



2025

**Årsrapport
Fairtrade Norge**



**FAIRTRADE
NORGE**

Innhold

Forord.....	Side	3
Dette er Fairtrade.....	Side	4
Fairtrade i en urolig og uforutsigbar verden.....	Side	6
Regjeringen styrker innsatsen for mer rettferdig handel.....	Side	9
Intervju med barne- og familieminister Lene Vågslid.....	Side	12
Intervju med utviklingsminister Åsmund Aukrust.....	Side	14
Utvikling på det norske markedet.....	Side	16
Dette mener våre partnere om Fairtrade.....	Side	20
Partnerintervju: Strawberry v/ Petter Stordalen.....	Side	21
Partnerintervju: Norgesgruppen v/ Runar Hollevik.....	Side	23
Prosjekter og produsentbesøk.....	Side	25
Noen høydepunkter fra 2025.....	Side	31
Fairtrade-kommuner.....	Side	34
Fairtrade som et verktøy i møte med lover og reguleringer.....	Side	38
Fairtrade globalt i 2025.....	Side	41
Årsberetning og regnskap.....	Side	47

Årsrapport 2025 © Fairtrade Norge

Bildekreditering

Forside: Kakaobonde, Elfenbenskysten ©Mohamed Aly Diabate / Fairtrade / Fairpicture **Side 5:** Bananarbeidere © CLAC **Side 6:** Teplukkere, India ©Fairtrade NAPP **Side 7:** Blomster ©Fairtrade Deutschland e.V. / Santiago Engelhardt; WSOL i Ghana ©Fairtrade Norge **Side 8:** WSOL i Ghana ©Fairtrade Norge **Side 9:** Appelsinbonde, Brasil ©Fairtrade Deutschland / Santiago Engelhardt **Side 10:** Tone Faugli og Anita Sæbø foran Stortinget ©Fairtrade Norge **Side 11:** Handlekurv med Fairtrade-produkter ©Fairtrade Deutschland / Sparked **Side 12:** Lene Vågslid ©Torgeir Haugaard / Forsvaret; Cashewnøtter ©CLAC **Side 13:** Cashewnøtter ©CLAC **Side 14:** Åsmund Grøver Aukrust ©Torgeir Haugaard / Forsvaret; Te, India ©Fairtrade Foundation **Side 15:** Te, India ©Fairtrade Foundation **Side 16:** Handlenett med Fairtrade-produkter ©Fairtrade Deutschland / Sparked **Side 18:** Kaffe ©Kolonihagen; T-skjorte ©Carlings; Banan fra Colombia ©CLAC; Fotballer ©Klubben AS **Side 20:** Bananarbeider ©Ángela Ponce / Fairtrade / Fairpicture **Side 21:** Petter Stordalen ©Marte Garmann; Kaffebønner ©Angela Ponce/Alce Nero- Fairtrade Italia /Fairpicture **Side 22:** Petter Stordalen ©Strawberry; Kaffebønner ©Angela Ponce/Alce Nero- Fairtrade Italia /Fairpicture **Side 23:** Runar Hollevik ©Norgesgruppen; Handlenett med Fairtrade-produkter ©Fairtrade Deutschland / Sparked **Side 24:** Runar Hollevik, Norgesgruppen med Theresa ©Fairtrade Norge; Handlenett med Fairtrade-produkter ©Fairtrade Deutschland / Sparked **Side 25:** Kakaobønder, Ghana ©Fairtrade / Nipah Dennis **Side 26:** WSOL i Ghana ©Fairtrade Norge **Side 27:** WSOL i Ghana ©Fairtrade Norge **Side 28:** WSOL i Ghana ©Fairtrade Norge **Side 29:** Besøk av Theresa Ameyaa og Christine Kikombo ©Fairtrade Norge **Side 30:** Besøk av Theresa Ameyaa og Christine Kikombo ©Fairtrade Norge **Side 31:** Kakaobonde, Sierra Leone ©Fairtrade / Dominique Fofanah **Side 32:** Strawberry får pris "Årets innkjøper" ©Kenneth Lauveng / Bloom Oslo AS; Årskonferansen i Telegrafan, Oslo ©Fairtrade Norge **Side 33:** Fairtrade-uka i Oslo ©Fairtrade Norge; Vindruer ©CLAC; Cecilie Kjeldsberg, Hans-Erik Skjæggerud, Tone Faugli og Rolf A. Vestvik ©Liv Hilde Hansen **Side 34:** Arbeider ved Panda Flowers Lake Naivasha, Kenya ©Fairtrade Deutschland e.V. / Santiago Engelhardt **Side 35:** Representanter for Ørsta og Volda Fairtrade ©Fairtrade Ørsta og Volda **Side 36:** Fairtrade Conference Edinburgh ©Scottish Fair Trade **Side 37:** Fairtrade Conference Edinburgh ©Scottish Fair Trade **Side 38:** Bananarbeider, Den dominikanske republikk ©Fairpicture / Tatiana Fernandez Geara **Side 39:** Aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv 2023 ©OECD **Side 41:** Teplukkere, India ©Fairtrade Foundation **Side 43:** Bananarbeider, Peru ©Fairtrade Sweden **Side 44:** Kakaoarbeider, Elfenbenskysten ©Fairtrade /Mohamed Aly Diabaté **Side 45:** Bomullsbonde, India ©Fairtrade NAPP; Blomster; Kaffebonde, Honduras ©Fairtrade Max Havelaar **Side 47:** Sierra Leone ©Fairtrade / Dominique Fofanah / thegoodmessage.studio **Side 52:** Bananarbeider, Colombia ©CLAC

Forord

Når verdier settes på prøve

I en tid der verden er urolig og uforutsigbar, settes både verdier og regler under press. Krig, geopolitikk og økt politisk polarisering utfordrer den regelbaserte verdensordenen. I en slik virkelighet blir det viktigere enn noensinne å stå fast ved tydelige verdier og prinsipper.

Derfor er det både betryggende og inspirerende å se at stadig flere lisenstakere og partnere velger å holde fast ved ansvarlige verdier – også når det krever langsiktighet og prioriteringer. For mange virksomheter har bærekraft i økende grad blitt strategisk og forretningskritisk. Det handler ikke lenger om tillegg eller omdømme, men om konkurransekraft og robuste verdikjeder.

Rettferdig handel som strategisk valg

Fairtrade Norge opplever økende etterspørsel etter våre løsninger og vår kompetanse. **I 2025 økte omsetningen av Fairtrade-sertifiserte varer i Norge med 6,4 % sammenlignet med året før. Dette er tredje året på rad med god vekst**, og et tydelig signal om at flere virksomheter velger rettferdig handel som en integrert del av sin innkjøps- og verdikjedestrategi.

Samtidig må vi være ærlige på at verden fortsatt har en vei å gå før arbeidere og bønder globalt har rettferdige og anstendige forhold. Arbeidet med levelønn og leveinntekt er fortsatt i stor grad prosjektbasert. Likestilling i leverandørkjeder får for lite oppmerksomhet, mens åpenheten overfor interessenter er begrenset. Samtidig svekkes arbeidstakerrettigheter i mange deler av verden.

Derfor betyr det mye at Regjeringen i 2025 besluttet å støtte Fairtrade Norge over Statsbudsjettet. Støtten skal bidra til økt volum og bedre tilgjengelighet av Fairtrade-sertifiserte produkter, og til mer bærekraftig forbruk i Norge.

Fairtrade bygger på en enkel, men tydelig visjon: rettferdige priser, levelønnsinntekter, anstendige arbeidsforhold, klimatiltak og respekt for menneskerettigheter. **For produsenter og arbeidere i Fairtrade-systemet er budskapet klart: De ønsker ikke bistand – de ønsker markedstilgang.** Å øke etterspørselen i markedet er derfor et av de viktigste tiltakene for å styrke inntektene til bønder og arbeidere, samtidig som menneskerettigheter ivaretas og verdikjedene blir mer robuste.

Fairtrade - fra strategi til praksis

Fairtrade Norge vil i årene fremover fortsette å styrke sin rolle som:

- et operativt verktøy for aktsomhetsvurderinger
- en partner for virksomheter som ønsker å omsette regelverk til praksis
- en bro mellom produsenter og innkjøpere

Med uavhengig tredjepartssertifisering, sporbarhet, risikokartlegging og dokumentert effekt tilbyr Fairtrade et konkret verktøy for etterlevelse – samtidig som produsentene får bedre vilkår.

I løpet av 2025 har vi gjennomført arrangementer, møter og reiser, og hatt besøk av blant annet en kakaobonde fra Ghana. Dette kan du lese mer om i årsrapporten, sammen med intervjuer, omtale av Regjeringens satsing, produktnyheter og eksempler på hvordan Fairtrade brukes som en praktisk løsning i møte med nye krav i globale verdikjeder. Vi presenterer også vårt arbeid med likestilling gjennom prosjekter i fire afrikanske land.

Samarbeid i en urolig tid

I en verden preget av uro og raske endringer er samarbeid med dere partnere og aktører på tvers av hele verdikjeden viktigere enn noen gang. Fairtrade Norges rolle fremover er å samle aktører, kunnskap og handling – og bidra til at rettferdig handel blir en integrert del av hvordan varer produseres, kjøpes inn og forbrukes.

Valgene som tas i dag former verdikjedene i morgen. Sammen kan vi gjøre dem mer rettferdige, mer robuste og bedre rustet for fremtiden. I Fairtrade Norge gleder vi oss til å fortsette reisen sammen med våre gode partnere – med et tydelig mål om å styrke både bærekraft, konkurransekraft og tillit i en tid som virkelig krever det.

Vi vil rette en stor takk til alle lisenstakere, partnere, og innkjøpere i offentlig og privat sektor for innsatsen også i 2025. Vi vil også takke forbrukerne som gjennom sine valg bidrar til etterspørsel etter rettferdig handel.

Vi håper årsrapporten for 2025 inspirerer til videre innsats.

God lesning!



Tone Faugli
Daglig leder,
Fairtrade Norge

Dette er Fairtrade – unike løsninger

Fairtrade er en internasjonal merkeordning og utviklingsorganisasjon for rettferdig handel. Vi jobber med nærmere 2 millioner bønder og arbeidere globalt. Gjennom Fairtrade-standardene stilles det omfattende økonomiske, sosiale og miljømessige krav.

Det innebærer en minimumspris og en premiumbetaling til bøndene, tryggere arbeidsforhold og mer bærekraftig jordbruk. Fairtrade er også den eneste globale ordningen som er 50 % eiet og drevet av råvareprodusentene. Dette gjør Fairtrade unik.



En høy standard for råvareproduksjon

Våre standarder inkluderer både absolutte krav og utviklingskrav, og de oppdateres jevnlig for å forbli relevante i det politiske og regulatoriske landskapet.



Vi sikrer en minimumspris

Vi er den eneste sertifiseringsordningen som stiller krav til råvarebetaling. Fairtrade minimumspris gir økonomisk sikkerhet og forutsigbarhet for bøndene når markedsprisene svinger. Dette er essensielt da fattigdom er en rotårsak til barnearbeid, tvangsarbeid og avskoging.



En ekstra premium-betaling

Fairtrade-premium er et ekstra beløp som betales til Fairtrade-sertifiserte bønder og arbeidere for å støtte bærekraftig sosial og økonomisk utvikling. Vi krever markedets høyeste premium, slik at produsentene kan investere i tiltak som utdanning, helse, infrastruktur og rent vann.



Bønder og arbeidere har eierskap

Vi er en demokratisk organisasjon, og den eneste globale ordningen som er 50 % eiet og drevet av råvareprodusenter. Gjennom kooperativer styrkes produsentenes posisjon i markedet.



Vi dekker alle tre bærekraftspilarene og har tredjepartssertifisering

Våre standarder og krav svarer på de tre bærekraftspilarene, sosialt, økonomisk og miljømessig. FLOCERT, en uavhengig tredjepartsverifisør, kontrollerer at vilkårene blir fulgt og rapporterer eventuelle avvik.

Et EU-godkjent sertifiseringsmerke



EU-sertifiseringsmerker er en ny type varemerke i EU-varemerkesystemet. EU-sertifiseringsmerker brukes til å skille varer eller tjenester som er kontrollert og oppfyller kravene til et bestemt sertifiseringsorgan fra varer eller tjenester som ikke har vært underlagt slik kontroll. I dette ligger en plikt om uavhengighet og nøytralitet fra merkehaveren overfor alle markedsaktører.

Fairtrade er mer enn bare en merkeordning

Fairtrade samarbeider med en rekke virksomheter, fra handelsaktører og produsenter til merkevareeiere og offentlige innkjøpere. Vi tilbyr ekspertrådgivning innen sertifisering og lisensiering, veiledning rundt regulatoriske ESG-krav fra Norge og EU, samt hvordan virksomheter kan gjennomføre og kommunisere sine tiltak.



Rådgivning

- **Risikokartlegging**
- **Interessentdialog**
- **Faglig rådgivning på eks:**
 - Levelønn/leveinntekt
 - Klimarelaterte utfordringer
 - Biologisk mangfold
 - Menneskerettigheter
 - Etterlevelse av lover og reguleringer



Kommunikasjon

- **Impact stories**
- **Markedsinnsikt**
- **Eventer**
- **Kampanjemateriell**
- **SoMe**



Sertifisering og lisensiering

- **Sertifisering**
- **Lisensiering**
- **Innsikt i verdikjede og rapporteringsdata**
- **Sourcing-støtte**
- **Opplæring og kurs**
- **Samarbeidsprosjekter i produsentland**



Interessert i samarbeid?

Ønsker du mer informasjon om hvordan vi jobber eller hvordan du kan samarbeide med Fairtrade kan du ta kontakt med oss på kontakt@fairtrade.no





**Fairtrade i en urolig
og uforutsigbar
verden**

Fairtrade i en urolig og uforutsigbar verden

Den regelstyrte verdensordenen

Vi lever i en urolig tid, og året 2025 satte virkelig den politiske verdensordenen, internasjonal handel og utviklingssamarbeid på diverse prøver. Mange hevder at den regelstyrte verdensordenen er i ferd med å forlases. Vi mener at den aldri har omfattet hele verden. Den har aldri vært universell. Verken historisk eller i dag har felles regler og normer blitt praktisert likt for alle. For mange land i Afrika, Asia og Latin-Amerika har det vi i Vesten kaller en regelstyrt verdensorden ofte fremstått som selektiv og inkonsekvent.

Global urettferdighet

At verden er urettferdig, ser vi tydelig i tallene. Millioner av barn er fortsatt fanget i barnearbeid, og millioner av mennesker lever i tvangsarbeid. Mye av dette skjer i globale verdikjeder som produserer varer vi bruker hver dag. Samtidig lever millioner i fattigdom, og i kakaosektoren er rundt halvparten av bøndene ekstremt fattige. Ifølge internasjonale organisasjoner lever mange kakaobønder under fattigdomsgrensen, til tross for at etterspørselen etter sjokolade er høy og økende. Menneskerettigheter er ikke abstrakte prinsipper. For te-plukkeren på Sri Lanka handler det om retten til trygge arbeidsforhold og en lønn å leve av. For kakaobonden i Ghana handler det om muligheten til å sende barna på skole og planlegge en fremtid.

Billig i dag kan bli dyrt i morgen

Kakaosektoren er et tydelig eksempel på global urettferdighet. Når bønder over tid ikke tjener nok til å investere i gårdene sine, får det konsekvenser: trær blir ikke fornyet, avlingene faller og prisene stiger. Det som var billig i går, blir dyrt i dag. Når bønder ikke kan investere, svekkes hele verdikjeden. Bærekraft er derfor ikke en kostnad, men en investering – for kakaobonden, for aktørene i verdikjeden, for næringslivet og for oss som forbrukere.

Endringer mulig

Mange bedrifter engasjerer seg i bærekraft, og verden har vist at endring er mulig. Som Hans Rosling påpekte, har vi mennesker en tendens til å overdramatisere dagens situasjon og overvurdere krisene, samtidig som vi undervurderer den langsomme, men reelle fremgangen.



