

# REILU KAUPPA RY

## VUOSIRAPORTTI 2019

S. 4  
TULOS &  
UUDET TUOTTEET

S. 2  
PÄÄKIRJOITUS:  
JUHLAVUOSI 2019

S. 6  
REILU KAUPPA  
20 VUOTTA SUOMESSA

S. 10  
KAMPANJAT:  
PELASTA SUKLAA

S. 14  
KEHITYSYHTEISTYÖ



FAIRTRADE  
FINLAND

# JUHLAVUOSI 2019

Vuonna 2019 Reilu kauppa täytti Suomessa 20 vuotta, ja voi ilolla todeta, että Reilu kauppa on kasvanut Suomessa jo parin vuosikymmenen ajan. Se on hyvä uutinen noin 1,6 miljoonalle viljelijälle ja suurtilojen työntekijälle Aasiassa, Afrikassa ja Latinalaisessa Amerikassa.

Reilulla kaupalla on ollut iso rooli siinä, että yritysten vastuu on viime vuosina noussut niin vahvasti julkiseen keskusteluun. Reilusta kaupasta on tullut yhä merkittävämpi yhteiskunnallinen vaikuttaja niin Suomessa kuin maailmallakin.

Jos aiemmin puhuttiin lähinnä sertifiointijärjestelmän hyödyistä, nykyään näkökulmamme on laajempi. Elämiseen riittävät palkat, julkisten hankintojen vastuullisuus ja yritystoiminnan ihmisoikeusvaikutukset pitää huomioida kaikissa toimitusketjuissa.

Uutena aluevaltauksena Reilu kauppa ry aloitti vuonna 2014 kehitysyhteistyön. Vaikka oikeudenmukaisempi kauppa tarjoaa viljelijöille paremman elannon, se ei yksin riitä. Vuonna 2019 käynnissä oli jo toinen kehitysyhteistyöohjelmamme.

Tätä kirjoitettaessa Suomessa ja kaikissa Reilu kauppa ry:n toimintamaissa on poikkeustila, jonka vaikutuksia terveyteen ja talouteen on vaikeaa arvioida.

Liikkumisrajoitukset hankaloittavat maataloustuotantoa monissa maissa, mutta Reilun kaupan tuotteiden saatavuudessa ei ole ongelmia. Taloudellisen toiminnan hidastuminen saattaa laskea ainakin väliaikaisesti monien Reilun kaupan tuotteiden kulutuskysyntää ja myyntejä. Lyhyellä aikavälillä pandemia vaikuttaa myös kehitysyhteistyöhankkeisiin, sillä esimerkiksi koulutuksia on vaikeaa järjestää.

Vaikka vuoden 2020 vuosikertomus tulee näyttämään varsin erilaiselta kuin tämä, meillä ei ole syytä epätoivoon. 20-vuotias Reilu kauppa ry siirtyi poikkeuksellisiin aikoihin vahvalta ja vakaalta pohjalta, ja sillä on kokoisekseen järjestöksi erinomaiset valmiudet toimia tavoitteidensa saavuttamiseksi myös poikkeusoloissa.

Kaikkien tukea kuitenkin tarvitaan, sillä kriisi osuu pahiten kaikkein köyhimpiin ihmisiin. Nyt ei ole sisäänpäin kääntymisen aika, vaan on entistä tärkeämpää muistaa ohjenuora: Jos ostat, osta Reilun kaupan tuote.

**Janne Sivonen**  
Toiminnanjohtaja,  
Reilu kauppa ry

**15 %** KASVUA  
MYYNNEISSÄ

**55 000** SEURAAJAA  
FACEBOOKISSA (+8%)

**82 %** SUOMALAISISTA TUNTEE  
REILUN KAUPAN MERKIN\*

\* KANTAR TNS 2019



**BANAANI**

**24,0 MILJOONAA KG**



**KUKAT**

**54,2 MILJOONAA VARTTA**



**KAHVI**

**1 964 000 KG**



**KAAKAOPAVUT**

**1 377 000 KG**



**URHEILUPALLOT**

**10 400 KPL**

# TULOS & UUDET TUOTTEET

Vuonna 2019 Reilun kaupan tuotteiden myynnin arvo kasvoi 15 prosentilla 303 miljoonaan euroon. Kasvu oli merkittävästi alan yleistä kehitystä vauhdikkaampaa, sillä päivittäistavarakaupan yleinen myynnin kasvu oli 2,5 prosenttia. Henkeä kohden jokainen suomalainen käytti Reilun kaupan tuotteisiin keskimäärin 55 euroa.

