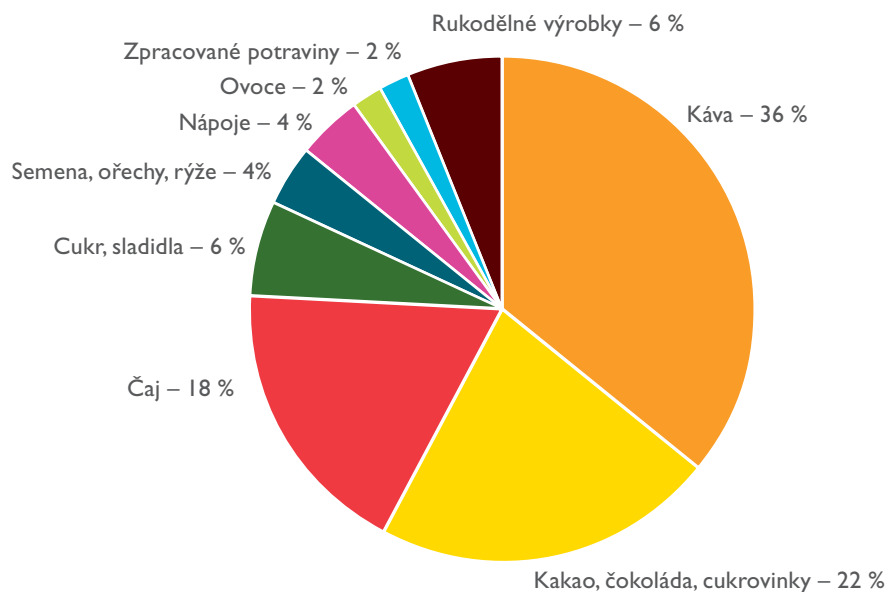
RŮST MALOOBCHODNÍHO OBRATU Z PRODEJE FAIR TRADE PRODUKTŮ V ČESKÉ REPUBLICE (V MILIONECH KORUN)

Zdroj: Asociace pro fair trade, 2010

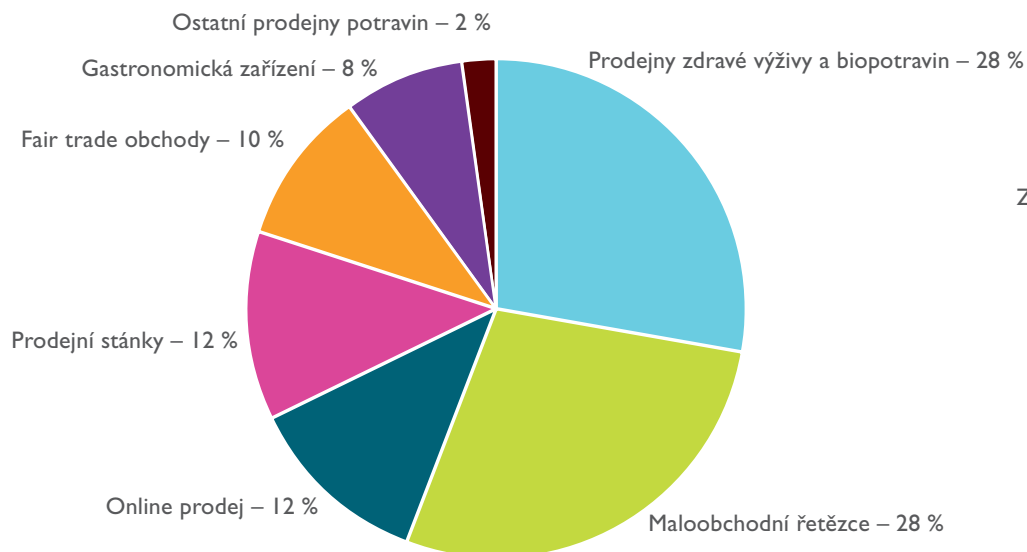


PRODUKTY FAIR TRADE DLE PRODEJNOSTI V ČR V ROCE 2009

2008 na 10 % vloni. Významným odbytištěm zůstává prodej přes internet, který se na celkovém obratu podílel 12 %, přibližně stejně jako v roce 2008. Přímý prodej na akcích představoval rovněž 12 %. Podíl nezávislých prodejen potravin vloni klesl na pouhých 2 %. Naopak razantní nárůst zaznamenaly gastronomické provozovny, které svůj podíl na trhu zvýšily čtyřikrát na 8 %.