Ser vi på de lange linjene, har ekstrem fattigdom gått betydelig ned, utdanning og leseferdighet har økt, vaksinasjonsgraden har gått opp og barnedødeligheten har gått ned. I dag har 49 land vist at det er mulig å frikoble økonomisk vekst fra vekst i klimautslipp¹. Undersøkelser viser også at mennesker mobiliseres lettere av løsninger enn av skremsel, så lenge håpet er konkret og troverdig². Forbrukere er fortsatt opptatt av klima og miljø, og mange er villige til å endre egne handlemønstre. Kina gir også grunn til håp, med en massiv utbygging av fornybar energi – mer enn noe annet land i verden til sammen de siste årene.



1. World Economic Forum. How 'crocodile economics' is proving growth and climate action can thrive together. (2025) <https://www.weforum.org/stories/2025/10/crocodile-economics-growth-climate-emissions/>
 2. The Society for Personality and Social Psychology. Fear Won't Do It (2025) <https://spsa.org/news/character-and-context-blog/bilfinger-climate-change-fear-appeals-efficacy/>.

Fairtrade gir konkrete og dokumenterte resultater

I over tretti år har Fairtrade vist at samarbeid mellom privat sektor, en robust sertifiseringsordning og aktører langs hele verdikjeden kan gi gode, dokumenterte og målbare resultater. Bønder og arbeidere har fått økt inntekt, bedre arbeidsvilkår, styrket likestilling og et mer klimatilpasset landbruk. I fjor fikk vi besøk av Theresa Ameyaa, en kakaobonde fra Ghana. Hun fortalte at Fairtrade-premiumen har gjort det mulig for kooperativet hennes å investere i skoler, rent vann og bedre produksjonsutstyr.

«Når vi får en rettferdig pris, kan vi tenke langsiktig. Da kan vi investere i gården vår og i barna våre,» sier Theresa Ameyaa.

Historier som Therasas viser at endring ikke bare er mulig, men skjer når rammevilkårene er riktige.

Verdier og realisme – i partnerskap

I Davos i januar 2026 sa Mark Carney at en verden av murer vil være fattigere, mer sårbar og mindre bærekraftig. Kollektive investeringer i motstandsdyktighet er billigere enn at alle bygger sine egne murer. Han viste også til Finlands president Alexander Stubb, som snakker om verdibasert realisme. Verdi-basert, i betydningen respekt for menneskerettigheter

og viljen til å stå opp for våre prinsipper. Realistisk, i erkjennelsen av at interesser spriker, og at verden må forstås slik den faktisk er. Nostalgi er ikke en strategi. Mange bedrifter engasjerer seg fordi det er det riktige å gjøre, et bevisst verdivalg. De ønsker at varene de selger ikke skal være produsert med tvangsarbeid eller barnearbeid, at arbeidere og bønder skal få anstendig betalt, og at jorda og det biologiske mangfoldet tas vare på. Men dette handler også om realisme: om å redusere risiko, sikre tilgang på varer, stabile forsyningskjeder og mer forutsigbare priser over tid. Verdier og egeninteresser går her hånd i hånd, og nettopp i dette skjæringspunktet ligger nøkkelen til en mer rettferdig og bærekraftig verdensøkonomi.

Når verdensordenen nå er i endring, bør vi derfor gripe muligheten til å bidra til en ny verdensorden – en som faktisk gjelder hele verden, og som oppleves rettferdig også av dem som hittil har stått på utsiden.



Kvinnelige deltakere på en opplæringsøkt i Ghana

Regjeringen styrker innsatsen for rettferdig handel



Fairtrade Norge inn i statsbudsjettet

Fairtrade Norge på statsbudsjettet for første gang

I 2025 ble Fairtrade Norge for første gang tildelt midler over statsbudsjettet for 2026. Tildelingen markerer en viktig milepæl i organisasjonens arbeid for mer rettferdig handel og ansvarlige globale verdikjeder, og innebærer en tydelig anerkjennelse av Fairtrade-ordningens dokumenterte effekt for produsenter, arbeidere og lokalsamfunn globalt.

Prioriteringen kommer i en tid preget av geopolitisk uro, klimaendringer og press på internasjonal bistand. **At regjeringen velger å styrke innsatsen for rettferdig handel gjennom Fairtrade, understreker betydningen av handel som et sentralt virkemiddel for bærekraftig utvikling og fattigdomsreduksjon.**

Som begrunnelse for støtten, skriver Regjeringen:

«Målet for tilskotet er å støtte opp om arbeidet Fairtrade Norge utfører for at norske importører, merkevarereigarar, distribusjonskanalar og nærings-liv i større grad skal handle med Fairtrade-sertifiserte råvarer og tilby fleire Fairtrade-merkte produkt til norske forbrukarar. Fleire Fairtrade-merkte produkt på marknaden vil gi betre føresetnader for eit berekraftig forbruk.»

Videre fremheves det at:

«Marknadsdelen for Fairtrade-produkt i Noreg er låg samanlikna med til dømes Sverige. Fleire Fairtrade-merkte produkt på den norske marknaden vil gi betre føresetnader for eit berekraftig forbruk. Fairtrade Norge ønskjer å styrkje informasjonen retta mot norske forbrukarar. Dei vil òg styrkje informasjon og rettleiing overfor private og offentlege aktørar.»

Støtten skal bidra til nettopp dette: styrket informasjon og veiledning og markedsutvikling rettet mot både private og offentlige aktører.



F.v.: Tone Faugli og Anita Sæbø (hhv Daglig leder og Styremedlem i Fairtrade Norge)

Anerkjennelse av dokumentert effekt

Regjeringens tildeling er en tydelig anerkjennelse av de dokumenterte effektene Fairtrade-ordningen har. Blant resultatene finner vi bedre og mer stabile inntekter for bønder, styrket likestilling, tryggere arbeidsplasser, økt klimatilpasning og redusert bruk av plantevernmidler.

Fairtrade er den eneste sertifiseringsordningen som stiller krav om både minimumspris på råvarer, samt en ekstrabetaling gjennom Fairtrade-premium. Premiumen går direkte tilbake til produsentorganisasjonene og investeres i tiltak som styrker lokalsamfunnene, som utdanning, helse, klimatilpasning og bedre arbeidsvilkår.

Minimumspris og Fairtrade-premium er to sentrale mekanismer som bidrar til mer stabile inntekter, økt økonomisk trygghet og sterkere, mer bærekraftige lokalsamfunn.

I statsbudsjettet fremheves Fairtrade også som et effektivt virkemiddel for å styrke produsenters markedsadgang og økonomiske sikkerhet.



Betydning for produsenter og arbeidere

I dialogen med småbønder og arbeidere i Fairtrade-systemet, er det alltid ett budskap som går igjen:

De ønsker at en større andel av produksjonen selges på Fairtrade-vilkår. Det gir bedre inntekt og bedre vilkår.

Fairtrade-sertifiserte kooperativer må produsere hele avlingen i henhold til Fairtrade-standardene, men får i mange tilfeller kun solgt 10-20 prosent på Fairtrade-vilkår. Resten må selges i det konvensjonelle markedet, ofte til lavere og mer uforutsigbare priser.

Regjeringens støtte skal bidra til økt etterspørsel og flere markedsmuligheter for Fairtrade-sertifiserte produkter. Det gir flere produsenter mulighet til å selge råvarene sine på anstendige vilkår. Over tid styrker dette lokalsamfunnene, øker motstandskraften mot klimaendringer og forbedrer levekårene for både produsenter og arbeidere.



Relevans for forbrukere

Støtten til Fairtrade betyr også at forbrukerne er hørt. Ifølge en undersøkelse utført av SIFO fra 2024, anser 75 prosent av forbrukerne seg som lite informerte, og 7 av 10 foretrekker informasjon gjennom merkeordninger. Et flertall oppgir at de har større tillit til merkeordninger enn til virksomheters egne bærekraftspåstander.³

Tredjepartssertifiseringer gjør det enklere for både forbrukere og innkjøpere å ta informerte valg. De fungerer som et pålitelig verktøy for å identifisere produkter som bidrar til bedre sosiale, miljømessige og økonomiske forhold.

Forbrukertilliten til Fairtrade er svært høy. På verdensbasis har 83 prosent av forbrukere som kjenner merket, tillit til Fairtrade. I Norge er andelen 78 prosent. Dette gjør Fairtrade til en av de mest anerkjente og troverdige sertifiseringsordningene både internasjonalt og nasjonalt.⁴

Fairtrade som del av et bredere bærekraftsrammeverk

For både private og offentlige virksomheter blir Fairtrade i økende grad et viktig verktøy i arbeidet med aktsomhetsvurderinger, bærekraftige innkjøp og etterlevelse av nye lov- og regelverkskrav.

Tildelingen over statsbudsjettet må også ses i lys av økte forventninger til ansvarlig næringsliv – nasjonalt og internasjonalt. Fairtrade tilbyr et konkret og operativt verktøy som gjør det mulig å omsette politiske ambisjoner til praksis i globale leverandørkjeder. Regjeringens prioritering styrker Fairtrade Norges kapasitet til å veilede aktører som ønsker å ta større ansvar i egne verdikjeder.

Veien videre

Statsbudsjettstøtten gir Fairtrade Norge økt handlingsrom til å styrke arbeidet med veiledning, kunnskapsdeling og samarbeid med næringsliv, offentlig sektor og sivilsamfunn. Samtidig legger den et viktig grunnlag for videre vekst i etterspørselen etter Fairtrade-merkede produkter til beste for produsenter, arbeidere og forbrukere.

Tusen takk til alle som har bidratt til at Fairtrade fra 2026 får styrket sin informasjons- og veiledningsvirksomhet. En særlig takk går til våre partnere og stiftere, med blant annet LO, Handel & Kontor, Norges Vel og Bondelaget. Vi vil også takke engasjerte lisenstakere og alle som hver dag arbeider for mer rettferdig handel.

3. Forbruksforskningsinstituttet SIFO (2024). Forbrukeres forhold til åpenhetsloven. En spørreundersøkelse. [Forbrukeres forhold til åpenhetsloven. En spørreundersøkelse](#)
4. Fairtrade Norge (2025), GlobeScan. Fairtrade forbrukerinnsett 2025 Norge. [GlobeScan 2025 - Forbrukerundersøkelse Ekstern](#)

Intervju med barne- og familieminister Lene Vågslid



Lene Vågslid

Prioritering i statsbudsjettet

I statsbudsjettet for 2026 løfter regjeringen frem betydningen av rettferdig handel og bærekraftig forbruk. Hva var de viktigste vurderingene bak denne prioriteringen?

- Klima- og naturkrisen er en eksistensiell trussel, og høyt forbruk er en stor del av problemet. Vi vet også at mange mennesker jobber under uverdige forhold med produkter og tjenester som selges på det norske markedet. Disse utfordringene må vi løse sammen; Det kan ikke være opp til hver og en av oss å manøvrere i et digitalt, globalt og stadig mer komplekst marked. Det er nødvendig med politiske prioriteringer som gjør det enklere å ta bærekraftige og etisk gode valg, og som premierer ansvarlige markedsaktører.

- Det handler blant annet om å sørge for tilgjengelig kunnskap om hvilke konsekvenser produksjon og bruk av varer og tjenester kan ha for helse, miljø, klima og arbeidsforhold. Gjennom det får vi som forbrukere bedre mulighet til å velge noe vi kan være trygge på at er produsert på en ansvarlig måte, og dermed også bedre verktøy for å påvirke markedet i en mer bærekraftig retning.

Prioritering i statsbudsjettet

Fairtrade Norge ble for første gang tildelt midler over statsbudsjettet. Hva mener du Fairtrade bidrar med i arbeidet for mer bærekraftig forbruk?

- I et komplekst og uoversiktlig marked er det krevende for hver enkelt av oss å orientere oss. Informasjon om konsekvensene av produksjon og bruk av varer og tjenester kan være mangelfull, motstridende eller så omfattende at den blir vanskelig å forholde seg til.

- I tillegg er mange markeder preget av grønnvasking, ved at varer markedsføres som bærekraftige uten at de er det, eller uten at det finnes dokumentasjon. Dette kan svekke forbrukernes tillit og føre til at de kjøper varer de egentlig ikke ønsker. Grønnvasking gjør det også vanskeligere for virksomheter som faktisk jobber seriøst med bærekraft, fordi det svekker konkurransevilkårene.

- Gode og tydelige merkeordninger gjør det enkelt å ta bærekraftige valg. Når informasjonen er lett å forstå og til å stole på, kan vi velge varer og tjenester som har positive effekter på miljø, klima og arbeidsvilkår, uten å måtte gjøre egne undersøkelser. **Fairtrade er et eksempel på en aktør som har høy troverdighet og kan bidra til dette.**



Rollen til næringsliv og offentlige anskaffelser

I tildelingen skriver Regjeringen:

«Målet for tilskotet er å støtte opp om arbeidet Fairtrade Norge utfører for at norske importører, merkevareeigarar, distribusjonskanalar og nærings-liv i større grad skal handle med Fairtrade-sertifiserte råvarer og tilby fleire Fairtrade-merkete produkt til norske forbrukarar.»

Hvorfor er det viktig at næringslivet, merkevareeiere og distribusjonskanaler tilbyr flere FT-merkede produkter til norske forbrukere? Hva med offentlige anskaffelser og deres rolle?

- Det er estimert av Miljødirektoratet at husholdningene står for om lag halvparten av våre samlede forbruksrelaterte utslipp, så vi kan oppnå store gevinster dersom vi legger bedre til rette for at vi alle enkelt kan ta valg som er med på å kutte utslipp og skåne natur. **Fairtrade Norge bidrar til nettopp dette gjennom å øke tilgjengeligheten og tilliten til sertifiserte produkter.**

- Likevel har Fairtrade-produkter en lav markedsandel i Norge, særlig sammenlignet med Sverige. Dersom næringslivet, merkevareeiere og distribusjons-kanaler tilbyr flere Fairtrade-merkede produkter, vil det kunne gi forbrukerne bedre forutsetninger for et bærekraftig forbruk.

Merkeordninger, tillit og forbrukermakt

Undersøkelser viser at forbrukerne har svært høy tillit til merkeordninger som er godt gjennomprøvde slik som Fairtrade, og at slike ordninger gjør det lettere å navigere i markedet. Hvilken rolle mener du sertifiseringsordninger som Fairtrade kan spille i å styrke forbrukermakt og tillit?

- **God informasjon til forbrukerne er et av de viktigste virkemidlene for å få til mer bærekraftig forbruk.** Tydelige og etterprøvbare merke- og sertifiseringsordninger kan gjøre komplekse verdikjeder lettere å forstå. Det styrker forbrukernes mulighet til å ta gode valg og øker tilliten til markedet. Samtidig belønner slike ordninger seriøse aktører som kan dokumentere arbeidet sitt med bærekraft.

Regelverk, ansvar og compliance

Reguleringer som Åpenhetsloven og kommende EU-regelverk stiller høyere krav til virksomheters aktsomhetsvurderinger og ansvar i globale verdikjeder. Hvordan kan slike rammeverk, sammen med ordninger som Fairtrade, bidra til mer transparens, ansvarlighet og tillit i markedet?

- **Åpenhetsloven skal bidra til at virksomheter respekterer grunnleggende menneskerettigheter, og at varene eller tjenestene de tilbyr, er produsert med anstendige arbeidsforhold i alle ledd.** Loven skal også gi folk innsyn i hvordan virksomheter jobber for å håndtere negative konsekvenser for menneskerettigheter og arbeidsforhold.

- Sommeren 2025 publiserte departementet en evalueringsrapport mht erfaringene med Åpenhetsloven. Evalueringen viser blant annet at mange selskaper opplever at loven har gjort at de prioriterer aktsomhetsvurderinger høyere og at dette arbeidet har blitt mer systematisk. Flere virksomheter rapporterte også om konkrete forbedringer for arbeidstakere og sårbare grupper, som følge av deres aktsomhetsvurderinger.

