

# Fair Trade Shop

## Manual

Organisationen Fair Trade Återförsäljarna

2015-12-07





## Organisationen Fair Trade Återförsäljarna

Organisationen Fair Trade Återförsäljarna är en ideell förening med syftet att gynna en rättvis handel som socialt och ekonomiskt stärker marginaliserade producenter enligt definitionen av rättvis handel samt principerna för Fair Trade. Föreningen verkar i samarbete med sina medlemmar (Världsbutiker, Fair Trade Shop, Fair Trade Caféer, församlingar och andra återförsäljare) för att skapa kännedom, efterfrågan och opinion för att stärka Fair Trade i Sverige.

Arbetet sker inom ramen för WFTO för att förbättra sociala, miljömässiga och ekonomiska förutsättningar för småskaliga producenter genom hela handelskedjan.

[www.fairtradeorg.se](http://www.fairtradeorg.se)

info(at)fairtradeorg.se

## Innehåll

1. Bakgrund .....	4
2. Vad är en Fair Trade Shop? .....	4
2.1 Definition .....	4
2.2 Övrig försäljning .....	5
2.3 Medlemsavgift/serviceavgift .....	5
3. Förmåner och stöd från organisationen .....	7
3.1 Två röster på årsmötet.....	7
3.2 Medlemsbrev .....	7
3.3 Hemsida och sociala medier .....	7
3.4 Informations- och kampanjmaterial.....	7
3.5 Utbildningsstöd .....	7
3.6 Årliga möten och träffar med andra Fair Trade Shop.....	7
3.7 Facebook-grupp .....	8
3.8 Rabatt hos the House of Fair Trade .....	8
3.9 Försäkring.....	8
3.10 Hjälp med marknadsföring och kampanjer.....	8
3.11 Specialutformat reklammaterial .....	8
3.12 Presentkort.....	9
3.13 Butiksinredning .....	9
3.14 Mässor .....	9
4. Krav.....	10
4.1 Medlemskriterier .....	10
4.2 Medlemsenkäten .....	10
4.3 Fair Trade-utbildning.....	10
4.4 Logotyp.....	11
4.5 Butikens inredning .....	11
4.6 Öppettider och läge .....	12
4.7 Sortiment.....	12
4.8 Varulanseringar .....	13
4.9 World Fair Trade Day.....	13
4.10 Inträde och Uteslutning.....	13
5. Samverkan .....	14
6. Bilagor.....	15
Bilaga 1: Kategorikriterier för Fair Trade Shop .....	15
Bilaga 2: Hantering av presentkort för Fair Trade Shop .....	15
Bilaga 3: Teckenförklaring för hyllkantsetiketter.....	15
Bilaga 4: Teckenförklaring för asterisk .....	15
Bilaga 5: WFTO:s 10 principer för Fair Trade .....	15
Bilaga 6: Leverantörslistan .....	15
Bilaga 7: Riktlinjer för leverantörslistan.....	15

## 1. Bakgrund

Fair Trade Shop-konceptet startades den 10 mars 2012 då fem stycken världsbutiker gick över till att bli Fair Trade Shop. Lanseringen hade föregåtts av ett gemensamt förberedande arbete under ett års tid, där deltagare från alla de fem butikerna samt representanter från styrelsen för Fair Trade Återförsäljarna och från the House of Fair Trade deltog. Arbetet bestod av gemensamma arbetshelger och gedigen mailkontakt för att diskutera allt från hyllkantslister till hur presentkortet skulle fungera.

Fair Trade Shop togs fram som ett gemensamt koncept för butiker som på ett professionellt, enhetligt och kunnigt sätt skall sälja Fair Trade-varor. Tanken var att man på detta sätt skulle kunna känna igen sig i en Fair Trade Shop, oavsett var i landet som butiken finns. Genom att modernisera butikens uttryck var förhoppningen att öka försäljningen av Fair Trade-varor och bli en starkare röst i konsumtions-Sverige. Eftersom Fair Trade Återförsäljarna är delägare i the House of Fair Trade var målet även att genom konceptet öka försäljningen hos the House of Fair Trade.

Fair Trade Shop-konceptet ägs av Organisationen Fair Trade Återförsäljarna, samordnas av styrelsen för Organisationen Fair Trade Återförsäljarna och kansliet och drivs gemensamt av butikerna tillsammans med organisationen. Varulanseringar samordnas av kansliet.

Årsmötet för Organisationen Fair Trade Återförsäljarna är föreningens högsta beslutande organ. Årsmötet kan med beslut med två tredjedels majoritet av de avgivna rösterna utesluta medlem som underlåter att fullgöra sina förpliktelser gentemot Organisationen Fair Trade Återförsäljarna, skadar eller på annat sätt motarbetar föreningens syfte.