Tavoitteena oli, että kotimaisesta myynnistä kanavoituvien Reilun kaupan lisien määrä kasvaisi 10 prosentilla vuonna 2019. Tämä ylitettiin reilusti, lisien kasvua oli 32 prosenttia ja kokonaismäärä oli 3,34 miljoonaa euroa.

Suomalaista alkuperää olevien Reilun kaupan tuotteiden merkittävin lanseeraus olivat Pauligin markkinoille tuomat Sparkling Cold brew -juomat, jotka pääsivät hyvin vähittäiskauppojen hyllyille. Huomionarvoisia tarjonnan kasvattajia ovat norjalaiset vaateketjut BikBok ja Dressmann, joiden valikoimissa on nyt useita Reilun kaupan puuvillasta tehtyjä vaatteita. Samoin tarjontaa ovat kasvattaneet työvaatteita myyvät Neutral ja Cottover. Ne ovat merkittävästi nostaneet Reilun kaupan puuvillan volyymiä yhdessä suomalaisen Finlaysonin kanssa.

## MYNNIN VOLYYMI 2019

### HEDELMÄT JA MEHUT

**BANAANIT: +86 %**  
**MUUT HEDELMÄT: +50 %**  
**MEHUT: -34 %**

### HUNAJA JA SOKERI

**SOKERI: -3 %**  
**HUNAJA: -4 %**

### KAHVI JA TEE

**KAHVI: +9 %**  
**TEE: -9 %**

### KUKAT

**KUKAT, VARRET: +7 %**

### PUUVILLA

**PUUVILLASTA VALMISTETUT  
TUOTTEET, COTTON LINT:  
+94 %**

### SUKLAA JA KAKAO

**KAAKAOPAVUT: +19 %**

### VIINI

**VIINI: +11 %**

### YHDISTELMÄTUOTTEET

**JÄÄTELÖ, TOFU & KEKSIT  
(MYNNIN ARVO): +28 %**

# 20 VUOTTA SUOMESSA REILU KAUPPA



# JUHLAVUODEN HUMUA

## MESSUT, JUHLAT, LEHTI JA PANEELEITA

**Reilun kaupan 20-vuotisjuhlan kunniaksi järjestettiin tapahtumia ja tuotiin esiin Reilun kaupan vaikutuksia maailmaan.**

Vuonna 2019 tuli kuluneeksi 20 vuotta ensimmäisten Reilun kaupan tuotteiden saapumisesta Suomeen. Juhlavuosi huomioitiin ja hyödynnettiin laajasti yhdistyksen kaikessa toiminnassa.

Juhlavuoden kunniaksi Helsingin Nosturissa järjestettiin 27. maaliskuuta Reilun kaupan messut ja 20-vuotisjuhla.

Messuista luotiin perinteistä messumielikuvaa kiinnostavampi ammattilaistapahtuma, joka houkutteli paikalle yli 40 näytteilleasettajaa. He esittelivät tuotteitaan eri toimijoille kaupunkien hankintaryhmistä vähittäiskauppojen ostajiin.

Vieraita oli satoja, ja päivä täyttyi puheensoriasta, kahvin tuoksusta ja lämpimästä tunnelmasta.



## PANELISTIT VAATIVAT YRITYSVASTUUTA

Nosturissa tunnelma oli basaarimainen ja trooppinen, mutta tarjolla oli myös tiukkaa asiaa. Messuilla pidettiin tietoiskuja, jaettiin arvonimiä sekä järjestettiin vaalipaneeli.

Paneeliin osallistuivat **Tuula Haatainen** (sd.), **Juhana Vartiainen** (kok.), **Matti Vanhanen** (kesk.), **Mari Holopainen** (vihr.), **Matti Putkonen** (ps.) ja **Paavo Arhinmäki** (vas.).

Poliitikot pohtivat vaalien alla tavaroiden tuotantoketjuja, ja muun muassa halvat vaatteet ja ruoka sekä kiinalaiset halpatuotteet olivat saaneet monen epäilemään, että jossain vaiheessa ketjua tapahtunee vilunkia.

Kaikki kannattivat sitä, että seuraavaan hallitusohjelmaan kirjattaisiin, että Suomessa aletaan valmistella ihmisoikeuksia vahvistavaa yritysvastuulakia. Näin vaalien jälkeen tapahtuikin.