- Vi vet at det er krevende å gjøre grundige aktsomhetsvurderinger, spesielt når verdikjedene er komplekse. **Aktører som Fairtrade kan være viktige støttespillere for virksomhetene i dette arbeidet, gjennom at sertifiseringsordningene stiller krav til levelønn, anstendige arbeidsforhold og fravær av barnearbeid og tvangsarbeid.**

Veien videre

Regjeringen legger opp til styrket veiledning og informasjon om bærekraftig forbruk og ansvarlige verdikjeder. Hva håper du denne satsingen vil bety for norske forbrukere – og for produsenter og arbeidere i globale verdikjeder – i årene fremover?

- Arbeiderparti-regjeringen ønsker å gjøre det lettere for alle å ta informerte valg. Det jobbes nå med en lovproposisjon om å gjennomføre EUs direktiv om styrket forbrukervern i det grønne skiftet i norsk rett. De nye reglene skal blant annet beskytte forbrukerne mot villedende miljøpåstander («grønnvasking») og sørge for at forbrukerne blir bedre informert om hvor lenge et produkt kan forventes å vare og om det kan repareres.

- Det er viktig med flere typer tiltak for å sørge for mer informasjon og åpenhet om produksjon og konsekvenser av forbruk. **Hvis flere velger produkter som er laget på en ansvarlig måte, kan det over tid påvirke virksomheter i en mer bærekraftig retning. Det kan gi mer rettferdige arbeidsvilkår i globale verdikjeder og gjøre det mer lønnsomt for produsenter å satse på etisk og miljøvennlig produksjon.**



Intervju med utviklingsminister Åsmund Aukrust



Fattigdomsbekjempelse

Et sentralt mål for Norges utviklingspolitikk er fattigdomsbekjempelse. Fairtrade er eneste sertifiseringsordning som stiller krav om både minimumspris og ekstrabetaling for nettopp å bekjempe fattigdom. I dag lever millioner av kaffe- og kakaobønder i fattigdom. Mange bønder og arbeidere som dyrker bomull, te, frukt og grønt har heller ikke en inntekt høy nok til å leve av. Hva tenker du om det?

- Vi skal aldri venne oss til at mennesker i utviklingsland, som dyrker kaffen vi drikker og bomullen til klærne våre, ikke tjener nok til å leve av arbeidet sitt.

Utviklingspolitikken handler om å skape konkrete forskjeller i folks liv. Fairtrade viser at det går an å drive handel på en måte som gir folk verdighet, ved å sikre at bønder får en garantert minstepris og et tillegg de kan investere i lokalsamfunnene sine. Jeg har blitt fortalt om bønder som forteller at disse ekstra inntektene gjør at barna kan gå på skole, og at de endelig har råd til å reparere taket før regnet kommer.

- For å bekjempe ulikhet, må vi løfte fram alt som faktisk virker: bærekraftig økonomisk vekst, nye jobber, et trygt arbeidsliv og en rettferdig fordeling av ressursene. En ansvarlig og lønnsom privat sektor er helt avgjørende for å skape anstendige arbeidsplasser og en varig vei ut av fattigdommen.

- Våre bistandsmidler skal virke som en katalysator. De skal utløse investeringer, bedre rammevilkårene og gjøre det lettere for næringslivet å satse i utviklingsland.

Handel, investeringer og fattigdom

Internasjonal handel kan både forsterke og redusere fattigdom og ulikhet. Hva mener du skal til for at handel og private investeringer faktisk bidrar til fattigdomsreduksjon – og hvordan kan Norge påvirke dette gjennom sin utviklings- og handelspolitikk?

- Vi vet at handel kan løfte mennesker ut av fattigdom, og investeringer fra privat sektor er en viktig faktor for å få dette til. Dette forutsetter partnerskap på rettferdige vilkår for begge parter. Hvis ikke blir det de sterkeste som stikker av med gevinsten. Et viktig element når Norge forhandler handelsavtaler, er å fremme styrkede arbeidstakerrettigheter, likestilling og anstendige lønninger. Bærekraft er også en sentral del. Jeg har satt i gang arbeidet med å meisle ut en ny, norsk utviklingspolitikk. Å bidra til å skape trygge jobber, rettferdig handel og varig økonomisk vekst i utviklingsland vil være en betydelig del av arbeidet. Insentiver og ordninger for privat sektor gjennom Norad, Norfund, Innovasjon Norge og andre, er sentrale virkemidler for å bidra til gode investeringer i utviklingsland.

Åpenhetsloven

Norge har gått foran mange andre land med Åpenhetsloven. Hva mener du det har bidratt til på menneskerettighetsfeltet, og hva som skal til for at fokuset fremover flytter seg fra rapportering til faktiske tiltak?

“Utviklingspolitikken handler om å skape konkrete forskjeller i folks liv.

Fairtrade viser at det går an å drive handel på en måte som gir folk verdighet, ved å sikre at bønder får en garantert minstepris og et tillegg de kan investere i lokalsamfunnene sine.”

- Åsmund Aukrust

- Åpenhetsloven har vært et gjennombrudd. Den sier tydelig at norske selskaper må være åpne og ærlige om hvordan de produserer varer og leverer tjenester. Ved å stille krav til at bedriftene skal forebygge brudd på menneskerettighetene og rapportere om det, kan vi som forbrukere ta mer bevisste valg og bidra til å premiere ansvarlige bedrifter.



Norges ambisjonsnivå på rettferdig handel

Norge ligger bak land som Sverige og Danmark, og andre sammenlignbare land, når det gjelder kjøp av Fairtrade-varer og økologiske varer. Hva mener du skal til for at Norge tar igjen dette etterslepet, og eventuelt blir en tydeligere pådriver internasjonalt for rettferdig handel?

- Norge har alltid vært, og vil fortsette å være en pådriver for rettferdig handel. Det ligger i vår historie, vår politikk og i verdiene vi deler som folk. **Når Danmark og Sverige klarer å gjøre rettferdige valg til det enkleste valget for folk flest, så skal vi klare det her hjemme også.** Vi har et godt utgangspunkt i støtten Regjeringen gir til Fairtrade i statsbudsjettet for 2026.

- **Vi vil være tydelige overfor norske bedrifter og importører om at vi forventer at de bidrar til mer salg gjennom Fairtrade og tilsvarende ordninger.** Vi ser allerede at utvalget øker i butikkene, og håpet er at det kan skape et rammeverk som gjør det lett for folk flest å velge bærekraftige produkter.

Prioriteringen av Fairtrade i statsbudsjettet

Fairtrade Norge er veldig stolte over at regjeringen valgte å prioritere Fairtrade i statsbudsjettet for 2026. Hva forventer du at denne støtten skal bidra til i praksis – både for produsenter og for norsk politikk på feltet? Hvis du skulle trekke fram ett område der du mener Fairtrade kan ha særlig stor utviklingseffekt de neste fem årene – hva ville det vært, og hvorfor?

- **Regjeringen har prioritert Fairtrade Norge i statsbudsjettet. Det er et tydelig signal om hvilken retning vi vil i.** Denne støtten skal styrke bøndernes organisasjoner, øke inntektene deres og gi dem større trygghet. Skal jeg trekke fram ett område med særlig potensial, så er det klima. Fairtrade-kooperativer viser gang på gang at det er de best organiserte produsentene som står sterkest når ekstremværet rammer.

Næringslivet som utviklingsaktør

Av alle blomster Mester Grønn kjøper fra Afrika, så er ca halvparten Fairtrade-sertifisert, og Mester Grønn er den største aktøren innen Fairtrade-salg i Norge. Den norske Dressmann-kjeden er verdens største innkjøper av Fairtrade-sertifisert bomull for moteklær til forbrukermarkedet. Visste du det forresten? Hvordan ser du for deg at flere norske aktører kan spille en enda sterkere rolle som utviklingsaktør gjennom sine globale verdikjeder?

- Dette er gode og inspirerende eksempler som viser hvilken kraft og rolle næringslivet kan ha i utviklingsarbeidet. Det er motiverende å se at bedrifter tar tydelig ansvar. **Når norske selskaper setter standarden for ansvarlige verdikjeder, får det ringvirkninger langt utenfor våre grenser. Jeg tror flere vil følge etter hvis vi gjør det lønnsomt å ta ansvar, og vanskelig å la være.**



“Regjeringen har prioritert Fairtrade Norge i statsbudsjettet. Det er et tydelig signal om hvilken retning vi vil i.”

- Åsmund Aukrust



Utvikling på det norske markedet

2025 i korte trekk

I 2025 ble over 943.500 Euro generert i Fairtrade-premium fra salget av Fairtrade-produkter i Norge*. Hver gang norske innkjøpere velger Fairtrade-merkede produkter, er de med på å bidra til premium-betalingen som bøndene mottar i tillegg til råvarebetalingen. Denne ekstra summen er helt nødvendig for å dekke investeringer bønder og arbeidere har behov for i lokalsamfunnet sitt.

34 norske lisenstakere



1268+

produkter med Fairtrade-råvarer på det norske markedet.



€ 943.500+

i Fairtrade-premium generert fra salget av Fairtrade-produkter i Norge.*



Blomster

er det mest populære Fairtrade-produktet i Norge (etterfulgt av kaffe og bananer).



19

norske kommuner

er med i Fairtrade-nettverket.

Prosjekter i **4** land



* Premium-midler beregnes i Euro og tallet ovenfor er basert på estimater.

Volumutvikling i 2025:

Tusen takk til alle lisenstakere som i 2025 bidro til å øke volumet av Fairtrade-sertifiserte produkter i Norge. Dette er med på å bidra til bedre og mer forutsigbare vilkår for bønder og arbeidere i globale verdikjeder.

12 %



Bananer

Økning i salg av Fairtrade-bananer.

81 %



Kalde drikker

Økning i salg av Fairtrade-merkede kalde drikker.

9 %



Blomster

Økning i salg av Fairtrade-merkede blomster.

-2 %



Kaffe

Reduksjon i salg av Fairtrade-kaffe.

-11 %



Sjokolade

Reduksjon i salg av Fairtrade-merket sjokolade.

28 %



B2C-tekstil*

Økning i salg av Fairtrade-merkede B2C-tekstilprodukter.

*Volumutvikling i denne kategorien viser økt antall produkter, og ikke antall tonn bomull.

Nye produkter og samarbeid i det norske markedet



I løpet av 2025 ble sortimentet av Fairtrade-merkede produkter i Norge utvidet med flere nye lanseringer på tvers av produktkategorier fra både etablerte samarbeidspartnere og nye aktører.

Innen dagligvare ble det introdusert flere nye produkter med Fairtrade-sertifiserte ingredienser. Rema 1000 og Kolonihagen lanserte både en ny Fairtrade-merket filterkaffe og en iskaffe Cappuccino. Coop lanserte en ny Fairtrade-merket serie müslibarer, og REMA 1000 introduserte frokostblandingen *Karamellstjerner* med Fairtrade-kakao. Helios utvidet sitt sortiment med Fairtrade-merket kokosmelk, og Ben & Jerry's sitt sortiment med nye iskremvarianter med Fairtrade-sertifiserte ingredienser.



Ny Fairtrade-sertifisert kaffe fra Kolonihagen

I drikkekategoriene ble utvalget videre styrket. Arvid Nordquist lanserte en ny serie Fairtrade-merket te, og Det Norske Kaffehus utvidet sitt sortiment med nye Fairtrade-sertifiserte kaffevarianter. I vinsegmentet lanserte Arcus en ny Fairtrade-vin fra Sør-Afrika.

Også i andre produktkategorier kom det nye Fairtrade-merkede alternativer i løpet av året. Carlings lanserte sine første t-skjorter produsert i Fairtrade-sertifisert bomull.



T-skjorte i Fairtrade-sertifisert bomull fra Carlings

Vi er stolte av alle våre engasjerte samarbeidspartnere og ser frem til å fortsette og støtte deres viktige bærekraftsarbeid.



Strawberry satser på Fairtrade-bananer i hele hotellkjeden

Strawberry, en av Nordens største hotellkjeder, innførte Fairtrade-bananer på alle sine hoteller i 2025. Hotellkjeden har lenge hatt krav om dobbel sertifisering, både Fairtrade og økologisk, for all kaffe de kjøper inn, og har nå utvidet dette kravet til også å gjelde bananer.

Tiltaket bidrar til bedre vilkår for bananprodusenter globalt og er en del av Strawberry's langsiktige arbeid med ansvarlige og bærekraftige innkjøp. I 2025 ble hotellkjeden kåret til «Årets innkjøper» på Fairtrade Norge sin årskonferanse.

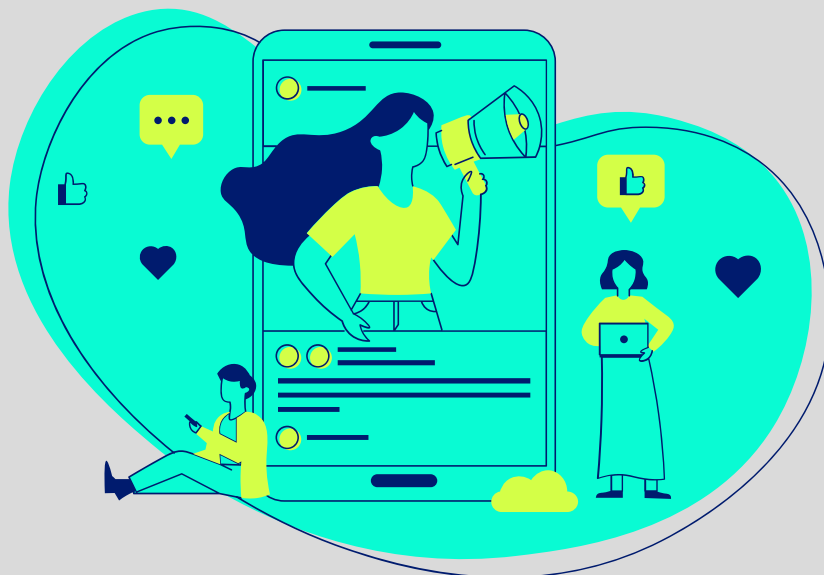
Klubben AS blir Norges første Fairtrade-lisenstaker på sportsballer

I 2025 inngikk Fairtrade Norge en lisensavtale med Klubben AS, som dermed blir den første norske leverandøren med egne Fairtrade-sertifiserte sportsballer. Satsingen representerer et viktig steg mot mer ansvarlig produksjon i sportsbransjen, og gjør det mulig for skoler, idrettslag og kommuner å velge utstyr som bidrar til tryggere arbeidsforhold og bærekraftig utvikling. Ballene produseres i Sialkot i Pakistan, et sentralt område for global fotballproduksjon hvor Fairtrade arbeider for å styrke arbeidsvilkår gjennom strenge krav til blant annet forbud mot barnearbeid, rettferdig lønn og trygge arbeidsforhold.



Forbrukerinnst

En fersk forbrukerundersøkelse gjennomført av GlobeScan på vegne av Fairtrade i 2025 viser at Fairtrade-merket står sterkt blant norske forbrukere, både når det gjelder synlighet, tillit og kjøpsatferd. Hele 74 % av forbrukere gjenkjenner Fairtrade-merket, 60 % sier at det hjelper dem å identifisere et etisk produkt, og 64 % sier at de får mer positivt inntrykk av en merkevare som bærer Fairtrade-merket.



74 % av norske forbrukere kjenner til Fairtrade-merket.

78 % har tillit til Fairtrade blant de norske forbrukerne som kjenner til merkeordningen.

60 % sier at Fairtrade-merket gjør det enkelt å avgjøre om et produkt er produsert på en etisk og ansvarlig måte.

64 % sier at de får mer positivt inntrykk av en merkevare som bærer Fairtrade-merket.

42 % sier de er villige til å betale mer for produkter med Fairtrade-sertifisering.

46 % av forbrukerne som kjenner til Fairtrade-merket sier at de er villige til å anbefale slike produkter.



Drivere blant forbrukere:

- ✓ Bidra til mer sosial rettferdighet
- ✓ Bedre betaling til råvareprodusenter
- ✓ Støtte bønder arbeid med klimatilpasning



Forbrukere har en sterk preferanse for Fairtrade over andre merkeordninger når de handler.