## 2. Vad är en Fair Trade Shop?

I kategorikriterierna för Fair Trade Shop (se bilaga 1) framgår vad som definierar en Fair Trade Shop. Nedan redogörs för varje punkt med kompletterande beskrivningar.

De Fair Trade Shop som finns idag drivs på olika sätt: några är ideella föreningar med frivilliga som arbetar i butiken, och av dessa butiker har några en butiksanställd. Någon butik drivs genom Svenska kyrkan, någon butik som enskild firma och någon som aktiebolag.

### 2.1 Definition

Fair Trade Shop är en medlemskategori inom Organisationen Fair Trade Återförsäljarna, och definieras här som:

*Profilbutik som följer nationellt enhetligt koncept gällande bl.a. inredning, sortiment och grafisk profil. Egen butik eller avgränsad del med egen ekonomisk redovisning.*

Vår profil (det som vi vill uppfattas som) är:

*Livsstilsbutik med hantverk och livsmedel av hög kvalitet. En oas där kunden kan handla med gott samvete och få en upplevelse av att hen är med och påverkar till en bättre värld.*

Våra kärnvärden är:

*omtänkande, relationsbärande, levande.*

## 2.2 Övrig försäljning

I Fair Trade Shop strävar vi efter att en hög andel av våra varor är handlade enligt World Fair Trade Organizations principer för Fair Trade (se bilaga 5), för att kunna leva upp till det vi säger att vi är: en Fair Trade Shop. Andelen rättvis handlade varor enligt Leverantörslistan (se bilaga 6) skall vara minst 85 % av inköpsvärdet, vilket betyder att **minst 85 % av de pengar som går till varuinköp skall läggas på varor som är rättvist handlade**. Max 15 % av inköpsvärdet får användas till varor som inte är rättvist handlade. Det kan t.ex. handla om böcker som handlar om relevanta ämnen, ekologiska varor, svenskt hantverk, second hand, eller om varor som är producerade under goda förhållanden i ett land som någon i butiken kanske har besökt och har personlig kontakt med. Vi utgår från inköpsvärdet och inte försäljningsvärdet, eftersom inköpet är det som gynnar producenten. Riktlinjer för leverantörslistan (se bilaga 7) uppdateras löpande, och där hittar du exempel på Fair Trade-leverantörer.

Andelarna och innehållet i det som inte är rättvist handlat rapporteras i, eller i samband med, inskickandet av årsredovisning och verksamhetsberättelse. Det är därför lämpligt att i den löpande bokföringen göra skillnad på de rättvist handlade inköpen och de icke rättvist handlade inköpen, för att enkelt kunna redovisa detta. Se vidare under 4. Krav – Verksamhetsberättelse och årsbokslut.

Det är mycket viktigt att det är tydligt för kunden vilka varor som inte är rättvist handlade enligt leverantörslistan. Kunden ska känna sig trygg med att varorna i Fair Trade Shop är rättvist handlade och därför skall de varor som inte är det märkas upp på lämpligt sätt. Läs mer om detta under 4. Krav – Butikens inredning.

## 2.3 Medlemsavgift/serviceavgift

För att bli medlem i kategorin Fair Trade Shop betalas en inträdesavgift om 5 000 kr + moms, och en medlemsavgift om 500 kr per år. Medlemsavgiften är inte momsbelagd.

Som medlem i Fair Trade Återförsäljarna betalar butiken en serviceavgift på 2,2 % av omsättningen föregående år. Serviceavgiften tas ut fr.o.m. år två. Serviceavgiften beräknas på omsättningen från den tidpunkt då butiken blev medlem. På serviceavgiften tas 25 % moms ut.

Tabellen nedan illustrerar hur avgiftssystemet fungerar.

	År 1	Fr o m År 2
<b>Inträdesavgift</b>	5 000 kr	-----
<b>Medlemsavgift</b>	500 kr	500 kr
<b>Serviceavgift 2,2 % på omsättningen</b>	0 kr	xx kr

Medlem är skyldig att senast den sista januari varje år rapportera föregående års omsättning. Fair Trade Återförsäljarna fakturerar medlemsavgift/serviceavgift utifrån denna uppgift. Betalningsvillkoren är 20 dagar.

Som Fair Trade Shop har man en högre serviceavgift jämfört med övriga medlemmar, eftersom detta bekostar en ökad servicegrad från Fair Trade Återförsäljarna. I Fair Trade Shop-kriterierna ingår en del förmåner, exempelvis en egen hemsida, särskilt utformade presentkort och en årlig gemensam träff, som övriga medlemmar inte får. Se nedan under 3. Förmåner och stöd från organisationen.