## REILUSTI NÄKYVYYTTÄ SYNTTÄRISANKARILLE

Juhlavuoden aikana tehtiin useita viestinnällisiä ulostuloja.

20-vuotisjuhlissa julkistettiin Reilun kaupan vaikutuksista ja toiminnasta kertova Reilu-lehti, joka jaettiin yli 400 000 suomalaiselle muun muassa PAMin ja JHL:n jäsenlehtien välissä sekä kaupoissa. Kesko toteutti juhlaviikolla Reilulle kaupalle onnitelukumpanjat K-marketeteissa ja K-supermarketeteissa ja käytti näihin myös lehtimainontaa.

## TOIMIKO REILU KAUPPA?

Juhlavuoden teemoja käsiteltiin myös 4. syyskuuta, kun Reilu kauppa ry kutsui joukon asiantuntijoita keskustelemaan siitä, miten Reilusta kaupasta saataisiin entistä vahvempi globaalien haasteiden ratkaisija.

Paneelikeskustelussa pohdittiin esimerkiksi Reilun kaupan avoimuutta ja suurtilojen kausityöntekijöiden asemaa.

”Jos viljelijä on itse todella köyhä, hänellä on vähemmän annettavaa työntekijälle. Hyötyjen jakaminen on aina jonkinasteinen kompromissi”, Reilu kauppa ry:n toiminnanjohtaja **Janne Sivonen** totesi. Työntekijöiden asemaa parannetaan koko ajan aktiivisesti.



Myös Reilun kaupan roolia maailmantaloudessa mietittiin.

Reilun kaupan järjestelmää pitää kiittää siitä, että se on ruokkinut moraalista mielikuvitamme ja auttanut hahmottamaan, millaista reilu kauppa voisi olla, totesi Hankenin ja Helsingin yliopiston yritysvastuukeskuksen johtaja **Nikodemus Solitander**.

”Ennen Reilua kauppaa kuluttajien mielikuva seurasi vallitsevaa ajatusta siitä, että pienviljelijöiden kohtalona on vääjäämättä riisto ja hyväksikäyttö, ja vaurastuminen nojaa aina toiselta ottamiseen.”

Solitander kuitenkin huomautti, että Reilu kauppa ei tarjoa vaihtoehtoja kapitalismille, vaan on vapaakaupan jatke. Reilun kaupan tehtävä ei olekaan räjäyttää markkinoita palasiksi vaan muuttaa niitä sisältäpäin, Janne Sivonen totesi. Silti reformissakin voi piillä parhaimmillaan vallankumouksen siemen.

”Markkinataloudessa yksi pyhä asia on se, että ostaja ja myyjä keskenään sopivat hinnasta ja siihen väliin ei ole sanomista. Kun hintatason päättämisestä annetaan jotain valtaa kolmannelle osapuolelle – joka on vieläpä kansalaisjärjestö – niin sanoisin, ettei tämä ole ihan pieni asia rakenteiden muuttamisen kannalta”, Sivonen sanoi.





# KAUKA TAV S N A R W K K

PELASTA SUKLAA  
VALITSE  SUKLAA

Aukeaman kuvat: Topias Hirvonen, Hasan & Partners Oy





# PELASTA SUKLAA

## NÄKYVYYTTÄ JA EHDOKKUUKSIA

**Lokakuussa järjestettävän Reilun kaupan viikon aikaan toteutettiin näyttävä Pelasta suklaa -vaikuttamiskampanja.**

Kampanjalla haluttiin muistuttaa, että suklaa saattaa loppua maailmasta vuoteen 2050 mennessä ilman ripeitä toimia ilmaston ja kakaoviljelijöiden toimeentulon puolesta. Reilun kaupan suklaata on Suomessa edelleen harvillisen vähän, joten suomalaiset kuluttajat syövät edelleen suurimmaksi osaksi kestävämmässä oloissa kasvatettua ja tuotettua suklaata.

Reilun kaupan viikko toi katukuviin hitaasti sulavat uhanalaiset suklaaeläimet – tunturipöllön, apinan, norsun ja sammakon. Niiden näyttävä rappeutuminen kertoi kuluttajille, että suklaaherkkujen säilyminen kaikkien saatavilla vaatii vastuullisia valintoja.

Kampanjan ydinkohderyhmänä olivat nuoret korkeakouluopiskelijat ja viesti levisi erityisesti korkeakoulukaupunkeihin sijoitettujen ulkomainosten sekä sosiaalisen median avulla.