Dette mener våre partnere om Fairtrade



Intervju med Petter Stordalen, eier og grunnlegger av Strawberry Group



Petter Stordalen

Årets innkjøper – hvorfor betyr det noe?

Strawberry ble kåret til Årets innkjøper på Fairtrade sin årskonferanse i fjor, blant annet for tydelige og forpliktende krav i innkjøpene deres. Hva betyr denne anerkjennelsen for deg – og hva sier den om hvordan dere ser på innkjøpsmakt og ansvar i Strawberry?

- Dette bekrefter at vi er på rett spor! For Strawberry er innkjøp mye mer enn bare pris og volum. **Det handler om innflytelse og ansvar. Med årlige innkjøp på rundt seks milliarder kroner påvirker vi folks liv, arbeidsforhold og miljøet direkte, langt utover hotellene våre.** Innkjøpsmakten vår gjenspeiler hvordan vi ser på ansvar. Vi i Strawberry har som mål å ta dette ansvaret selv, ikke dytte det nedover i verdikjeden. Derfor stiller vi systematiske og klare krav gjennom vår innkjøpsmetode, The Sourcing Code.

Privat sektor som utviklingsaktør

Strawberry kjøper store volum av råvarer fra hele verden. Hvilken rolle mener du at privat sektor og selskaper som deres kan og bør spille for å bidra til bedre arbeidsvilkår og positiv utvikling globalt?

- Næringslivets rolle og ansvar er avgjørende, fordi det handler om hva selskapene mener om arbeidsvilkår, klima og menneskerettigheter. I dagens samfunn er det helt nødvendig at alle i næringslivet tenker på konkrete verktøy som innkjøpsmakt og ansvarlig handel. Som private aktører kan vi faktisk velge hva og hvem vi handler fra.

Fra verdi til forretning – og robusthet

Fairtrade og ansvarlige innkjøp forbindes ofte med verdier – og dere har vært trofaste og holdt fast ved disse verdiene også når det kan innebære høyere kostnader. Hvilken verdi gir det dere som virksomhet og merkevare?

- Det handler om verdier, men også om skikkelig business. **Når vi kjøper inn ting på en ansvarlig måte, får vi mer solide leverandørkjeder, mindre risiko og bedre forhold til leverandørene over tid.** Det at vi er opptatt av Fairtrade og tar ansvarlige valg, har gjort merkevaren vår sterkere, økt stoltheten internt og gitt gjestene enda større tillit til oss.

Forbrukere og tilgjengelighet

Strawberry har lenge valgt å servere utelukkende Fairtrade- og økologisk kaffe, og har nylig gjort Fairtrade-sertifiserte bananer obligatorisk. Hvordan påvirker gjestenes forventninger og etterspørsel valg dere tar, og hvordan jobber dere for å gjøre ansvarlige produkter tilgjengelige og attraktive?

- Vi gir full gass for å få kvalitet og samfunnsansvar til å spille på lag. **Bærekraft skal være helt naturlig og en integrert del av det vi tilbyr.** Folk flest har høyere forventninger til hotellopplevelsen i dag, og vår jobb er å gjøre det enkelt å velge det som er bra. Ved å for eksempel bestemme at all kaffen skal være Fairtrade og økologisk, og at Fairtrade-bananer er standard, tar vi valget for gjestene - uten å vise en moralsk pekefinger.



“Det at vi er opptatt av Fairtrade og tar ansvarlige valg, har gjort merkevaren vår sterkere, økt stoltheten internt og gitt gjestene enda større tillit til oss.”

- Petter Stordalen

Lederskap og påvirkningskraft

Du har selv vært tydelig på at næringslivet må bruke sin stemme og makt til noe mer enn bare lønnsomhet. Hva motiverer deg til å engasjere deg i spørsmål om rettferdig handel, bærekraft og produsentvilkår – og hva håper du flere bedriftsledere vil ta med seg fra Strawberry sine erfaringer?

- Penger er egentlig bare et resultat for meg, ikke et hovedmål i seg selv. **Det som virkelig driver meg, er troen på at vi kan få til mye om vi bruker innkjøpsmakten vår på riktig måte.** Jeg håper flere bedriftsledere tenker litt over dette: Ikke sitt og vent på at de "perfekte" løsningene skal dukke opp. Man må få på plass systemer som fungerer i hverdagen, sånn som vi har gjort med The Sourcing Code. Det betyr å stille krav, snakke sammen og ikke gi seg når ting blir vanskelig. Klarer Strawberry dette, er det ingen grunn til at ikke mange andre store selskaper klarer det også.



Strawberry ble "Årets innkjøper" på Fairtrade Norges årskonferanse 2025

Intervju med Runar Hollevik, konsernsjef i NorgesGruppen



Runar Hollevik

Innkjøpsmakt og ansvar

NorgesGruppen er en av Norges største innkjøpere av matvarer og råvarer. Hvordan ser du på konsernets ansvar og mulighet til å bruke denne innkjøpsmakten til å bidra til bedre arbeidsforhold og mer bærekraftige verdikjeder globalt?

- Jeg mener at vi har et betydelig ansvar fordi vi er en vesentlig innkjøper – men vi har også en reell mulighet til å gjøre en forskjell. Når vi er blant Norges største innkjøpere av mat og drikke, påvirker valgene våre langt utover Norges grenser. Det betyr at vi må bruke den posisjonen bevisst, særlig der risikoen for dårlige arbeidsforhold er størst. For meg handler ansvarlige innkjøp ikke bare om å stille krav, men om hvordan vi følger dem opp. **Vi må forstå risikoen i verdikjedene, være tydelige på forventningene våre og jobbe langsiktig sammen med leverandører.** De tiltakene vi gjennomfører for å forbedre verdikjedene er svært viktig for oss i NorgesGruppen.

Fra møte til handling

I fjor høst møtte du kakaobonde Theresa Ameyaa fra Ghana, som fortalte om hvordan valgene som tas i Norge påvirker bondenes inntekt og framtidsutsikter. Hva gjorde størst inntrykk på deg i dette møtet, og hvordan påvirker slike møter måten NorgesGruppen jobber med ansvarlige innkjøp og leverandøroppfølging på?

- Møtet med Theresa Ameyaa gjorde et sterkt inntrykk fordi hun satte ord på noe vi ofte snakker om mer generelt; hvordan beslutninger langt unna går direkte inn i hverdagen til bonden. Det som traff meg mest, var hvor sårbar kakobonden var, særlig med tanke på klimaendringer. Samtidig var hun en person som inspirerte, og det var fantastisk å se hvordan hun jobbet for seg og sitt nærmiljø.

Fairtrade som verktøy for risikoreduksjon

NorgesGruppen har over tid samarbeidet med Fairtrade og tilbyr flere Fairtrade-sertifiserte produkter. Hvordan opplever dere at Fairtrade-sertifisering og samarbeidet med Fairtrade påvirker NorgesGruppens arbeid med risikoreduksjon, forutsigbarhet og langsiktighet i verdikjedene?

- Vi ser på Fairtrade som et viktig verktøy og har hatt en samarbeidsavtale i snart 20 år. I arbeidet med å sikre våre verdikjeder, særlig for råvarer som kakao, kaffe og te og konkrete prosjekter, har Fairtrade vært en god partner for oss.

Forbrukere, tilgjengelighet og valg

Forbrukere etterspør i økende grad dokumentasjon, transparens og produkter som er produsert under ansvarlige forhold. Hvordan påvirker disse forventningene NorgesGruppens prioriteringer og sortimentsvalg, og hvordan jobber dere for å gjøre bærekraftige og rettfærdige valg enklere og mer tilgjengelige for kundene?

- Først og fremst ønsker vi at våre kunder skal ha tillit til at når de handler hos oss, har vi allerede bidratt ved å ta viktige valg for dem innen bærekraft. Vi merker imidlertid at flere forbrukere ønsker mer dokumentasjon, åpenhet og ansvarlighet enn tidligere. Det påvirker både hvilke produkter vi prioriterer, og hvordan vi jobber med sortimentet – særlig i egne merkevarer. Kundene skal ikke måtte være eksperter for å ta et bedre valg. **Derfor handler mye av arbeidet om å sikre at sertifiserte og mer ansvarlig produserte varer faktisk er tilgjengelige i hylla.**

“Vi ser på Fairtrade som et viktig verktøy og har hatt en samarbeidsavtale i snart 20 år. I arbeidet med å sikre våre verdikjeder, særlig for råvarer som kakao, kaffe og te og konkrete prosjekter, har Fairtrade vært en god partner for oss.”

- Runar Hollevik

Regelverk og forventninger

Nye krav gjennom blant annet Åpenhetsloven og kommende EU-regelverk stiller høyere forventninger til virksomheters ansvar i globale verdikjeder. Hvordan jobber NorgesGruppen med å møte disse kravene – og hvilken rolle kan ordninger som Fairtrade spille i dette arbeidet?

- Vi har arbeidet med menneskerettigheter i verdikjedene våre i over 15 år så mye er allerede på plass. Likevel opplever vi at Åpenhetsloven og kommende EU-regelverk har bidratt til å tydeliggjøre både krav og forventninger og at det har skjerpet oss. **Ordninger som Fairtrade kan spille en viktig rolle her, særlig ved å bidra med sporbarhet og dokumentasjon i komplekse verdikjeder.** Samtidig må det alltid kobles til vårt eget ansvar for å identifisere risiko, iverksette tiltak og følge opp over tid.

Samarbeid med leverandører og merkevareeiere

NorgesGruppen jobber tett med leverandører og merkevareeiere for å nå bærekraftsmålene. Hvordan bidrar dere konkret til at flere aktører velger sertifiserte eller mer bærekraftige råvarer – og hva skal til for å øke andelen ytterligere?

- Vi jobber tett med leverandører og er tydelige på hvilke forventninger vi har. Da er det viktig at merkevareleverandører tar gode valg, og **sertifiseringsordninger kan være både risikoreduserende og en mulighet til å kommunisere med forbrukere.**



F.v.:
Runar Hollevik
og Theresa
Ameyaa

“Møtet med Theresa Ameyaa gjorde et sterkt inntrykk (...)

Det som traff meg mest, var hvor sårbar kakobonden var, særlig med tanke på klimaendringer.”

- Runar Hollevik

Næringslivets rolle i en urolig tid

Vi står i en tid preget av geopolitisk uro, klimaendringer og økt press på globale verdikjeder. Hvilken rolle mener du store aktører som NorgesGruppen har for å bidra til stabilitet, ansvarlighet og langsiktighet i denne situasjonen?

- I en tid preget av geopolitisk uro, klimaendringer og press på globale verdikjeder, mener jeg store aktører har et særlig ansvar for å bidra til stabilitet og langsiktighet. **Det handler om å være forutsigbar som innkjøper, unngå kortsiktige løsninger som skyver risiko nedover i kjeden, og ta ansvar også når det er krevende.**

Veien videre

Hva håper du NorgesGruppens innsats på området kan bety – både for produsenter i sør og for utviklingen av dagligvaremarkedet i Norge fremover? Hva ser du som de viktigste satsingsområdene de neste årene for NorgesGruppen når det gjelder etisk handel, produsentvilkår og ansvarlige verdikjeder?

- Vi kommer til å fortsette det langsiktige arbeidet som nå er forankret. **Fremover ser jeg særlig behov for å styrke arbeidet med høyriskoråvarer og samarbeide tettere med både leverandører, organisasjoner og ordninger som Fairtrade med flere for å oppnå varige forbedringer.**

Prosjekter og produsentbesøk



Norad-støttede prosjekter

Right to a Dignified Life and Sustainable Livelihood – Phase II

I 2025 fortsatte Fairtrade Norge, sammen med Fairtrade Africa, gjennomføringen av prosjektet *Right to a Dignified Life and Sustainable Livelihood – Phase II*. Målet med prosjektet er å sikre produsenter og arbeideres rettigheter til et verdig liv og bærekraftig levebrød gjennom rettferdig handel.

Prosjektet gjennomføres i samarbeid med, og med deltakere fra, Fairtrade-sertifiserte produsentorganisasjoner i Kenya (på blomsterfarmer), Ghana og Elfenbenskysten (blant kakaobønder) og Malawi (blant te- og sukkerbønder).

Right to a Dignified Life and Sustainable Livelihood er finansiert av Norad, med co-finansiering fra næringslivspartnerne Mester Grønn, SPAR og Kjeldsberg Invest AS.



Women School of Leadership (WSOL)

Økonomisk selvstendighet, beslutningsdeltakelse og ikke-diskriminering er avgjørende for å ha et verdig liv og bekjempe fattigdom. Prosjektet retter seg særlig mot kvinner og utfordringer knyttet til likestilling, seksuell trakassering og kjønnsrelatert vold. Å styrke kvinners rettigheter er essensielt i arbeidet med bærekraftig utvikling.

Den største komponenten i prosjektet er *Women School of Leadership (WSOL)*, et program som adresserer disse utfordringene gjennom undervisning, praktiske oppgaver, coaching og mentorordninger innen temaer som menneskerettigheter, likestilling og lederskap. I tillegg er viktige komponenter i prosjektet å øke kompetansen innen bærekraftig landbruk, entreprenørskap, økonomi og selvstendighet.

Fase II bygger videre på erfaringene og resultatene fra fase I (2021–2024), som dokumenterte klare og positive effekter. **De viktigste resultatene var en mer inkluderende arbeidskultur, policyendringer for likestilling og forbedrede kommunikasjons- og beslutningsprosesser. Programmet bidro også til styrket lederskap og selvtillit, mer bærekraftige økonomiske tilnærminger og økt diversifisering av inntektsgrunnet. Videre viste resultatene flere kvinner i lederstillinger, menn som aktivt motarbeider seksuell trakassering og overgrep, samt økt bevissthet om menneskerettigheter.**

Fase II forventes å ha en positiv innvirkning på over 10 000 mennesker, både direkte og indirekte, med tilsvarende strukturelle og langsiktige effekter i de fire landene. I 2025 har det vært god fremdrift og prosjektet har så langt nådd ut til over 3 500 bønder og arbeidere.

Takk til våre partnere!

En stor takk til våre prosjektpartnere **Mester Grønn, Spar, Kjeldsberg Invest AS** og **Norad**, som gjennom sin støtte bidrar til å gjøre dette viktige programmet mulig.

Som prosjektpartner får virksomhetene innsikt i utfordringer tilknyttet råvareproduksjon, og støtter viktige utdannings- og utviklingsprosjekter som bedrer levevilkår i lokalsamfunnene. Ta kontakt om dette kan være av interesse for din virksomhet.



Produsentbesøk i Kenya og Ghana

Likestilling i praksis – investering i kvinner styrker arbeidsplasser og verdikjeder

Under en feltreise til Kenya og Ghana i november fikk Fairtrade Norge-kollegaene, Kristin Oishi og Marissa Jackson Ræstad, se hvordan investering i kompetanse og likestilling gir målbare ringvirkninger i starten av verdikjeden. Det Norad-støttede prosjektet *Right to a Dignified Life and Sustainable Livelihood*, inkludert komponenten *Women's School of Leadership (WSOL)*, skal styrke kvinnelige arbeidere og småskala-produsenter gjennom opplæring i menneskerettigheter, likestilling, økonomistyring og lederskap.

Besøket viste tydelig at WSOL skaper endring. Kvinner tar større plass, uttrykker seg tydeligere og deltar mer aktivt i beslutningsprosesser. For arbeidsplassene betyr dette bedre samarbeid, færre konflikter og mer engasjerte ansatte – noe både produsenter og eiere trakk frem som positivt for drift og utvikling. På blomsterfarmer, kaffekooperativ og hos kakao-produsenter møtte vi mennesker som viste hvordan Fairtrade-premium og opplæring kan styrke både enkeltpersoner og lokalsamfunn.

Kenya – selvtillit, kunnskap og videreføring

I Kenya besøkte vi blant annet en blomsterfarm som deltar i prosjektet. Her møtte vi kvinner som fortalte hvordan WSOL har gitt dem økt selvtillit, større kunnskap om egne rettigheter og trygghet til å delta i beslutninger på arbeidsplassen.