PRODEJNÍ MÍSTA S FAIR TRADE VÝROBKY V ROCE 2009



Zdroj: Asociace pro fair trade, 2010

Události v roce 2009

VÝROBKY SE ZNÁMKOU FAIRTRADE® ZNÁ 43 % ČEŠEK A ČECHŮ

Výrobky se známkou Fairtrade® se stále více dostávají do povědomí tuzemských spotřebitelů a spotřebitelek. Podle průzkumu agentury NMS se s výrobky Fairtrade setkala celkem 43 % respondentů. Téměř čtvrtina z dotazovaných tyto výrobky občas nebo výjimečně nakupuje a 3 % je zařadila do pravidelné spotřeby. Nejvíce lidí se o fair trade dozvědělo z médií (62 %), 25 % o nich slyšelo od známých a kamarádů nebo je objevili přímo v prodejnách (17 %). Výzkum si nechalo v říjnu 2009 zpracovat o.s. Fé-

rová planeta a zúčastnilo se ho 1614 respondentů a respondentek z celé České republiky.

MASIVNÍ VZESTUP PRODEJE VÝROBKŮ FAIRTRADE V MALOOBCHODNÍCH ŘETĚZCÍCH

Počet položek výrobků ze systému Fairtrade v řetězcích neustále roste. Zatímco na začátku roku 2009 nabízela výrobky fair trade jen dm drogerie (16 výrobků) a Marks&Spencer (20 výrobků), na konci roku k nim přibýly Globus (8 výrobků), Makro a Tesco (2 výrobky). V prosinci

2009 navíc pražské hypermarkety Interspar zařadily do nabídky 36 potravin se známkou Fairtrade®.

MAMACOFFEE ČLENEM ASOCIACE PRO FAIR TRADE

V roce 2009 se rozšířil počet členů Asociace na sedm. Mamacoffee, pražská káva s certifikací Fairtrade, která je nejmladším členem Asociace, provozuje rovněž několik kaváren s vlastní praženou Fairtrade kávou. Mamacoffee je zároveň jediným zpracovatelem kávy s Fairtrade certifikací v České republice.



Projekty v roce 2009

PODPORA KAPACIT ASOCIACE PRO FAIR TRADE PRO ZAPOJENÍ DO MEZINÁRODNÍHO SYSTÉMU FAIRTRADE

Trvání projektu: leden 2009 – prosinec 2009

Donor: Ministerstvo zahraničních věcí ČR

Cíle: 1. Upevnění mezinárodně platných standardů pro transparentní podnikání s produkty Fairtrade v ČR, zejména mezi členy Asociace 2. Zvýšení povědomí o významu a používání známky Fairtrade® mezi dalšími obchodníky a zainteresovanou veřejností

V rámci tohoto projektu jsme realizovali v roce 2009 řadu aktivit a kroků, které významně přispěly k dalšímu rozvoji Asociace. Díky dotacím z MZV se podařilo završit několikaleté vyjednávání s FLO a zapojit do jejího mezinárodního systému Fairtrade. Mimo to jsme celý rok aktivně propagovali principy fair trade, vzdělávali širokou i odbornou veřejnost, informovali o používání mezinárodní ochranné známky Fairtrade® a poskytovali další expertní informace o situaci a stavu fair trade v České republice.

Aktivitty:

- = podepsání smlouvy o spolupráci s FLO
- = poskytování konzultací a poradenství zainteresovaným subjektům o certifikačních systémech a možnostech zapojení do Fairtrade

- = vytvoření nového designu webových stránek a založení stránky na facebooku
- = aktualizace sekce Novinky na webu a rozesílání newsletteru
- = příprava konceptu Fairtradová města (ve spolupráci se Společností pro fair trade a Ekumenickou akademií Praha)
- = spolupráce s médii a monitoring tisku
- = členství (statut pozorovatel) ve FoRS
- = vybavení Asociace pro prezentace a přímé akce (stan, bannery a další vybavení)

MEZINÁRODNÍ SEMINÁŘ FLO A VÝCHODNÍ EVROPA

V květnu jsme uspořádali v Praze mezinárodní seminář na téma FLO a Východní Evropa. Akce se zúčastnili zástupci/-kyně fair trade hnutí z Ukrajiny, Slovenska, Slovinska, Polska, Maďarska, Rumunska a České republiky. Seminář byl veden zástupkyněmi FLO, které prezentovaly organizace FLO a FLO-Cert a jejich strategie pro nově vznikající trhy s Fairtrade produkty. Seminář se setkal s velkým úspěchem ze strany všech zúčastněných.