Kansainvälisen huomion myötä suklaaeläimet tavoittivat vajaat kaksi miljoonaa ihmistä, ja kampanjaviikolla Reilu kauppa nousi sosiaalisessa mediassa puheenaiheeksi lähes 500 kertaa.



Aukeaman kuvat: Hasan & Partners Oy; Grafia ry, RE: Media Oy; AdFab Media Group

Keskusteluun osallistui vaikuttajia globaalisti sekä suomalaisia isoja brändejä, kaupunkveja, järjestöjä ja yksittäisiä kuluttajia. Englanninkielisille markkinoille Chocogeddoniksi nimetty kampanja sai näkyvyyttä myös ulkomailla, muun muassa Britanniassa, Yhdysvalloissa ja Kanadassa.

Pelasta suklaa voitti juhannusviikonloppuna järjestetyn kansainvälisen elintarvikebrändeihin keskittyvän the FAB Awards -kilpailun verkko- ja ulkomainoskategorioissa hopeaa.

Lisäksi kampanja valittiin palkittavien shortlistalle Suomen suurimman digitaalisen median kilpailun Grand Onen ja visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö Grafian Vuoden huiput -kilpailun ulkomainoskategoriossa. Kilpailutulokset selviävät syksyn 2020 aikana.



**HOPEAA**  
**ULKOMAINONTA +**  
**VERKKOMAINONTA**



**FINALISTI:**  
**PARAS DIGITAALINEN**  
**ULKOMAINOS**



**SHORTLIST:**  
**ILMOITUKSET &**  
**ULKOMAINONTA**

**SINUA TARVITAAN 9.5.!**



NAUTI TAUOLLA TÄLLÄ MERKILLÄ  
VARUSTETTUJA REILU KAUPPA  
-SERTIFIOITUJA TUOTTEITA.

**MAAILMAN  
SUURIN**  
REILUN KAUPAN  
KAHVITAUKO

Aukeaman kuvat: Finlayson Oy, Porin kaupunki

## ENNÄTYKSELLINEN KAHVITAUKO

Toukokuussa järjestettiin Reilun kaupan kahvitauko, joka keräsi ennätysellisen osallistujamäärän. Vuoden 2017 Suomen ennätys rikkoutui kirkkaasti, kun juhlavuoden kahvitempaukseen osallistui 80 197 kahvittelijaa.

Reilun kaupan kahvitaukoja järjestivät muun muassa yritykset, päiväkodit, koulut, kirjastot, kahvilat, ravintolat, hotellit, seurakunnat,

terveyskeskukset, yliopistot, järjestöt, ammattiyhdistysliikkeiden paikallisosastot ja Marttojen paikallisyhdistykset. Kahvitauko sai erittäin paljon huomiota sosiaalisessa mediassa.

Tarkoitus oli juhlavuoden kunniaksi rikkoa myös kahvitaunon maailmanennätys, mutta se jäi vielä toistaiseksi ruotsalaisten haltuun.

## FINLAYSONIN VASTUULLISET JA VASTUUTTOMAT LAKANAT



Finlayson toi joulukuussa myyntiin pienen erän vastuuttomia lakanoita, jotka olivat pilkkahintaisia Finlaysonin valikoimissa oleviin Reilun kaupan lakanoihin nähden.

Tempauksella Finlayson halusi ravistella niin yritysmaailmaa kuin kuluttajia siitä, että hintakilpailu on mennyt liian pitkälle: mahdollisimman halvalla tuotettujen tekstiilien taustalta löytyy usein lapsityön hyväksikäyttöä ja muita ihmisoikeusloukkauksia.

Reilu kauppa ry ja Vallilan Vaara tuottivat kampanjaan lyhytdokumentin puuvillatuotannon haasteista.

## YRITYSVASTUUN YKKÖSKETJUUN LAINSÄÄDÄNNÖLLÄ

Reilu kauppa ry oli aktiivisesti mukana Finnwatchin koordinoimassa Ykkösketjuun-kampanjassa, jonka tarkoituksena oli saada Suomeen yritys vastuulaki. Kevään eduskuntavaalien alla tavattiin monia kärkiehdokkaita ja hallitusneuvotteluiden aikaan Säätytalon edustalla tarjottiin poliitikoille Reilun kaupan kahvia ja lakiin liittyvää asiantuntija-apua. Kampanjan tuloksena laista saatiin kirjaus hallitusohjelmaan. Suomen hallitus edistää nyt lainsäädäntöä niin kansallisella kuin EU-tasolla.