En viktig del av programmet er *Training of Trainers*, der hver deltaker forplikter seg til å videreføre læringen til 20–40 kollegaer eller kooperativs-medlemmer. Slik når prosjektet langt utover dem som deltar direkte. Vi fikk overvære en slik opplæringsøkt og lot oss imponere over engasjementet og evnen til å formidle videre det deltakerne selv hadde lært.

Besøket viste også hvordan Fairtrade-premium investeres i tiltak som forbedrer arbeidsforhold, helse, utdanning og sikkerhet – faktorer som er avgjørende for et verdig liv.



F.v.:
Marissa J. Ræstad,
Christine Kikombo,
Theresa Ameyaa
og Kristin Oishi

Ghana – kvinner i ledelse og ringvirkninger i lokalsamfunnet

I Ghana møtte vi flere kakaoprodusenter som deltar i WSOL-programmet. Flere kvinner har etter opplæringen tatt på seg lederroller, blant annet i premium-komiteer* og styrer. De fortalte at programmet har gitt dem både kunnskap, trygghet og legitimitet til å delta aktivt i beslutninger som påvirker hele kooperativet.

Vi møtte også mannlige deltakere som understreket betydningen av å involvere menn i likestillingsarbeidet. Selv om WSOL primært retter seg mot kvinner, utgjør menn 10–20 prosent av deltakerne, nettopp for å sikre forankring og støtte til endringsarbeidet. Endrede holdninger og økt bevissthet om kvinners rettigheter, diskriminering og kjønnsrelatert vold er avgjørende for varig endring.

Også i Ghana fikk vi overvære en økt hvor kunnskap ble viderefremmet. WSOL-deltakere underviste kollegaer og naboer i menneskerettigheter, likestilling og barns og kvinners rettigheter. Deltakerne underviste trygt, brukte interaktive metoder og formidlet med tydelig eierskap. Det ga et sterkt inntrykk av hvor godt modellen fungerer i praksis.



Opplærings-
økt i
menneske-
rettigheter og
likestilling

*En premiumkomité er en valgt gruppe representanter som beslutter hvordan premium-midlene skal brukes.

Vi møtte også tre tidligere deltakere som på hver sin måte viser hva WSOL kan utløse:

Theresa Ameyaa – stemmen som styrker andre kvinner

Theresa er i dag leder for premiumkomiteén, en rolle hun aldri ville vurdert før deltakelsen i WSOL. Programmet ga henne økt tro på egne ferdigheter og mot til å stille til valg. Nå er hun en viktig stemme for kvinneinkludering i kooperativet og deltar aktivt i diskusjoner om investeringer i lokalsamfunnet. Høsten 2025 besøkte Theresa også Norge, hvor hun delte sine erfaringer med norske partnere og fortalte om betydningen av Women's School of Leadership (se mer på neste side).



Theresa Ameyaa på et møte i kooperativet



Dora Atiiga foran skolen hun har startet

Dora – gründeren som startet barnehage og skole

Inspirert av opplæringen i menneskerettigheter, økonomi og lederskap ble Dora mer bevisst på hvordan barnearbeid og manglende skolegang påvirket lokalsamfunnet. På eget initiativ og med egne midler startet hun først en barnehage, som senere har vokst til også å omfatte en barneskole opp til 4. klasse. I dag gir tilbudet 160 barn tilgang til utdanning, samtidig som det avlastar familier og reduserer risikoen for barnearbeid. Dora har også vært i Brussel og Europaparlamentet for å fortelle om kakaobønders situasjon og hvordan EUDR påvirker deres hverdag – en mulighet som sprang ut av hennes deltakelse i WSOL.

Dwomor – mannen som startet kvinnekooperativ

WSOL inkluderer også en viss andel menn for å sikre støtte og holdningsendring i lokalsamfunnene. Dwomor er ett av eksemplene på hvorfor dette er viktig. Etter å ha deltatt i programmet fikk han et nytt syn på betydningen av å støtte kvinner i landsbyen. Han tok initiativ til å starte et kvinnekooperativ som i dag samler 120 kvinner. Gjennom kooperativet har kvinnene etablert sparegrupper, fått tilgang til lån og opplæring, og flere har kunnet starte egne inntektsgivende aktiviteter som kyllingoppdrett og kassavaproduksjon. Slik har de redusert avhengigheten av den sesongbaserte kakaoinntekten.



Dwomor Boahene sammen med kvinnekooperativet han tok initiativ til å starte

Økt etterspørsel gir økt effekt

Produsentene var tydelige på at økt etterspørsel etter Fairtrade-sertifiserte råvarer er avgjørende for å sikre stabile inntekter og videre utvikling. Minimumspris og Fairtrade-premium gir et viktig økonomisk sikkerhetsnett og gjør det mulig å investere både i produksjon og lokalsamfunn. Feltreisen bekreftet at arbeidet med likestilling og rettigheter ikke kan ses isolert fra markedstilgang og ansvarlig handel. Når handel skjer på rettferdige vilkår, skapes det rom for både sosial og økonomisk utvikling.

Menneskene vi møtte, viste hvordan investering i kvinners lederskap ikke bare styrker enkeltpersoner, men også bidrar til mer robuste organisasjoner, lokalsamfunn og verdikjeder.

Produsentbesøk fra Afrika

Når mennesker møtes, styrkes verdikjedene

I september 2025 fikk Fairtrade Norge besøk av to sentrale stemmer fra Afrika: Christine Kikombo fra Kenya, prosjektleder hos Fairtrade Africa, og Theresa Ameyaa fra Ghana, kakaobonde og tidligere deltaker av WSOL. Besøket var en uke fylt med faglig dialog, møter og sterke historier – og en tydelig påminnelse om at valgene vi tar i Norge direkte påvirker mennesker i starten av globale verdikjeder.

Menneskene bak produktene våre

Theresa representerer, som kakaobonde, produsentleddet i verdikjeden – de som dyrker råvarene som blir til sjokolade, kaffe og andre dagligvarer. Hun delte hvordan klimaendringer, høyere produksjonskostnader og fallende avlinger gjør livet stadig mer krevende for småskalabønder i Ghana. Samtidig fremhevet hun hvordan Fairtrade-premieren har finansiert skoler, helsetjenester og klima-tilpasningstiltak, som for eksempel skygge-trær i lokalsamfunnet hennes. Som Theresa selv sa:

“Fairtrade-premieren gjør at barna våre kan gå på skole, og at vi kan investere i klimatiltak som beskytter avlingene våre.”

Christine er prosjektleder for det Norad-finansierte programmet Women's School of Leadership (WSOL), og er en nøkkelperson i arbeidet med å bygge sterkere, mer inkluderende verdikjeder gjennom WSOL-programmet. Hun jobber daglig med endringer likestilling og lederutvikling, og fortalte hvordan WSOL-programmet har gitt over 315 kvinner og menn verktøy og mot til å ta aktive roller i kooperativer og lokalsamfunn, samt hvordan bedre kjønnsbalanse styrker beslutningsprosesser og økonomisk stabilitet.



F.v.:
Theresa Ameyaa,
byråd Marit
Kristine Veia,
Christine Kikombo
og Tone Faugli



Besøk hos Mester
Grønn. F.v.: Anne
Katrine Gangstad
(Mester Grønn),
Christine Kikombo,
Theresa Ameyaa og
Tone Faugli

Møter med norske virksomheter og myndigheter

Gjennom møter med Mester Grønn, SPAR NorgesGruppen, og Oslo kommune fikk Theresa og Christine se hvordan norske aktører bidrar til mer ansvarlige og bærekraftige verdikjeder, samt dele fra sin hverdag. Disse virksomhetenes støtte, både økonomisk og gjennom egen innkjøpspraksis, har vært avgjørende for utviklingen av programmer som WSOL og for å løfte frem lederskap blant kvinner i råvaresektoren.

Theresa delte konkrete historier om hvordan Fairtrade-premieren har styrket lokalsamfunnet hennes, mens Christine forklarte hvordan lederutvikling og bedre kjønnsbalanse i kooperativene fører til mer robuste beslutningsprosesser og økt økonomisk stabilitet. Slik kunnskap gir norske virksomheter innsikt i hvordan deres innkjøpsvalg påvirker livsgrunnetil arbeidere og bønder i Afrika.

Et av besøkets mest samfunnsrelevante høydepunkter var møtet med byråd for miljø og samferdsel i Oslo, Marit Kristine Veia. Her lærte Theresa og Christine hvordan Oslo kommune aktivt bruker sin innkjøpsmakt til å sikre rettferdig handel og ansvarlige verdikjeder. Kommunen kjøpte i fjor nesten all kakao, 55 tonn kaffe og 60 tonn bananer med Fairtrade-sertifisering. Dette er et tydelig eksempel på hvordan offentlige innkjøp kan bidra til global utvikling. **Theresa kunne fortelle at noe av kakaoen brukt i kommunens sjokolade faktisk kommer fra hennes eget kooperativ – et sterkt symbol på hvordan globale verdikjeder knytter mennesker sammen.**

Når mennesker møtes, skapes forståelse

Produsentbesøk som dette viser hvorfor møteplasser er så viktige. For mange i Norge kan ansvaret bakover i verdikjeden oppleves abstrakt, men når bønder, prosjektledere og norske virksomheter møtes ansikt til ansikt, skjer det noe avgjørende: kunnskap blir til engasjement, og engasjement blir til handling.

Theresa og Christine utfordret norske aktører til å se menneskene bak tallene – og minnet oss om at hvert valg i en innkjøpsprosess har konsekvenser for familier, lokalsamfunn og fremtidsmuligheter. Som Christine sa:

"Når kvinner i kooperativer får verktøyene og støtten de trenger, styrkes hele verdikjeden, og det kommer alle til gode."

Valgene vi tar former fremtiden

Enten det gjelder kommunale innkjøp, dagligvarestrategier eller beslutninger hos store selskaper, har alle valg betydning. Produsentbesøket fra Ghana og Kenya i 2025 viser at bærekraft ikke bare handler om klima og økonomi, men også om mennesker, maktfordeling og muligheten til å skape trygge, rettferdige livsgrunnlag. **Når mennesker møtes – slik som Theresa og Christine møtte Fairtrades partnere i Norge – skapes forståelse, tillit og vilje til å gjøre mer. Ved å velge Fairtrade, bidrar norske virksomheter direkte til å styrke bønder og arbeidere som jobber under stadig mer krevende forhold.**



Christine og Theresa sammen med Norgesgruppen og Fairtrade Norge



Noen høydepunkter fra 2025

Sterk tilstedeværelse i 2025

Fairtrade Norge arbeider med formidling ovenfor forbrukere, bedrifter og organisasjoner. Vårt mål er å øke kjennskap til merkeordningen og øke kunnskapen om effekten av Fairtrade og hvordan Fairtrade kan være en løsning.

Her en noen eksempler fra året som gikk:

«Fra verdikjeder til verdiskaping» - en vellykket årskonferanse for Fairtrade Norge

Fairtrade Norges årskonferanse «*Fra verdikjeder til verdiskaping – hvorfor ansvarlig handel er viktigere enn noen gang*», ble avholdt torsdag 26. april. Det ble en stor suksess med fullsatt sal og mange gode innlegg. Konferansen samlet næringslivsrepresentanter og andre eksperter på etisk handel for å diskutere risiko, muligheter og dilemmaer knytte til bærekraft og internasjonal handel.



Prisvinnere fra årskonferansen

På Fairtrade Norges årskonferanse ble fire fremragende virksomheter hedret for deres innsats innen rettferdig handel og bærekraft. Vi er stolte av å presentere årets prisvinnere:

- Årets innkjøper: **Strawberry**
- Årets utmerkelse: **Dressmann**
- Årets nykommer: **Culligan Norge**
- Årets lisenstaker: **Mester Grønn**



Årskonferansen
2025



Meld deg på vårt nyhetsbrev og følg oss
i sosiale medier @fairtradenorge



Fairtradeuka 2025

I uke 43 ble Fairtrade-uka markert i flere kommuner rundt om i Norge, med Fairtrade-hovedstaden Oslo i førersetet for gjennomføringen.

«Er det sant eller usant at sjimpanser elsker smaken av kakao og at valgene vi tar kan forandre verden?»

Dette er noen av de mange, rare, morsomme og viktige quiz-spørsmålene barna på Aktivitetsskolen i Oslo kunne undre seg over i Fairtrade-uka. Rettferdig handel, globale forskjeller, klimaendringene og barns rettigheter i fattige deler av verden, er noe av det barna får lære mer om, gjennom spill og lek.

Når barn får erfare hvordan deres valg påvirker mennesker og miljø i andre deler av verden, utvikler de en verdifull forståelse for rettferdighet og ansvar, og blir viktige ambassadører for en mer bærekraftig framtid.



Culligan hadde stand på Jernbanetorget under Fairtrade-uka 2025

Frokostseminar: Lansering av Global Rights Index 2025

I samarbeid med Yrkesorganisasjonenes Sentralforbund (YS) arrangerte Fairtrade Norge et frokostseminar i forbindelse med lanseringen av Global Rights Index 2025. Årets rapport fra International Trade Union Confederation (ITUC) viser at arbeidstakerrettigheter er under økende press globalt, noe som understreker behovet for styrket samarbeid og tiltak for anstendige arbeidsforhold. På seminaret diskuterte YS-leder, Hans-Erik Skjæggerud, og Fairtrade Norges daglige leder, Tone Faugli, hvorfor arbeidstakerrettigheter må være en sentral del av arbeidet for sosial bærekraft. Rolf A. Vestvik fra LO presenterte hovedfunnene i rapporten, og Fairtrade Norges seniorrådgiver, Cecilie Kjeldsberg, delte konkrete eksempler på hvordan virksomheter kan bidra til bedre arbeidsvilkår i globale verdikjeder. Vi setter stor pris på det gode samarbeidet med YS og det sterke engasjementet fra alle deltakere.

Risk and Responsibility in Wine Value Chains



Fairtrade Norge deltok sammen med Vinmonopolet og Peace Research Institute Oslo (PRIO) i et fagseminar for norske vinimportører med fokus på risikohåndtering i globale vinverdikjeder, med særlig vekt på Sør-Afrika. Seminaret samlet importører, forskere og sertifiseringsmiljøer for å belyse utfordringer og muligheter i komplekse vinproduserende regioner. Vinmonopolet presenterte sitt pågående arbeid og risikoreducerende tiltak i Sør-Afrika, mens Fairtrade Norge viste hvordan Fairtrades sertifiseringsmodell kan bidra til ansvarlig innkjøpspraksis og bedre arbeidsvilkår. PRIO introduserte et nytt forskningsprosjekt om arealforvaltning og leverandørkjeder i vinindustrien. Samlingen ble avsluttet med en rundebordsdiskusjon om veien videre for en mer ansvarlig og transparent vinbransje.

Fairtrade bidrar positivt til omdømme og redusert risiko

Vi vil rette en stor takk til alle som svarte på vår undersøkelse høsten 2025. Tilbakemeldingene fra 35 virksomheter på tvers av offentlig, ideell og privat sektor viser at Fairtrade oppleves som et viktig verktøy for økt ansvarlighet, styrket omdømme og økt tillit hos kunder. Mange peker også på at Fairtrade bidrar til å redusere risiko i leverandørkjeden, og at den uavhengige sertifiseringen gir økt troverdighet i arbeidet med bærekraft. Samtidig gir svarene verdifull innsikt i ulike prioriteringer mellom sektorene, forventninger til markedet inn i 2026 og konkrete forbedringsområder som vil være viktige i Fairtrade Norges videre arbeid.



Fairtrade Norge og YS, Lansering av Global Rights Index 2025

Fairtrade-kommuner



Årets Fairtrade-kommuner



Ørsta og Volda
Årets
Fairtrade-
kommuner

Ørsta og Volda hedret som Årets Fairtrade-kommuner

Utmerkelsen Årets Fairtrade-kommune 2025 ble tildelt Ørsta kommune og Volda kommune for sin felles innsats. Kommunene har utmerket seg med sitt langsiktige engasjement, tydelige vedtak og innkjøpspraksis som prioriterer Fairtrade-produkter.