Projekty v roce 2009

ZVYŠOVÁNÍ ODBORNOSTI PRACOVNÍKŮ SEKTORU FAIR TRADE - KONCEPT „QUALIFAIR“

Trvání projektu: listopad 2008 – listopad 2010

Donor: Evropská komise a Ministerstvo zahraničních věcí ČR

Cíl: Vyšší kvalifikace a profesionalizace pracovníků a pracovníc v maloobchodní síti fair trade

Hlavním záměrem tohoto projektu je přispět k profesionalizaci obchodování s fair trade produkty v České republice jako k účinnému způsobu naplňování rozvojových cílů tisíciletí. Cílem je dosáhnout vyšší kvalifikace pracovníků v maloobchodní síti fair trade a podpořit tím odborný přístup k zákazníkům.

QualiFair je mezinárodní projekt, na kterém se podílí Česká republika (Asociace pro fair trade a Ekumenická akademie Praha), Německo a Rakousko. Německá organizace DEAB (Sdružení pro rozvojovou politiku Baden-Württemberg) je hlavní partnerkou Evropské komise, která projekt financuje. Rakouským partnerem je KommEnt (Společnost pro komunikaci a rozvoj).

Náplní projektu v České republice je pořádání seminářů a školení a tvorba vzdělávacího manuálu, který bude sloužit jako hlavní studijní materiál o fair trade a o prodeji fair trade výrobků. Žádný podobný vzdělávací text určený profesionální veřejnosti u nás zatím neexistuje.



Aktivita:

- = Zahajovací „Kick-off“ setkání k projektu ve Stuttgartu
- = uspořádání úvodního semináře k projektu v Praze
- = vypracování struktury manuálu pro základní vzdělávání pracovníků v obchodech s fair trade produkty
- = příprava pracovních verzí manuálu
- = dvě koordinační setkání s projektovými partnery ve Stuttgartu

SEMINÁŘ K PROJEKTU QUALIFAIR

V dubnu 2009 jsme uspořádali v Praze úvodní workshop, jehož cílem byla identifikace základních problémů a okruhů, které budou obsahem české verze vzdělávacího manuálu pro prodejce a pracovníky/-ce v oblasti prodeje fair trade. Třídenního semináře se zúčastnilo 15 zástupců a zástupkyň členů Asociace, kteří pod vedením dvou pracovníc z německé organizace DEAB (poradkyně pro síť fair trade obchodů Weltladen v Německu) diskutovali o potřebách a náplni české verze Manuálu.

Další činnosti

V roce 2009 Asociace podpořila výjezdy zástupců členských organizací s cílem získat nové informace, podněty a navázat nové kontakty. Zúčastnili jsme se Evropského fair trade veletrhu v Lyonu, semináře o Fairtradových městech v Gdaňsku a podepsali smlouvu s FLO v německém Bonnu.

V rámci našich aktivit se nám v loňském roce také podařilo zahájit spolupráci s několika dobrovolnicemi, díky kterým se nám daří zvyšovat naše kapacity.

Koncem roku 2009 jsme uspořádali vánoční večírek spojený s oslavou zapojení Asociace do FLO.



Summary in English

FAIR TRADE – OPPORTUNITY FOR A BETTER WORLD

PREFACE

When we hear the term Fair Trade almost everyone imagines something based on the simple translation of the two English words. But there are quite a few possible meanings. Nevertheless, not everyone in the Czech Republic imagines a system where alternative entrepreneurs and their suppliers in developing countries try to create a model of ethical international trade. So far, we can compare ourselves in this respect with Western European countries, where for example in Great Britain 70 % of the population recognizes products with a Fairtrade® label. Out of that 64 % knows what this system means and what its goal is. In the Czech Republic we still have some years ahead of us before we reach this level.