## 3. Förmåner och stöd från organisationen

### 3.1 Två röster på årsmötet

Varje Fair Trade Shop har två röster på årsmötet.

### 3.2 Medlemsbrev

Kansliet hos Fair Trade Återförsäljarna skickar regelbundet ut medlemsbrev till alla medlemmar med information om aktuella händelser och kampanjer inom organisationen och annan relevant information.

### 3.3 Hemsida och sociala medier

Fair Trade Shop har en gemensam hemsida [www.fairtradeshop.se](http://www.fairtradeshop.se). Varje Fair Trade Shop får en egen undersida som redigeras på egen hand av respektive butik. Undersidorna delar en stor del av innehållet med varandra samt har ett enhetligt utseende. Fair Trade Återförsäljarnas kansli ansvarar för att hålla den gemensamma delen uppdaterad.

Det finns en länk till [www.fairtradeshop.se](http://www.fairtradeshop.se) på Fair Trade Återförsäljarnas hemsida.

På den nationella organisationens hemsida, [www.fairtradeorg.se](http://www.fairtradeorg.se), får varje butik en egen undersida med presentation, adress, kontaktuppgifter och länk. Det är viktigt att varje butik löpande skickar rätt information till [info@fairtradeorg.se](mailto:info@fairtradeorg.se).

Varje butik skall använda sig av Fair Trade Shop-mailadresser: [XXXX@fairtradeshop.se](mailto:XXXX@fairtradeshop.se)

Fair Trade Shop har en gemensam sida på Facebook, och kansliet/styrelsen ansvarar för administrationen av denna.

### 3.4 Informations- och kampanjmaterial

Varje Fair Trade Shop får tilldelning av informations- och kampanjmaterial, i huvudsak gratis men kan vid vissa tillfällen beställas till självkostnadspris. Organisationen Fair Trade Återförsäljarna söker regelbundet bidrag för olika informationsprojekt, för att bekosta produktion av material.

### 3.5 Utbildningsstöd

En viktig del av att vara Fair Trade Shop är att ha kunnig säljpersonal. Butiken får utbildningsstöd i startfasen men även framöver för att säkerställa att butiken upprätthåller kunskapen om Fair Trade. Organisationen Fair Trade Återförsäljarna erbjuder varje år utbildningstillfälle i Fair Trade Grund så att butiken kan utbilda minst en lokal informatör. Fair Trade Grund är en basutbildning i Fair Trade och syftar till att deltagare som genomfört utbildningen ska kunna utbilda och informera butikspersonal/butiksvolontärer. Se *Fair Trade Återförsäljarnas utbildningsöversikt* för mer information om utbildningar.

### 3.6 Årliga möten och träffar med andra Fair Trade Shop

Att vara en Fair Trade Shop är att vara en del av ett nätverk. Varje butik är sin egen juridiska och ekonomiska enhet och det krävs därför ett engagerat samarbete för att samtidigt kunna vara ett gemensamt ansikte utåt!

Fair Trade Återförsäljarna ser till att det en gång per år arrangeras en träff för deltagare från de olika butikerna för att där diskutera hur samarbetet ska fungera och vad som ska hända framåt med Fair Trade Shop. Eftersom en stor del av alla aktiva inom Fair Trade Shop är frivilliga med andra arbeten så har träffarna hittills skett på helger. Fair Trade Återförsäljarna strävar efter att ersätta resan för en person per butik till dessa träffar, som varje år hålls på en ort där det finns en Fair Trade Shop. Det är butikerna som organiserar innehållet i och det praktiska arrangemangen kring träffarna med stöd från den nationella organisationen. Utöver dessa träffar så finns naturligtvis möjligheten att ses i samband med årsmötet för Fair Trade Återförsäljarna och Fair Trade Forum, samt hålla en levande diskussion i Facebook-gruppen.

### **3.7 Facebook-grupp**

Fair Trade Shop har en egen facebook-grupp där diskussioner mellan butikerna förs. Gruppen är skapad för att upprätthålla intern kommunikation samt diskussioner kring prissättning, inköp och kampanjer. Fair Trade Återförsäljarna finns med som stöd och för att informera om sådant som berör Fair Trade Shop-samarbetet

### **3.8 Rabatt hos the House of Fair Trade**

Som Fair Trade Shop erbjuds rabatt på inköp hos the House of Fair Trade. Rabatten är 6 % på varor med 25 % moms och 3 % på varor med 12 % moms.

### **3.9 Försäkring**

Genom Fair Trade Återförsäljarna finns det möjlighet att teckna en gemensam volontärförsäkring. Kontakta kansliet för mer information, [info\(at\)fairtradeorg.se](mailto:info@fairtradeorg.se).