Gjennom året har de løftet fram sitt fokus på rettferdig handel på en kreativ og inkluderende måte, blant annet:

- Nasjonal Fairtrade-uke med synlige kampanjer
- Stands på Høgskulen i Volda
- Markeringer under Bygdepride, Dei nynorske festspela og Grøn festival
- Besøk og aktiviteter på fotballfritidsordninger
- Engasjement i kommunestyrene
- Samarbeid med lokale butikker og aktører

Kommunenes innsats kombinerer forpliktende innkjøpspolitikk, bred informasjonsvirksomhet og aktivt samarbeid med lokalt næringsliv. Samarbeidet med lokale butikker og aktører er systematisk og positivt, og innsatsen gir konkrete ringvirkninger i sortiment og salg.

Med bred deltakelse fra frivillige, studenter og innbyggere, samt støtte fra lokalt næringsliv, viser Ørsta og Volda hvordan to kommuner sammen kan gjøre en stor forskjell for rettferdig handel.

Vi gratulerer Ørsta og Volda med en vel fortjent utmerkelse, og takker for inspirasjonen!

Vi gleder oss til videre samarbeid.



Fairtrade-
arrangement i
Ørsta

Nettverkstreff for Fairtrade-kommuner

Hvert kvartal avholder Fairtrade Norge nettverkstreff for alle Fairtrade-kommuner. Treffene er en viktig arena for erfaringsutveksling og inspirasjon innen ansvarlig innkjøpspraksis, etisk og rettferdig handel. Agendaen fylles med lærerike og engasjerende innlegg. Er du representant for en kommune og vil vite mer, ta kontakt på kontakt@fairtrade.no

Hva er Fairtrade-kommune?

Innkjøp i kommunene kan bidra til oppnåelse av FNs bærekraftsmål og ivaretagelse av menneske- og arbeidstakerrettigheter. Fairtrade-kommune er en utnevning som gis til kommuner som engasjerer seg for rettferdig og bærekraftig handel og som jobber for å øke kjennskapen til og forbruket av Fairtrade-merkede produkter. Følgende kriterier ligger til grunn:

- **Politisk vedtak:** Det må være et politisk vedtak om at kommunen ønsker å være en Fairtrade-kommune.
- **Innkjøpsmål:** Offentlige anskaffelser av Fairtrade-merkede produkter bidrar til økt råvarebetaling og fattigdomsbekjempelse hos råvareprodusenter i sør. Kommunen skal sette mål for hvor stor andel av totalt innkjøp, innenfor minst to produktkategorier, som skal være Fairtrade-sertifiserte. Her er det rom for progresjon over et bestemt tidsrom.
- **Rapportering:** Medlemskapet er løpende og kommunen rapporterer årlig på innkjøpstall og eventuelle kommunikasjonsaktiviteter.
- **Kommunikasjonsaktiviteter:** Kommunen oppfordres til å ha egne kommunikasjonsaktiviteter gjennom året.

Den internasjonale Fair Trade Towns-bevegelsen

Fair Trade Towns er en global bevegelse av byer og kommuner som viser hvordan lokal handling kan bidra til global, bærekraftig utvikling. Det er ofte i kommunene at politiske ambisjoner omsettes til konkret praksis – i innkjøp, i tjenesteleveranser og i møte med innbyggere og næringsliv. Nettopp derfor har offentlig sektor et betydelig potensial til å påvirke globale verdikjeder, redusere negative konsekvenser og bidra til positive endringer.

Når kommuner bruker sin innkjøpsmakt strategisk, kan det bidra til bedre levekår for bønder og arbeidere, styrkede lokalsamfunn og mer ansvarlige handelsstrukturer.

Et globalt nettverk med voksende kraft

Bevegelsen startet i Garstang (UK) rundt år 2000, på initiativ fra Bruce Crowther i samarbeid med den lokale Oxfam-gruppen. Garstang ble dermed verdens første Fair Trade Town, og dette dannet grunnlaget for den internasjonale Fair Trade Towns-bevegelsen.

I dag omfatter bevegelsen mer enn 2 000 Fair Trade Towns på verdensbasis, hovedsakelig i Europa og Nord-Amerika, men med økende engasjement i Afrika, Asia og Latin-Amerika. Dette viser at modellen fungerer i ulike politiske og økonomiske kontekster, og at lokalt eierskap kan skape global effekt. Fair Trade Towns fungerer som en katalysator for å nå FNs bærekraftsmål gjennom konkrete, lokale tiltak med global rekkevidde.

Fair Trade Towns-bevegelsen i Norge

Fair Trade Towns-bevegelsen i Norge går under betegnelsen Fairtrade-kommuner. Per 2025 er 19 norske kommuner en del av nettverket. Statusen er ikke bare et symbolsk vedtak, men en forpliktelse og en mulighet til å ta i bruk et strategisk verktøy som samler offentlig sektor, sivilsamfunn og næringsliv om felles mål. Utnevnelse gis til kommuner som engasjerer seg for rettferdig og bærekraftig handel og som jobber for å øke kjennskapen til og forbruket av Fairtrade-merkede produkter, og gir kommunen rett til å bruke Fairtrade-kommune-logoen.



Bruce Crowther, grunnlegger av Fair Trade Towns

Offentlig innkjøpsmakt i praksis

Kjernen i Fair Trade Towns-modellen er offentlig innkjøpsmakt. Kommuner som blir Fairtrade-kommuner, forplikter seg til å vedta en politikk for ansvarlig handel, sette mål for andelen Fairtrade-sertifiserte produkter i egne innkjøp, rapportere årlig på fremgang og mobilisere lokalt næringsliv, skoler og sivilsamfunn.

Slik innlemmes bærekraft i kommunens ordinære drift. Når det settes konkrete mål for rettferdige innkjøp av produkter som kaffe, te, kakao, blomster og frukt, skapes forutsigbar etterspørsel som når helt tilbake til råvareprodusenter i sør. Systematiske og langsiktige anskaffelser bidrar til økt økonomisk trygghet og mer stabil inntekt for bønder og arbeidere, styrker lokalsamfunn gjennom bruk av Fairtrade-premium og fremmer mer bærekraftige verdikjeder med bedre arbeidsforhold og miljøstandarder.

Global læring – lokal handling

Fair Trade Towns er også et kunnskaps- og innovasjonsfellesskap, som legger til rette for internasjonal erfaringsutveksling gjennom årlige konferanser og nettverkssamlinger. Den første internasjonale Fair Trade Towns-konferansen ble arrangert i London i november 2006. Siden det har årlige konferanser samlet beslutningstakere, produsenter, næringsliv og sivilsamfunn for å styrke samarbeid og utvikle nye løsninger, og utforsket **hvordan kommuner og offentlig sektor kan bidra til å sikre markedsadgang for rettferdig produserte varer, og hvordan kommuner kan gå foran i arbeidet med ansvarlige anskaffelser.**

Norsk deltakelse på International Fair Trade Towns Conference 2025 i Edinburgh

Den 18. International Fair Trade Towns Conference ble arrangert i Edinburgh 30.–31. august 2025, og startet med en offisiell mottakelse i Scottish Parliament og City Chambers. Årets tema, «Your Town, Our World – Fair Trade Communities & Local Action to achieve the Sustainable Development Goals», satte søkelys på hvordan lokale beslutninger og innkjøpspraksis bidrar til global bærekraft. Norge var godt representert av Fairtrade Norges Kristin Oishi, sammen med Guro Hildre fra Oslo kommune.



F.v.:
Kristin Oishi
og
Guro Hildre

Faglige hovedpunkter

Konferansen samlet aktører fra kommuner, sivilsamfunn, næringsliv og produsentorganisasjoner. Sentrale temaer inkluderte:

- Innovative partnerskap mellom kommuner, virksomheter og sivilsamfunn.
- Politikkutvikling og systemendring innen ansvarlige anskaffelser.
- Ungdomsengasjement og Fairtrade-skoler som drivkraft for varig endring.
- Produsentstemmer og historiefortelling som drivkraft for økt kunnskap og mobilisering.

Betydning for Fairtrade-arbeidet i Norge

Deltakelsen i Edinburgh ga nye perspektiver på hvordan lokalpolitikk kan kobles til globale mål, og hvordan innkjøpsmakt kan omsettes til konkrete forbedringer for produsenter. Erfaringene vil styrke både den nasjonale Fairtrade-kommunestrukturen og Oslo kommunes rolle som pådriver for ansvarlig handel i offentlig sektor.



Fra Fair Trade Towns konferansen i Edinburgh

Fairtrade som et relevant verktøy i møte med lover og reguleringer



EU-reguleringer og Fairtrades relevans i et raskt skiftende bærekraftslandskap

Det regulatoriske landskapet for bærekraft er i rask endring. Etter at flere sentrale EU-reguleringer ble vedtatt, er både omfang, tempo og implementering justert gjennom omnibusprosessene, og i flere tilfeller utsatt. Samtidig ligger hovedretningen fast: Virksomheter møter stadig tydeligere krav til hvordan de skal arbeide med menneskerettigheter, miljø og ansvarlighet i globale verdikjeder.

I dette landskapet er Fairtrade særlig relevant. Fairtrade er ikke bare en sertifiseringsordning, men også en struktur for ansvarlighet, risikohåndtering og dokumentert bærekraftsarbeid – tett på de delene av verdikjeden der risikoen faktisk oppstår.

Et EU i grønn omstilling

– Fairtrade mer relevant en noen gang

Fairtrade bidrar med både positiv påvirkning og risikoreduserende tiltak i produksjon og dyrking av råvarer som kaffe, kakao, te, blomster, bananer og bomull i geografier med høy risiko. Arbeidet er relevant for selskaper som skal rapportere på krav til aktsomhetsvurderinger og/eller Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD), EU Deforestation Regulation (EUDR), Forced Labour Regulation (FLR), Green Claims Directive, økodesignforordninger og EUs taksonomi.

Felles for disse reguleringene er krav om at virksomheter kartlegger risiko, påvirkning og tiltak – helt ned på produsentnivå. Dette innebærer dokumentert risikokartlegging, sporbarhet, oppfølging og evaluering av ansvarlig praksis. Det er nettopp i dette arbeidet Fairtrade kan spille en viktig rolle.

Fairtrade-standardene stiller omfattende krav til organisering, menneskerettigheter, miljøhensyn og økonomiske vilkår. Etterlevelse kontrolleres gjennom uavhengige tredjepartsrevisjoner utført av FLOCERT. Dette gir virksomheter et strukturert og etterprøvbart grunnlag for arbeidet med aktsomhetsvurderinger og rapportering. Slik fungerer Fairtrade som et praktisk, tilgjengelig og risikoreduserende verktøy.

Fairtrade opererer i råvaresektorer og geografier der risikoen for brudd på menneskerettigheter og miljøskade er høy – som kakao i Vest-Afrika, kaffe i Latin-Amerika og blomster i Øst-Afrika. Inngående kunnskap om lokale forhold og produsentorganisering, risikobildet og tiltak, gjør Fairtrade til en relevant partner for virksomheter.

Leveinntekt og levelønn

– kjernen i ansvarlig omstilling

Nye reguleringer kobler økonomisk bærekraft tettere til menneskerettigheter. Ansvarlig innkjøpspraksis, rettferdig fordeling av risiko og kostnader, og langsiktige leverandørforhold blir sentrale forventninger til næringslivet.

Dette har lenge vært en del av Fairtrades kjerne: arbeidet for leveinntekt for bønder og levelønn for arbeidere, støtte til kollektive forhandlinger og etablering av minimumspriser som beskytter mot store markedssvingninger.

Fattigdom er en grunnleggende rotårsak til barnearbeid, tvangsarbeid og avskoging. Ved å styrke produsentorganisasjoner, sikre en Fairtrade-premium til lokalsamfunn og bidra til mer stabile og forutsigbare inntekter, bidrar Fairtrade til å adressere noen av de strukturelle årsakene til risikoen som regelverkene nå retter seg mot.

Aktsomhetsvurdering i seks trinn:



Kilde: OECD (2023), *OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv*.

Hva betyr dette for norske virksomheter?

Når EU skjerper kravene, følger Norge stort sett etter gjennom implementering i nasjonal lovgivning. Norske virksomheter vil derfor møte økte krav til rapportering, dokumentasjon og kontroll i leverandørkjeden.

Det innebærer mer omfattende revisjoner, høyere forventninger til sporbarhet og en tydelig forankring av ansvarlighet i ledelse og styre. I ytterste konsekvens kan produkter som ikke oppfyller kravene, bli utestengt fra markedet.

Dette forutsetter inngående kunnskap om verdikjeder, risikoforhold og forbedringsprosesser – områder hvor Fairtrade har mer enn tre tiårs erfaring.

Fairtrade som strategisk partner i den nye reguleringsvirkeligheten

EUs nye regelverk endrer spillereglene. Tiltak som tidligere ble ansett som frivillige eller omdømmebyggende, blir i økende grad en del av virksomheters lovpålagte ansvar.

I denne virkeligheten er Fairtrade både en etablert infrastruktur, en strategisk partner og et konkret verktøy for virksomheter som skal navigere i nye regulatoriske krav. Gjennom Fairtrade får partnere blant annet tilgang til dokumentert etterlevelse og risikoreduksjon, produsentnettverk og lokal forankring, kapasitetsbygging og dokumentert datagrunnlag, samt programmer som adresserer rotårsakene til risiko.

Fairtrade fungerer som en bro mellom virksomheter i Nord og produsenter i Sør, og bidrar til at ansvarlighet og reell påvirkning skjer der risikoen oppstår, ikke bare i policyer og rapporter. I en tid der bærekraftsarbeid i stadig større grad reguleres, er Fairtrade mer enn bare et merke. Det er et konkret verktøy for risikoreduksjon, etterlevelse og langsiktig verdiskaping i globale verdikjeder.



Fairtrade sine verktøy

Fairtrade tilbyr flere digitale verktøy for åpenhet og sporbarhet som kan brukes i HREDD*-arbeidet:

- **Riskmap:** Et verktøy for risikokartlegging som identifiserer og visualiserer de største menneskerettighets- og miljørisikoene hvor Fairtrade er aktiv.
- **FLOCERT sporbarhet:** Et sporingssystem som sikrer at vilkårene blir fulgt og rapporterer brudd.
- **Partnerskap med Satelligence og Farmforce:** Partnerskap for overvåking av avskoging gjennom satellittdata.
- **LWRP* og LIRP*:** Et verktøy for referansepriser som hjelper med å oppnå levelønn og leveinntekt.
- **Impact map:** Et digitalt dashboard som viser effekten av Fairtrade's arbeid.
- **FairLearn:** Kurs for handelsaktører om HREDD.
- **CSRD Tool:** Et verktøy under utvikling for bærekraftsrapportering.

*HREDD: Human Rights and Environmental Due Diligence

*LWRP: Living Wage Reference Prices

*LIRP: Living Income Reference Prices

Fairtrade globalt i 2025



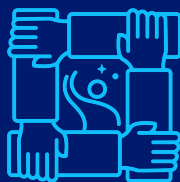
Fairtrade globalt

Nærmere 2 millioner mennesker over hele verden er involvert i Fairtrade. Disse er bønder og arbeidere som er tilknyttet 1896 Fairtrade-sertifiserte bondekooperativer og plantasjer i over 68 ulike land i Afrika, Asia og Latin-Amerika.



Nærmere
2 millioner

bønder og arbeidere i
mer enn 67 land



1824

Fairtrade-sertifiserte
kooperativer og
plantasjer verden over



Fairtrade-standarder
for over

300 råvarer



46%

av Fairtrade-merkede
varer solgt globalt
var også økologiske



37 000+

Fairtrade-merkede
produkter tilgjengelig
over hele verden



€201,6 mill.

i Fairtrade-premium
tjent av produsent-
organisasjoner globalt

Småskala produsent-
organisasjoner brukte



35%

av Fairtrade-premiumen
til utvikling i produksjon

Arbeidere ved Fairtrade-
sertifiserte plantasjer brukte



67%

av Fairtrade-premiumen
på sosiale tiltak
i lokalsamfunnet

Fairtrade globalt i 2025

Dokumentert effekt: Fairtrade skaper reelle forbedringer!