The year 2009, when the Association celebrated a fifth anniversary since its existence, was a great challenge for Fair Trade. The year was full of uncertainties with respect to the impact of the world economic crisis, which influenced also consumer behaviour. The fact that Fair Trade products in our country are represented only in minimal volumes, which makes it impossible to attain savings from economies of scale in processing, packaging, distribution and marketing, makes the prices here compared to abroad still quite high. These products are

therefore still categorized as “luxury” low-turnover merchandise, which was affected by the crisis the most. Regardless of this unfavourable situation the annual sales of fair trade products increased by 22 %.

During 2009 several significant events took place that strengthened the Association's position. After five years of preparations we succeeded in fulfilling one of our goals due to which the Association was founded and that will significantly influence its development as well as the development of the entire Fair Trade movement in the Czech Republic. The Association became the Czech representative of the international organization Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). This organization is the owner of the Fairtrade® Mark and at the same time it sets the standards for trade and production that are the basic tools of Fair Trade. The Association, as the national umbrella organization, will be the first out of new EU member countries to interconnect the Czech Republic with countries of Western Europe, North America, Japan and Australia - countries where individual FLO member organizations have been supporting the dynamic Fairtrade development for many years already.

Our member base is growing together with the increase of Fair Trade importers and non-government organizations. In 2009 it expanded by the importer and coffee roaster - the company mamacoffee - and its number has been stabilized with seven members.

In connection to that it was necessary to do a review of and properly establish the future functioning and decision making processes inside the Association. Therefore, in the fall of 2009 collective strategic planning of all members took place and its output included an amendment of the Association's statutes, the creation of Rules of Procedure and Operating Rules, and making the member Code of Ethics stricter.

With the help of a creative and transparent environment based on democratic management of the Association's national platform, it constantly contributes to creating a high standard for the sales and promotion of fair trade products in the Czech Republic.

Jiří Hejkrlik
Chairman of
the Czech Fair Trade Association

INTRODUCTION OF THE CZECH FAIR TRADE ASSOCIATION

The Czech Fair Trade Association is an interest association of legal entities that engage in practical and structural issues concerning the development of fair trading in the Czech Republic. The Association was founded in 2004 as a platform for the meeting of non-profit organizations and private companies that are actively involved in public education and promotion of Fair Trade or introduce Fair Trade products on the Czech market.

OUR VISION

Our vision is international trade based on ethical principles that all producers in developing countries can participate in which will contribute to even distribution of the world's wealth.

OUR MISSION

Our mission is to support Fair Trade development in the Czech Republic, define and maintain Fair Trade standards and spread public education and awareness about Fair Trade. The ambition of the members and the whole Association is to contribute to ethical way of trading.

OUR VALUES

- = dialogue
- = respect
- = transparency
- = partnership
- = solidarity
- = responsibility

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE ASSOCIATION

BOARD

Jiří Hejkrlík (chairman)
Tomáš Bílý (vice-chairman)
Magda Jelínková
Marta Kolská

AUDITING COMMISSION

Jiří Sládek

ASSOCIATION EMPLOYEES

Kristýna Augustinská – until August 2009, the coordinator of projects “Support of the capacities of Czech Fair Trade Association in Engaging in the International Fair-trade System” and “Increasing the professionalism of Fair Trade sector employees - QualiFair concept”

Veronika Bačová – in August 2009 replaced Kristýna Augustinská in the position of coordinator of the two above projects.

STRATEGIC PLANNING

The year 2009 represented a breakthrough with respect to the Association's engagement in the international structure FLO. The entry process included the need for the organization to go through a strategic revision and the adaptation of its function-





ning accordingly. In our case, the Association primarily needed to redefine its mission and the character and member conditions for new candidates.

In October 2009 there was a meeting of the representatives of individual members and the result of a discussion were changes that will be implemented in the upcoming year in the key documents of the Association - in the Statutes and Code of Ethics.

FAIR TRADE IN THE CZECH REPUBLIC

Regardless of the continuing world economic crisis we can observe increasing sales of fair trade products not only on a global scale but also in the Czech Republic. For one this is due to the increasing availability of Fair Trade products on the Czech market but it is also evidence of the growing awareness of Fair Trade as well as of the responsible behaviour of Czech public during shopping. It appears that also Czech

people give preference to products that they know where and under what conditions they were produced.

In 2009 the Czech Republic enjoyed two first places in the area of Fair Trade. The Czech Fair Trade Association for was the first within Central and Eastern Europe to become FLO's Fairtrade Marketing Organization. At the same time the Czech Republic once again had the number one sales of Fair Trade products in this region.