## VASTUULLISET JULKISET HANKINNAT

Pitkäjänteinen työ julkisten hankintojen vastuullisuuden edistämiseksi jatkui. Reilu kauppa ry osallistui sekä Kuntamarkkinoille että Ateria2019-messuille ja tapasi muun muassa KL-Kuntahankintojen, Vantaan, Espoon, Lohjan, Kauniaisten, Turun ja Porin hankinnoista vastaavia.

Yksi työn kohokohdista oli vuoropuhelu, jonka Reilu kauppa järjesti tekstiilituotteiden, kuten käsipyyherullien ja lakanoiden, tuottajille ja osittajille. Vuoropuhelussa vahvistui, että kumpikin osapuoli haluaa panostaa vastuullisuuteen, joten toivottavasti alalla päästään lähitulevaisuudessa sanoista tekoihin. Tilaisuuden kutsujina kanssamme olivat kaikki viisi pääkaupunkiseudun Reilun kaupan kaupunkia.

Helsinki lisäsi Helsinki-brändättyjen tuotteiden tuotevalikoimaansa Reilun kaupan huppareita, pipoja ja kangaskasseja, ja Porin kaupunkibrändin karuhahmoihin lisättiin Reilun kaupan karhu. Reilun kaupan kuntia on nyt 16.



Reilun kaupan messuilla järjestettiin kuntatapaaminen, johon osallistui ennätysellinen yli 20 aktiivisen osallistujan joukko. Lisäksi kunnat ja kaupungit osallistuivat laajasti Reilun kaupan kahvitaukoon.

## IHMISOIKEUSVASTUUN OSAAMISKESKUS SUOMEEN

Reilu kauppa ry on ollut pitkään aktiivinen yritysten ihmisoikeusvastuun puolestapuhuja kansainvälisessä Reilun kaupan liikkeessä. Vuonna 2019 kansainvälisen Reilun kaupan liikkeen kesken päätettiin, että Suomeen perustetaan ihmisoikeusvastuun osaamiskeskus, ja sille rekrytoidaan koordinaattori Helsinkiin. Päätöksen myötä ihmisoikeudet tulevat korostumaan Reilun kaupan vaikuttamistyössä, yrityspalveluissa ja oman toiminnan kehittämisessä yhä enemmän.



# OIKEUKSIA TYÖNTEKIJÖILLE JA VÄHEMMISTÖILLE

**Reilu kauppa ry:n toinen kehitysyhteistyöohjelma (2018–2021) liikkuu vauhdikkaasti eteenpäin vuonna 2019.**

Vuonna 2019 käynnissä oli 11 hanketta, joista kaksi on laajempia alueellisia hankkeita Latinalaisessa Amerikassa.

Toinen hankkeista tukee alueellisen työntekijäverkoston kehittämistä ja toinen ilmastonmuutokseen liittyvää vaikuttamistyötä erityisesti kahvisektorilla.

Muilla hankkeilla joko tuetaan ja voimaannutetaan pienviljelijöitä tai vahvistetaan plantaasien työoikeuksia Afrikassa ja Latinalaisessa Amerikassa.



Esimerkiksi Hondurasissa on pureuttu kahviruostetaudin kukistamiseen, pienviljelijöiden osuuskuntien ja tasa-arvon kehittämiseen, luomuviljelyyn ja ilmastonmuutokseen sopeutumiseen.

Itsenäisen evaluaation mukaan hanke on ollut menestys.

Naiset ja nuoret ovat hyötynet erityisesti: heitä on koulutettu pyörittämään minituotantolaitoksia, joissa valmistetaan biolannoitteita ja torjunta-aineita kahvin tuotantoprosessissa syntyvistä

ainesosista. Näin he saavat tuloja, viljelijät edullisia lannoitteita ja ympäristökin voi paremmin.

Vuodesta 2020 lähtien jatkohankkeessa jatketaan tasa-arvotyötä ja edistetään esimerkiksi naisten osallistumista osuuskuntien toimintaan ja päätöksentekoon joka tasolla.

Hankkeessa pureudutaan myös entistä syvemälle ihmisoikeusasioihin, kuten kahvivilojen työntekijöiden asemaan ja lapsityövoiman hyväksikäyttöön.



FAIRTRADE  
FINLAND

## REILU KAUPPA RY

Kuortaneenkatu 1

00520 Helsinki

reilukauppa@reilukauppa.fi

reilukauppa.fi