En omfattende analyse av 120+ studier viser at Fairtrade gjør en reell forskjell: fra å øke inntekter og skape muligheter for kvinner, til å bygge motstandskraft mot klimaendringer og styrke tillit gjennom hele leverandørkjeden.

Noen høydepunkter fra analysen:

- Høyere inntekter og økonomisk stabilitet for bønder
- Effektfulle klimatilpasninger
- Bedrede arbeidsforhold
- Økt kvinnelig lederskap
- Høy tillit fra bønder, bedrifter og forbrukere

Fairtrade er blant de mest grundig dokumenterte etiske sertifiseringene. Forskingen viser tydelig at vi er på rett vei. Samtidig gjenstår det mye arbeid for å sikre rettferdig handel i en urettferdig verden.

Les mer [her](#).

Fairtrade-standardene videreutvikles i møte med nye globale krav

I 2025 fortsatte Fairtrade International arbeidet med å videreutvikle standardene for å møte en verden preget av klimaendringer, økende ulikhet og mer komplekse regulatoriske krav. Målet er å gjøre standardene mer relevante, mer effektive og enklere å bruke, samtidig som de fortsatt skal være tydelig forankret i Fairtrades grunnprinsipper.

Et viktig mål med dette arbeidet er å integrere menneskerettigheter og miljøhensyn sterkere i hele systemet. De videreutviklede standardene skal i større grad støtte arbeidet mot blant annet barnearbeid, avskoging og lave lønninger, samtidig som de skal bli mer oversiktlige og brukervennlige for produsenter, arbeidere og handelsaktører.

Arbeidet omfatter både de generelle standardene og produktspesifikke krav, og skjer i tett samarbeid med Fairtrades nasjonale organisasjoner, produsentnettverk og FLOCERT.

2025 var også året da Tyrkia ble godkjent som nytt Fairtrade-produksjonsland. Dette utvider Fairtrades geografiske rekkevidde og åpner blant annet for Fairtrade-sertifisering av hasselnøtter fra Tyrkia.



Fairtrade styrket arbeidet mot avskoging og forberedelsene til EUDR

EUs avskogingsforordning, EUDR, satte et tydelig preg på Fairtrades globale arbeid i 2025. Forordningen stiller nye krav til sporbarhet og dokumentasjon, og Fairtrade tok flere grep for å støtte både produsenter og bedrifter i denne overgangen. Et sentralt tiltak var å forlenge fristen for innsamling av geolokaliseringsseringsdata, slik at kooperativer får bedre tid til å bygge opp systemer som kan dokumentere at produksjonen ikke skjer på nylig avskoget land.

Fairtrade inngikk også samarbeid med teknologiselskapet Satelligence for å utvikle verktøy som kan hjelpe produsenter med å møte EUs avskogingskrav. Gjennom satellittdata og digitale løsninger kan risiko knyttet til avskoging identifiseres tidligere og mer presist. I tillegg mottok Fairtrade støtte fra EU for å bistå små og mellomstore bedrifter med opplæring og teknisk assistanse knyttet til EUDR.

På produsentsiden ble det gjennomført konkrete initiativ, blant annet et geolokaliseringssprosjekt i Papua Ny-Guinea og et nytt initiativ for avskogingsfri kakao i Ghana. Selv om EU senere utsatte innføringen av EUDR med ett år, var Fairtrades budskap tydelig: utsettelsen må brukes til å bygge gode systemer og sikre at småskalaprodusenter ikke faller utenfor.



Fairtrade arbeider kontinuerlig med å videreutvikle standardene

Leveinntekt sto sentralt i Fairtrades globale arbeid

Å sikre at flere bønder oppnår en leveinntekt sto sentralt i Fairtrades globale arbeid i 2025. I juni presenterte Fairtrade International et veikart for å videreutvikle modellen for Living Income Reference Price (LIRP). Modellen beregner hva en bonde må få betalt for avlingen sin for å kunne oppnå en leveinntekt, og har blitt et viktig verktøy i Fairtrades arbeid for mer rettferdig betaling i globale verdikjeder. I 2025 inviterte Fairtrade produsenter, sivilsamfunn, akademikere og bedrifter til dialog om hvordan modellen kan forbedres. Innspillene pekte blant annet på behovet for å reflektere lokale forhold bedre, kommunisere modellen tydeligere og sikre bredere forankring. Fairtrade svarte med en plan for videre utvikling av modellen og en framtidig revisjon av referanseprisene.

I tillegg lanserte Fairtrade «LIRP on demand», en ny tjeneste som gjør det mulig for bedrifter å få utarbeidet skreddersydde referansepriser for Fairtrade-råvarer fra småbønder. Dette gjør det enklere å ta i bruk leveinntektsverktøyet i praksis og viser hvordan Fairtrade i 2025 videreutviklet konkrete verktøy for å styrke produsentenes inntektsgrunnlag.



Tiltak for tryggere arbeidsforhold og bedre betaling i banansektoren

I 2025 styrket Fairtrade arbeidet for både tryggere arbeidsforhold og bedre inntektsvilkår i banansektoren. Under Fairtrades bananforum ble det lansert en felles kampanje mot seksuell trakassering og kjønnsbasert vold på bananplantasjer. Initiativet skal bidra til økt bevissthet, bedre forebygging og sterkere systemer for varsling og oppfølging. Dette er et viktig uttrykk for Fairtrades arbeid for verdighet, likestilling og trygge arbeidsmiljøer i verdikjedene.

Samtidig oppdaterte Fairtrade-minimumsprisene for bananer for å styrke produsenters og arbeideres økonomiske situasjon i en sektor med pressede marginer. Prisjusteringene gir bedre forutsigbarhet og et viktig bidrag til tryggere og mer stabile inntekter.



Flere kakaobønder nærmer seg en leveinntekt

I 2025 så vi viktige fremskritt i Fairtrades arbeid for bedre inntektsvilkår i kakaosektoren. **En ny studie fra Elfenbenskysten viser at Fairtrade-sertifiserte kakaobønder på tvers av inntektsnivåer har styrket inntektsgrunnlaget sitt, og at andelen bønder som oppnår en leveinntekt er i ferd med å tredobles siden 2023.** Samtidig forventes det at tre av fire bønder vil leve over fattigdomsgrensen, og at én av fire vil ha inntekt over leveinntektsnivået. Dette er et viktig fremskritt i et land som står for rundt 40 prosent av verdens kakaoproduksjon, men der mange bønder fortsatt lever med svært lave og uforutsigbare inntekter.

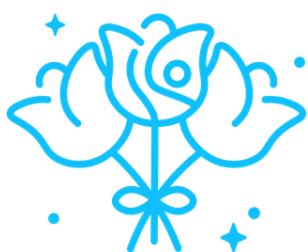
Utviklingen viser verdien av Fairtrades langsiktige arbeid. Opplæring har bidratt til økt produktivitet og bedre drift, mens Fairtrade-minimumsprisen, Fairtrade-premium og referansepriser for leveinntekt har gitt større økonomisk stabilitet i en urolig tid. I 2025 lanserte Fairtrade også nye referansepriser for leveinntekt for kakao fra Ghana og Elfenbenskysten, med en økning på henholdsvis 26 og 20 prosent. Prisene trådte i kraft 1. oktober 2025 og tydeliggjør hva en kakaobonde må få betalt for å kunne dekke grunnleggende behov som mat, bolig, helse og utdanning.

Fairtrade International varslet i tillegg økte minimumspriser og høyere Fairtrade-premium for kakao, med virkning i løpet av 2026. Selv om markedsprisene på kakao har vært uvanlig høye de siste årene, understreker Fairtrade behovet for stabile prisme mekanismer som også virker når markedet snur.

Styrket inntektsgrunnlag for bomullsprodusenter

I 2025 tok Fairtrade viktige grep for å styrke inntektsgrunnlaget til bomullsprodusenter. Minimumsprisen for bomull ble økt for å møte en sektor preget av økte kostnader, klimarisiko og økende krav i markedet. Prisjusteringen gir bøndene et viktig sikkerhetsnett og bedre forutsigbarhet i en ellers uforutsigbar markedssituasjon.

Samtidig ble Fairtrade-premieren for bomull økt. Dette gir produsentorganisasjonene større handlingsrom til å investere i tiltak som er viktige lokalt, som utdanning, helsetilbud, klimatilpasning og kvalitetsforbedringer i produksjonen. Fairtrade videreførte også ekstra insentiver for økologisk bomull, som bidrar til å støtte mer bærekraftige produksjonsformer.



Oppdatert blomsterstandard styrker arbeidstakernes rettigheter

I 2025 tok Fairtrade et viktig steg videre i arbeidet for bedre arbeidsforhold i blomstersektoren. Etter en omfattende revisjon av standarden for blomster og planter ble det innført nye endringer med særlig vekt på lønn, arbeidstakerrettigheter og rettferdige arbeidsvilkår. Revisjonen bygger på dialog med arbeidere, produsenter og andre aktører i sektoren, og er et uttrykk for Fairtrades kontinuerlige arbeid for å styrke standardene der behovene er størst.

Den oppdaterte standarden styrker blant annet kollektive forhandlinger, innfører tiltak for å redusere inntektsgap og tydeliggjør hva som skal regnes som et lønngulv. Dette er viktige grep i en sektor der mange arbeidere har begrenset innflytelse over egne arbeidsvilkår. Tydeligere krav gir bedre grunnlag for mer rettferdig lønn og større forutsigbarhet for arbeidstakerne, samtidig som de bidrar til å løfte forholdene på Fairtrade-sertifiserte blomsterfarmer. Gjennom året ble det også gjort justeringer i innføringen av enkelte krav, blant annet for å sikre realistisk gjennomføring og bedre tilpasning til lokale forhold.



Minimumsprisen på bomull er økt

Klimapartnerskap styrker kaffebøndenes motstandskraft

I 2025 inngikk Fairtrade International et nytt partnerskap med Initiative for Coffee & Climate for å styrke kaffebøndenes evne til å møte klimaendringene. Samarbeidet skal bidra til å gjøre kaffeproduksjonen mer robust i møte med et varmere og mer ustabil klima, og er et viktig eksempel på hvordan Fairtrade kombinerer standardarbeid med praktiske løsninger og partnerskap.

Et sentralt element i samarbeidet er videreutviklingen av Coffee & Climate Toolbox, en åpen digital verktøykasse med praktiske råd om blant annet skyggetrær, biodiversitet, vannforvaltning og klimatilpassede jordbruksmetoder. Fairtrade bidrar med erfaring, produsentnettverk og kunnskap om hvordan slike løsninger kan tas i bruk i praksis. Målet er å nå minst 10 000 nye kaffebønder med opplæring i løpet av prosjektperioden.

Samarbeidet støtter også bøndene i å møte skjerpede miljøkrav i markedene, blant annet knyttet til avskoging og karbonavtrykk.



Nytt partnerskap skal støtte kaffebønder

Vårt arbeid med bærekraftsmålene



FNs bærekraftsmål står sentralt i Fairtrade sitt arbeid, fra prosjekter på bakken og samarbeid med kommersielle aktører, forskning og studier, til å snakke opp småskala-bøndenes sak i offisielle settinger. Fairtrade sine fokusområder omfatter blant annet bekjempelse av fattigdom, likestilling, anstendig arbeid og klimaendringer. Det er gjennom samarbeid med forbrukere, bedrifter, organisasjoner og regjeringer at arbeidet drives fremover, og skaper en positiv endring.

1. Utrydde fattigdom



Å bekjempe fattigdom ligger i kjernen av Fairtrades oppdrag. Rundt 80 % av verdens fattige bor på landsbygda, og mange av disse er bønder og arbeidere. Fairtrade jobber for å oppnå anstendige inntekter ved å sette mål for leveinntekt og levelønn, fremme kollektive lønnsforhandlinger, og beskytte mot markedssvingninger med Fairtrade minimumspris.

2. Utrydde sult



Nå står 350 millioner mennesker i verden i fare for å sulte. For å utrydde sult trenger bønder en anstendig pris for varene de dyrker. Småskalabønder står for 70 % av matproduksjonen i verden og spiller derfor en stor rolle i arbeidet med å utrydde sult. Bønder trenger finansiell stabilitet for å investere i produksjonen og for å sikre langsiktig matsikkerhet for familiene og lokalsamfunnet.

5. Likestilling mellom kjønnene



FN anslår at utjevning av forskjeller mellom kjønnene vil løfte 150 millioner mennesker ut av fattigdom. Fairtrade legger til rette for at kvinner i kooperativ og plantasjer kan delta i beslutningsprosesser, få bedre lønn og diversifisere inntektene sine. Fairtrade-standardene forbyr blant annet kjønnsdiskriminering, seksuell trakassering og kjønnsbasert vold.

8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst



Millioner av bønder og arbeidere tjener ikke nok til å dekke sine grunnleggende behov. Verdikjeden i råvareproduksjon har høy risiko for menneskerettighetsbrudd, inkludert barne- og tvangsarbeid, menneskehandel, seksuell trakassering og diskriminering i ansettelser. Fairtrade-standarder forbyr barne- og tvangsarbeid og fremmer bedre arbeidsforhold og langsiktige handelsavtaler.

12. Ansvarlig forbruk og produksjon



Fairtrade-produserte varer oppfyller strenge sosiale, økonomiske og miljømessige standarder. Fairtrade er en global bevegelse som har som mål å oppnå handelsrettferdighet og støttes av tusenvis av byer, kommuner, skoler, bedrifter, universiteter, myndigheter og forbrukere. I tillegg fremmer Fairtrade anstendige priser for råvarer, transparente kontrakter og åpenhet i forhandlinger.

13. Stoppe klimaendringene



Det er bønder som produserer råvarene som møter klimaendringer først. De står overfor økende risiko for tørke, økende temperaturer, skiftende nedbør, flom, jordforringelser, økspredning, knappe vannkilder, skadedyr og sykdommer. Fairtrade-bønder bruker premiumbetalingen for å tilpasse seg konsekvensene av klimaendringene. Fairtrade støtter utvikling av klimatilpasningstiltak som f.eks. oppsamling av regnvann, beplantning av skyggetrær, biogass og fornybare energikilder.