FLO MEMBERSHIP

The formal establishment of Fairtrade in the Czech Republic which was achieved by the inclusion of the Association in FLO, is the result of several year long support and promotion of the Fairtrade system. As a result of negotiations that lasted several years, we became its representative on behalf of the Czech Republic - an authority that will be responsible on the national level for promotion, control and monitoring of products with the Fairtrade® Mark in the Czech Republic.

On November 19, 2009 we met with the management in the FLO headquarters in Bonn and we signed the membership agreement. The Czech Fair Trade Association became the Czech Fairtrade Marketing Organization (FMO) and it will have the authority to sign agreements with subjects that would like to use the Fairtrade® mark for promotional or educational purposes. We will also facilitate the process for obtaining licences for entrepreneurs, organize public education campaigns and provide necessary consulting regarding the entire Fairtrade system.

THE GROWTH OF FAIR TRADE CONSUMPTION IN THE CZECH REPUBLIC REACHED 22 % LAST YEAR

The retail turnover of fair trade products grew in the Czech Republic last year to 50 million CZK, which is an increase of 22 % compared to 2008. The consumption growth has increased by 16 times since 2005.

Members of the Association reached 40 million CZK. The remaining 10 million was reached by the companies Marks & Spencer, Starbucks, Pfanner, Dole, Tchibo, Ben & Jerry's or Darboven, in addition to others.

LEADING ARE ONCE AGAIN COFFEE, TEA AND CHOCOLATE.

The most Fair Trade products bought by Czechs include coffee, tea, chocolate and other sweets. Coffee was the greatest product category last year with a 36 % share of the total turnover, which was 10 % higher than in 2008. The second most significant category was cocoa, chocolate and other sweets with a share of the total turnover of 22 % (28 % in 2008) and tea with 18 % (same as in 2008). Sugar and other sweeteners maintained a 6 % share last year. The beverage category increased its interannual share from

3 % to 4 % and the fruit category went from 1 % to 2 %. The share of seeds, nuts and rice (4 %) and processed foods (2 %) remained unchanged last year.

Non-food merchandise in the Fair Trade system represented a 6 % share of the total turnover, which is only half compared to 2008. This merchandise primarily includes textile, clothing and other handcrafted products from fashion accessories and household products to musical instruments. This decline is the result of an increasing number of food products in retail chains. The sale of handcrafted Fair Trade products is limited to specialized stores that sell products only from Fair Trade.

POINT OF SALE OF FAIR TRADE PRODUCTS

Last year Czechs purchased most of the fairly traded products in organic and health food stores and retail chains. Both types of the points of sale have a 28 % share. Compared to last year there is an obvious tendency of an increasing share of retail chains, while specialized health and organic food stores have registered a decrease.

Specialized Fair Trade stores have also lost their share on the market; they went from 20 % in 2008 to 10 % last year. A significant selling point is the Internet, which had a 12 % share of the total turnover which is approximately the same as in 2008. Direct sales during events represented also a 12 % share. The share of independent food stores dropped last year to only 2 %. On the contrary, gastronomic operators registered a strong growth with increasing its share of the market by four times to 8 %.

OTHER EVENTS IN 2009

43 % OF THE CZECH POPULATION IS FAMILIAR WITH PRODUCTS WITH THE FAIRTRADE® MARK

Products with the Fairtrade® Mark continue to penetrate the subconscious of domestic consumers. According to a survey done by the NMS agency 43 % of respondents have come across Fairtrade products. Nearly a quarter of the respondents purchase these products once in a while and 3 % included them in regular consumption.

Most of the people found out about Fairtrade in the media (62 %), 25 % heard of it from friends and acquaintances and 17 % discovered its products directly in stores. Civic association Férová planeta (Fair Planet) had the survey done in October 2009 and 1614 respondents from all of Czech Republic participated.

MASSIVE INCREASE IN SALES OF PRODUCTS WITH THE FAIRTRADE® MARK IN RETAIL CHAINS

The number of articles from the Fairtrade system in chain stores continues to grow. While at the beginning of 2009 Fairtrade products were offered only in the stores dm drugstore (16 articles) and Marks & Spencer (20 articles), by the end of the year they were joined by Globus (8 articles), Makro and Tesco (2 articles). In addition to that, in December 2009 the Prague supermarkets Interspar included 36 food products with the Fairtrade® mark in their offer.



MAMACOFFEE AS A MEMBER OF THE CZECH FAIR TRADE ASSOCIATION

The number of members of the Association increased to seven in 2009. Mamacoffee, the coffee roaster with a Fairtrade certification, that is the newest member of the Association, operates several coffee shops with its own roasted Fairtrade coffee. Mamacoffee is at the same time the only coffee processor with a Fairtrade certification in the Czech Republic.

OVERVIEW OF PROJECTS REALIZED IN 2009

SUPPORT OF THE CAPACITIES OF THE CZECH FAIR TRADE ASSOCIATION IN ENGAGING IN THE INTERNATIONAL FAIRTRADE SYSTEM

In the scope of this project we realized a number of activities and steps in 2009 that significantly contributed to further development of the Association. Thanks to the subsidies from Ministry of Foreign Affairs we were able to close the several yearlong negotiations with FLO and engage in its international Fairtrade system. In addition to that, throughout the year we actively promoted the Fairtrade principles, we educated the lay as well as expert public, we gave information about the usage of the international Fairtrade® Mark and we provided other expert information about the situation of Fairtrade in the Czech Republic.

International FLO and Eastern Europe Seminar

In May, we organized in Prague an international seminar on the topic of FLO and Eastern Europe. There were representatives from Fair Trade movements in the Ukraine, Slovakia, Slovenia, Poland, Hungary, Romania and the Czech Republic. The seminar was led by FLO representatives who presented the FLO and FLO-Cert organizations and their strategies for newly emerging markets with Fairtrade products. The seminar was a great success for all the participating parties.

INCREASING THE PROFESSIONALISM OF THE FAIR TRADE SECTOR EMPLOYEES - "QUALIFAIR" CONCEPT

The main objective of this project is to contribute to the professionalism in doing business with fair trade products in the Czech Republic as an effective way of fulfilling development goals of the century. The goal is to achieve a higher qualification of employees in the retail fair trade network which will support professional approach to customers.



QualiFair is an international project of the Czech Republic (the Czech Fair Trade Association and the Ecumenical Academy of Prague), Germany and Austria. The German organization DEAB (Association for development in political action Baden-Württemberg) is the main partner of the European Commission, which finances the project. The Austrian partner is KommEnt (Society for Communication and Development).

QualiFair Project Seminar

In April 2009 we organized an introductory workshop in Prague which had the goal to identify the basic issues and areas that will be in the content of the Czech version of the educational manual for retailers in the area of fair trade sales. Fifteen representatives from the members of the Association and two instructors from the German organization DEAB participated in the three-day seminar.

OTHER ACTIVITIES

In 2009 the Association supported educational trips of representatives of member organizations with the goal to obtain new information, incentives and to make new contacts. We participated in the European Fair Trade Fair in Lyon, in a seminar on Fair Trade Towns in Gdansk and we signed an agreement with FLO in Bonn, Germany.

Within the scope of our activities we were able to start cooperation with several volunteers last year, thanks to whom we are able to increase our capacities.

At the end of 2009 we organized a Christmas party combined with the celebration of the Association's engagement in FLO.





Naši členové

OUR MEMBERS

EKUMENICKÁ AKADEMIE PRAHA O.S.

Na Míčáncích 1; 101 00 Praha 10
Tel.: +420 272 733 044, tel./fax: +420 272
737 077
fairtrade@ekumakad.cz
www.fair-bio.cz
www.ekumakad.cz

EXCELLENT PLZEŇ S.R.O.

Sněženská 8; 326 00 Plzeň
Tel.: +420 377 456 768, +420 602 190 960
fairtrade@explzen.cz
www.explzen.cz

FAIROVĚ S.R.O.

Pastevců 19; 149 00 Praha 4
Tel.: +420 272 654 010
Fax: 226 210 140
obchod@fairove.cz
www.fairove.cz

FAIR TRADE CENTRUM S.R.O.

Velká Mikulášská 10; 66902 Znojmo
Tel.: +420 537 021 319, +420 731 506 432
Fax: +420 239 017 449
info@ftcentrum.cz
www.fairtradecentrum.cz

MAMACOFFEE S.R.O.