16. Fred og rettferdighet

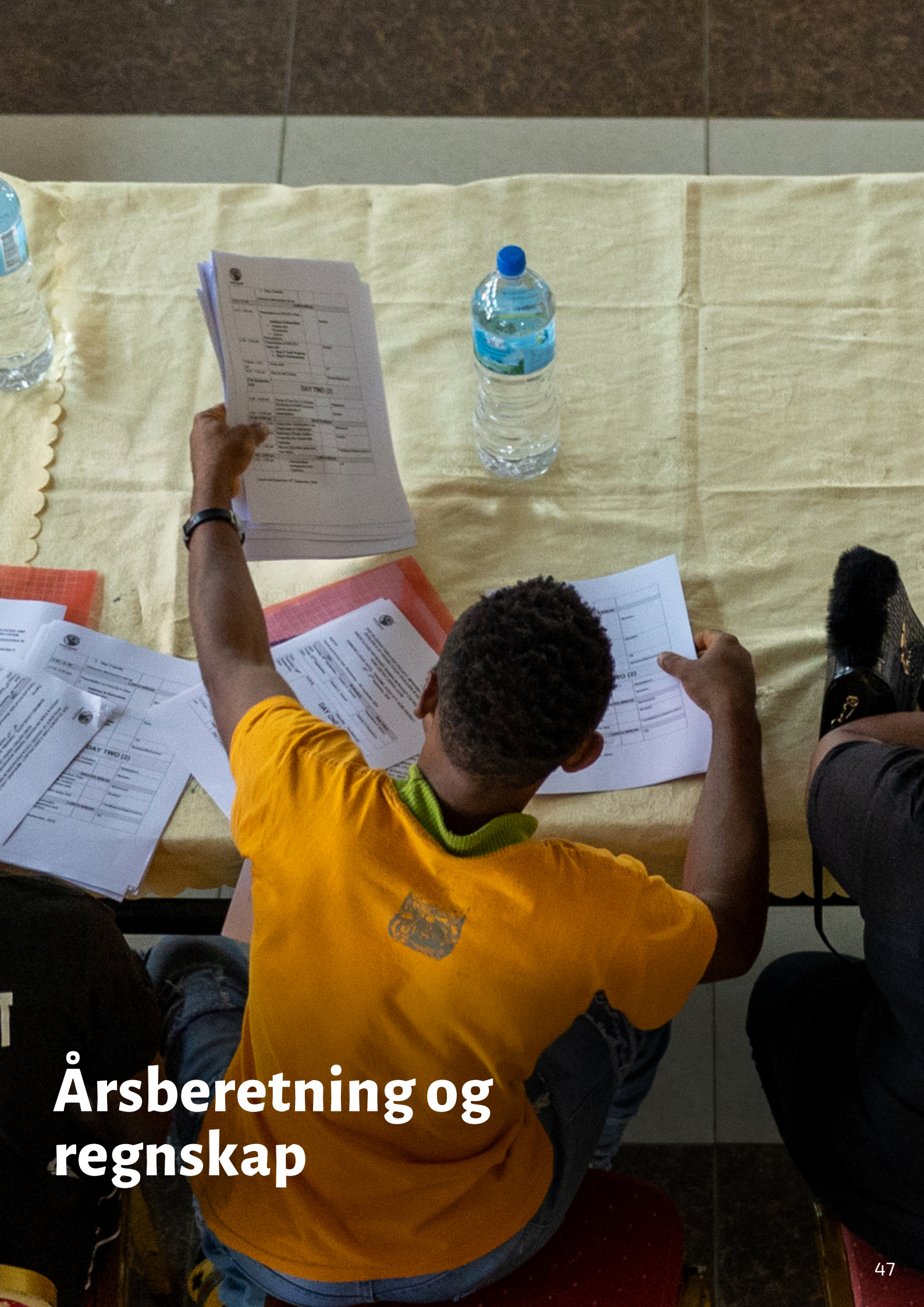


Fairtrade er den eneste merkeordningen som eies og drives av bønder og arbeidere. Fairtrade International er drevet som en stiftelse med en generalforsamling der bønder og arbeidere har 50 % stemmerett. De sertifiserte plantasjene og kooperativene som overholder Fairtrade-standardene skal være demokratiske, transparente og bedre stilt til å forhandle priser med handelsaktører i verdikjeden.

17. Samarbeid for å nå målene



Globale leverandørkjeder favoriserer ofte storskalaproduksjon fremfor småskala. Fairtrade støtter mer enn 1,9 millioner bønder og arbeidere, 1930 kooperativer og plantasjer, utallige fagforeninger og forbrukere. Fairtrade samarbeider med tusenvis av bedrifter for å gi en reell utviklingseffekt for råvareprodusentene, samtidig som det samarbeides med myndigheter for å oppnå en mer rettferdig handelspraksis.



Årsberetning og regnskap

Stiftelsen Fairtrade Norge



Fairtrade Norge ble stiftet i 1997. Fairtrade er en internasjonal merkeordning for mer rettferdig råvarehandel mellom bønder og arbeidere i lavinntektsland og importører i ulike markeder. De internasjonale Fairtrade-standardene innebærer at sertifiserte produsenter i Afrika, Asia og Latin-Amerika blant annet får økt markedstilgang, tryggere arbeidsforhold, og mottar en garantert minimumspris for råvarene.

Fairtrade-merking av produkter er en konkret og pålitelig løsning for importører og forbrukere i Norge som ønsker å bidra til mer rettferdig handel og utvikling i fattige land. Fairtrade Norges hovedoppgaver er å påvirke og bistå leverandører i Norge til å tilby flere Fairtrade-merkede produkter på det norske markedet, samt informere norske forbrukere om hva Fairtrade er og hva de bidrar til når de kjøper Fairtrade-merkede produkter.

Vår visjon

En verden hvor bønder og arbeidere opplever forutsigbarhet og bærekraft, slik at de blir i stand til å bestemme over egne liv og egen framtid.

Vår oppgave

Ved hjelp av en internasjonal, anerkjent merkeordning, knytter Fairtrade bønder og arbeidere sammen med forbrukere. Fairtrade-merking av produkter er et konkret verktøy for importører og forbrukere som ønsker å bidra til mer rettferdig handel og utvikling.

Stiftere og partnere

- Changemaker Norge
- Den norske kirke/Kirkerådet
- Framtiden i våre hender
- Handel og Kontor i Norge
- KFUK-KFUM Global
- Kirkens Nødhjelp
- Norad
- Norges Bondelag
- Norges Bygdekvinnelag
- Norsk Folkehjelp
- Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund
- Det kgl. Selskap for Norges vel
- Press
- Redd Barna
- Spire
- Spornettverket
- Utviklingsfondet
- Verdens naturfond

Sekretariat pr. 31.12.25

- | | | | |
|----------------------|------------------------|--------------------------|----------|
| • Tone Faugli | Daglig leder | • Marissa Jackson Ræstad | Rådgiver |
| • Kristin Oishi | Seniorrådgiver | • Astrid Gulbrandsen | Rådgiver |
| • Cecilie Kjeldsberg | Seniorrådgiver | • Kristine Høva Bøhler | Rådgiver |
| • Sara Zgolli | Lisensieringsansvarlig | | |

Styret pr. 31.12.25

- | | | | |
|---------------|------------------------|---|-------------------------|
| • Styreleder | Anne Kathrine Gangstad | Mester Grønn | Lisenstagerrepresentant |
| • Nestleder | Eli Bleie Munkelien | Innovasjon Norge | Personlig valgt |
| • Styremedlem | Anita Sæbø | Norges Vel | Stifterorganisasjon |
| • Styremedlem | Helge Hasselgård | DLF - Dagligvareleverandørenes forening | Personlig valgt |
| • Styremedlem | Eva Carolina Høvik | Oslo kommune, Bymiljøetaten | Personlig valgt |
| • Styremedlem | Turi Regine Pettersen | Advania Norge | Personlig valgt |
| • Styremedlem | Magne Paulsrud | Amnesty | Personlig valgt |
| • Styremedlem | Cecilie Kjeldsberg | Fairtrade Norge | Ansattes representant |
| • Varamedlem | Sara Zgolli | Fairtrade Norge | Ansattes representant |

Våre samarbeidspartnere

Siden oppstarten i Norge i 1997, har Fairtrade Norge samarbeidet med en rekke bedrifter, både lisenstakere og innkjøpere, samt kommuner og offentlige innkjøpere. Ved utgangen av 2025 var det 34 Fairtrade-lisenstakere og 19 norske Fairtrade-kommuner. Engasjementet til våre samarbeidspartnere er et viktig ledd i arbeidet for å verne om menneskerettigheter og motvirke fattigdom.



Norske lisenstakere *

- Arcus Norway
- Bama Gruppen
- Blomsterringen Engros
- Carlings
- Choose
- Condifa
- Confecta
- Crema Kaffebrenneri
- Culligan Norge
- Det Norske Kaffehus
- Dressmann
- Jacobs Douwe Egberts Norge
- Joh. Johannson Kaffe
- Kjeldsberg Kaffebrenneri
- Klubben AS
- Kristiansand Dyrepark
- Maskinpakking
- Mester Grønn
- Midsona Norge
- Noramix Trade
- Odd Langdalen Frukt & Grønt
- Pals Kaffe
- Princess-Gruppen
- Profilforum
- REMA 1000
- Stavanger Kaffebrenneri
- Storms
- Synnøve Finden AS
- The Coca-Cola Company
- UniformPartner
- Unil
- Universal Brands
- Varner
- Wenaas Workwear

Andre samarbeidspartnere *

- Arvid Nordquist
- Baker Hansen
- Ben & Jerry's Norge
- Bik Bok
- BioKing
- Bloom
- Coop Norge
- DFØ
- Etisk Handel Norge
- Junkyard
- Kaffebryggeriet
- Kjeldsberg Invest
- Kolonihagen
- Löfbergs
- Nespresso Norge
- Neutral
- Norad
- NorgesGruppen
- Scandic Hotels
- Solberg & Hansen
- SPAR Norge
- Strawberry
- Vinmonopolet
- Med flere...

Kommuner med Fairtrade-status

- Asker kommune
- Bergen kommune
- Flekkefjord kommune
- Fredrikstad kommune
- Halden kommune
- Haugesund kommune
- Kvinesdal kommune
- Luster kommune
- Lørenskog kommune
- Modum kommune
- Molde kommune
- Oslo kommune
- Sarpsborg kommune
- Sauda kommune
- Ulstein kommune
- Utsira kommune
- Vindafjord kommune
- Volda kommune
- Ørsta kommune



Interessert i samarbeid?

Ønsker du mer informasjon om hvordan vi jobber eller hvordan du kan samarbeide med Fairtrade kan du ta kontakt med oss på kontakt@fairtrade.no

* Alle norske bedrifter som ønsker å bruke Fairtrade-merket på sine produkter, må som hovedregel inngå en lisensavtale med Fairtrade Norge. I tillegg samarbeider Fairtrade Norge med en rekke aktører, inkludert utenlandske lisenstakere, innkjøpere, merkevareiere, distributører og organisasjoner.

Styrets årsberetning

Virksomhetens art og hvor den drives

Fairtrade Norge har som formål å forvalte og markedsføre merkeordningen Fairtrade i Norge i tråd med internasjonale retningslinjer via medlemskap i Fairtrade International. Fairtrade Norge skal jobbe aktivt for å øke salget av Fairtrade-sertifiserte råvarer og produkter i Norge gjennom påvirkning av relevante aktører. Stiftelsens kontor er plassert i Oslo. I 2025 økte volumet i produktkategoriene bananer med 12 %, blomster med 9 %, kalde drikker med 81 % og B2C-tekstil med 28 %. Samtidig falt volumet i produktkategoriene kaffe med 2 % og sjokolade med 11 %. Andelene Fairtrade-varer omsatt i Norge er svært lave sammenlignet med Sverige og andre sammenlignbare land.

Redegjørelse om fortsatt drift

Årsregnskapet er avlagt under forutsetning av fortsatt drift, og styret mener at forutsetningen er til stede. Grunnet begrenset finansiering ble sekretariatets bemanning i 2025 fortsatt holdt på et minimumsnivå, men noe styrking ift 2024. Mot slutten av 2025 fikk Fairtrade Norge beskjed om støtte på 2,5 mill NOK over Statsbudsjettet for 2026, noe som innebærer en vesentlig styrking av organisasjonen og veiledning av private og offentlige aktører.

Redegjørelse om likestilling og arbeidsmiljø

I henhold til gjeldene lover og forskrifter fører stiftelsen oversikt over sykefravær. Sykefraværet var på 58 dager, hvilket tilsvarer 5,9 %. Det var ved 31.12.2025 totalt 5,4 årsverk. Det har vært god dialog og godt samarbeid innad i sekretariatet, og arbeidsmiljøet oppleves som svært godt.

Forhold som kan påvirke det ytre miljøet

Virksomheten medfører ikke miljøforurensning av betydning. Deltagelse i internasjonale møter og prosesser medfører normalt noe reisevirksomhet og dermed klimautslipp. Fairtrade Norge oppfordrer alle ansatte til å bruke telefon- og videomøter der dette er hensiktsmessig. I indre Oslo velges offentlig transport. Fairtrade Norge prioriterer innkjøp av etisk- eller miljømerkede produkter. Kontorrekvisita-leverandøren er miljøsertifisert. Papiret som brukes er Svanemerket. Det anvendes utelukkende Fairtrade-merkede varer når disse er å få, så som kaffe, te, bananer, sjokolade og blomster. Fairtrade Norge benytter generelt merkeordninger i den grad det er mulig. Fairtrade Norge har kildesortering på arbeidsplassen. Det er utarbeidet etiske retningslinjer for styret i Fairtrade Norge, og for de ansatte i organisasjonen.



Redegjørelse om årsregnskapet

Årets resultat er forbedret fra 2024 med en vekst i lisensinntekter på 6,4 %. De største lisensinntektene kommer fra produktgruppene blomster, kaffe og bananer. Virksomheten endte med et overskudd på kr 70.300. Dette er første gang det leveres overskudd ved virksomheten siden 2020. Overskuddet innebærer at egenkapitalen er økt til 295.000 NOK. Styret har hele veien tatt informerte beslutninger og har iverksatt tiltak for å redusere underskudd og øke inntekter, og styret har vedtatt en målsetning om ytterligere styrking av egenkapitalen fremover. Gjelden til Fairtrade International var pr 31.12.2025 på 50.000 Euro.

Redegjørelse om den fremtidige utviklingen

Fairtrade Norge fikk én ny lisenstaker i 2025, og opplever samtidig økt interesse og pågang fra både potensielle lisenstakere og samarbeidspartnere. Faglig rådgivning på temaer som levelønn, leveinntekt, interessentdialog, etterlevelse av reguleringer, vellykkede og relevante arrangementer samt økt synlighet fra et dedikert og kompetent team ved Fairtrade Norge antas å være viktige drivere for utviklingen. Sekretariatet arbeider videre med å styrke organisasjonen og øke kapasiteten, samt å opprettholde god relasjonen til lisenstakere, samarbeidspartnere og andre interessenter. Det arbeides videre med strategisk kunnskapsbygging om utfordringer i globale verdikjeder, samt hvordan Fairtrade er et verktøy for aktsomhetsvurderinger og bærekraftig utvikling hos sentrale aktører for å påvirke til produktutvikling og volumvekst. Det legges vekt på å kommunisere effekten av Fairtrade samt dialog med myndigheter, synlighet i sosiale media og informasjonstiltak gjennom ulike kanaler.

Takk til de ansatte for deres innsats foregående år.

Hilsen styret i Fairtrade Norge

Anne Katrine Gangstad

Turi Regine Pettersen

Cecilie M. Kjeldsberg

Anita Sæbø

Eli Bleie Munkelien

Eva Carolina Høvik

Helge Hasselgård

Magne Paulsrud

Tone C. Faugli
Daglig leder

Regnskap



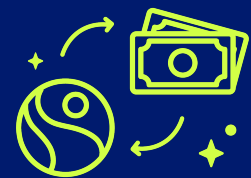
Regnskapsutdrag	2025	2024	2023
Inntekter:			
Lisensinntekter, netto	7 667 783	7 206 401	6 468 846
Prosjektstøtte/driftstøtte fra Norad	5 152 283	3 045 151	5 453 260
Driftstilskudd stifterne m.m.	180 000	160 000	198 000
Medlemsavgift kommuner	195 500	214 800	190 400
Andre inntekter	928 500	653 877	571 515
Sum inntekter	14 124 066	11 280 229	12 882 021
Kostnader:			
Fairtrade medlemsavgift m.m.	2 886 451	2 682 266	2 439 604
Sum personalkostnader	4 906 690	5 277 743	4 964 265
Husleie, strøm, renhold	626 463	684 572	636 675
Informasjon/bevisstgjøring	19 758	528	654
Andre driftskostnader	5 639 228	2 643 584	4 989 238
Sum driftskostnader	14 078 590	11 288 693	13 030 437
RESULTAT	70 310	-102 109	-417 160

Bruk av midler

Fairtrade Norge er en ideell non-profit organisasjon. Lisensinntektene vi mottar fra våre samarbeidspartnere går både til å finansiere vårt arbeid her i Norge og til å støtte vårt internasjonale arbeid. Vårt arbeid i Norge innebærer blant annet kommunikasjon- og påvirkningsarbeid, rådgivning og oppfølging av lisenstakere, og kvalitetskontroll for å sikre en forsvarlig drift av organisasjonen.

Om lag en tredjedel av Fairtrade Norge sitt totalbudsjett går til Fairtrade sitt internasjonale arbeid.

Midlene brukes blant annet på støtte til produsentnettverkene og produsentene, utvikling av Fairtrade-standarder, opplæring, prosjektarbeid og faglig utvikling av organisasjonen.





FAIRTRADE
NORGE

Fairtrade Norge
Storgata 13
0155 Oslo
Norge

23 01 03 30
kontakt@fairtrade.no
www.fairtrade.no