Osmého listopadu 48; 169 00 Praha 6
Tel.: +420 776 176 417, +420 776 355 015
info@mamacoffee.cz
www.mamacoffee.cz

OBCHŮDEK JEDNOHO SVĚTA - JEDEN SVĚT O.P.S.

Korunní 60; 120 00 Praha 2
Tel.: +420 733 538 680
obchudekjs@seznam.cz
www.jedensvet.org

SPOLEČNOST PRO FAIR TRADE O.S.

Kounicova 42; 602 00 Brno
Tel./Fax: +420 543 214 002
info@fairtrade.cz
www.fairtrade.cz

VÝSLEDOVKA 2009 (v Kč) PROFIT AND LOSS STATEMENT 2009 (in CZK)			
NÁKLADY COSTS		VÝNOSY INCOME	
Nákupy Purchase	5 882,40	Tržby z prodeje služeb Sales of services	144 083,87
Služby Services	335 056,72	Ostatní výnosy Other income	2 738,73
Osobní náklady Personal costs	237 933,00	Přijaté příspěvky Received contributions	436 205,76
Ostatní náklady Other costs	5 674,17		
Náklady celkem Total costs	584 546,29	Výnosy celkem Total income	583 028,36
VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ SURPLUS	-1 517,93		
ROZVAHA 31. prosinec 2009 (v Kč) BALANCE SHEET 31 December 2009 (in CZK)			
AKTIVA ASSETS		Stav k prvnímu dni účetního období Status to 1st day of accounting period	Stav k poslednímu dni účetního období Status to last day of accounting period
Dlouhodobý majetek Long term assets	0,00		0,00
Krátkodobý majetek Short term assets	33 228,67		116 784,94
Zásoby Resources	0,00		0,00
Pohledávky Receivable	0,00		94 936,42
Krátkodobý finanční majetek Short term financial assets	33 228,67		21 848,52
Jiná aktiva Other assets	0,00		0,00
Celkem Total	33 228,67		116 784,94
PASIVA LIABILITIES			
Vlastní zdroje Own sources	-6 272,33		-7 790,26
Jmění Assets	0,00		0,00
Výsledek hospodaření Economic result	-6 272,33		-7 790,26
Cizí zdroje Other sources	39 501,00		124 575,20
Rezervy Reserve	0,00		0,00
Dlouhodobé závazky Long term liabilities	0,00		0,00
Krátkodobé závazky Short term liabilities	39 501,00		117 890,00
Jiná pasiva Other liabilities	0,00		6 685,20
Celkem Total	33 228,67		116 784,94

Partneři | Our Partners



Dachverband Entwicklungspolitik
Baden-Württemberg e.V.

komment

fin·e+p



Poděkování

Děkujeme všem, kteří Asociaci pro fair trade v roce 2009 podpořili:



Program celoživotního učení



GŘ pro vzdělávání a kulturu



ČESKÁ REPUBLIKA
POMÁHÁ



Naše poděkování patří také Informačnímu centru OSN v Praze za poskytnutí seminárních prostor.

Zároveň děkujeme všem členům Asociace za aktivní podporu fair trade po celý rok 2009, dále děkujeme paní Věře Lukášové za léta strávená rozvojem fair trade v České republice a dík patří i našim dobrovolnicím Markétě Mikovcové, Petře Kučerové, Lindě Králové a Jennifer Ledevin, které nám v roce 2009 pomáhaly.



Autoři fotografií (dle pořadí snímku): Didier Gentilhomme, Linus Hallgren, Didier Gentilhomme, Frédéric Raevens, archiv FLO, Simon Rawles, Kazuko Golden, archiv FLO, Frédéric Raevens, Kazuko Golden, Transfair Germany and Fairtrade Foundation, Linus Hallgren, Association for promoting Fairtrade in Finland, archiv FLO, archiv FLO, Nathalie Bertrams, Association for promoting Fairtrade in Finland, archiv FLO.

VYDALA:

ASOCIACE PRO FAIR TRADE

TEXT VÝROČNÍ ZPRÁVY:

ASOCIACE PRO FAIR TRADE

GRAFICKÁ ÚPRAVA:

VASIL ARTAMONOV

ASOCIACE PRO FAIR TRADE

NA MÍČÁNKÁCH 1

101 00 PRAHA 10

TEL. +420 734 336 592

E-MAIL: INFO@FAIRTRADE-ASOCIACE.CZ

WWW.FAIRTRADE-ASOCIACE.CZ