### **3.10 Hjälp med marknadsföring och kampanjer**

Marknadsföringen nationellt av Fair Trade Shop är i huvudsak samordnad av Fair Trade Återförsäljarna. Det kan t.ex. ske genom annonser, särskilda Facebook-inlägg och nyheter på [www.fairtradeorg.se](http://www.fairtradeorg.se).

Vid särskilda lanseringar av varor i samarbete med the House of Fair Trade (se nedan under punkt 4) bidrar the House of Fair Trade med material till skyltning och informationsmaterial till kunderna. Det gemensamma standardsortimentet marknadsförs via the House of Fair Trade och Fair Trade Återförsäljarna på [www.fairtradeshop.se](http://www.fairtradeshop.se).

Styrelsen erbjuder 5 timmars styling/skyltning/design till varje Fair Trade Shop.

### **3.11 Specialutformat reklammaterial**

Fair Trade Återförsäljarna ansvarar för att ta fram exempelvis informationsmaterial, kassar, klistermärken, presentkort med Fair Trade Shop-logotyp. Butikerna betalar självkostnadspris för materialet, och det kan beställas från lagret på Fair Trade Återförsäljarnas kansli. Informationsmaterial till kund finns även för beställning, dessa fungerar utmärkt att dela ut till kunder och i presentkassar.



### **3.12 Presentkort**

Fair Trade Shop har gemensamt utformade presentkort som är giltiga i alla Fair Trade Shop. Inlösande butik fakturerar utställande butik 100 %. Presentkortet tas fram av Fair Trade Återförsäljarna och finns att beställa gratis från kansliet. För detaljerad beskrivning av hanteringen av presentkort, se bilaga 2.

### **3.13 Butiksinredning**

Fair Trade Återförsäljarna tar vid behov fram förslag på butiksinredning och kan bidra med rådgivning kring butiksutformning, för att modernisera och professionalisera butiken. De redan etablerade Fair Trade Shop hjälper såklart gärna till med tips och råd.

### **3.14 Mässor**

En Fair Trade Shop erbjuds varje år att stå tillsammans med Fair Trade Återförsäljarna för att sälja varor och marknadsföra konceptet under något externt evenemang som t.ex. Schysst Jul i Stockholm.

## 4. Krav

### 4.1 Medlemskriterier

**Fair Trade Återförsäljarnas fem medlemskriterier** är gemensamma för alla medlemmar oavsett kategori och **skall följas**. Medlemskriterierna är följande:

- Medlemmen förbinder sig att genom sitt syfte och sina stadgar, informationsmaterial och aktioner att arbeta för WFTO:s principer för Fair Trade.
- Medlemmens syfte är att arbeta för rättvis handel. Rättvist handlade produkter ska saluföras på det sätt och med den %-fördelning som anges i respektive medlemskategori.
- Medlemmen strävar efter att vara en bra marknadsplats för producenter och lägger stor vikt vid butikens utseende, varornas presentation samt personalens attityder och kunskaper.
- Medlemmen informerar allmänheten om sina mål, produktens ursprung, producenterna och världshandeln. Den stödjer aktioner och kampanjer till stöd för en förbättrad situation för producenterna och försöker påverka nationella och internationella politiska beslut i en för producenterna positiv riktning.
- Medlemmen bör investera sin vinst i rörelsen för rättvis handel.

### 4.2 Medlemsenkäten

Fair Trade Återförsäljarna är medlem i World Fair Trade Organization, och är därmed skyldig att rapportera hur organisationen arbetar, vilket är en del av transparensen inom Fair Trade-rörelsen. **Som medlem i Fair Trade Återförsäljarna är butiken skyldig att svara på den enkät som regelbundet skickas ut**, för att organisationen skall kunna sammanställa information till rapporten.

### 4.3 Fair Trade-utbildning

En viktig del av att vara Fair Trade Shop är att ha kunnig säljpersonal, se ovan under 3. Förmåner och stöd från organisationen - utbildningsstöd. Här vilar ett ansvar på varje Fair Trade Shop att se till att anställd personal och butiksvolontärer har kunskap/utbildning i Fair Trade. **All personal i butiken skall genomföra Fair Trade Start**. Fair Trade Start är en grundutbildning som kan göras enskilt på distans eller tillsammans i butik. Kursen finns tillgänglig på Fair Trade Återförsäljarnas hemsida, [www.fairtradeorg.se/utbildningar/fair-trade-start/](http://www.fairtradeorg.se/utbildningar/fair-trade-start/). Att vara utbildad Fairtrade-ambassadör anses inte som tillräcklig utbildning, eftersom Fairtrade-märkningen är en del av Fair Trade-rörelsen men inte omfattar hela rörelsen.

**Medlemmen skall varje år skicka in en förteckning, till Fair Trade Återförsäljarna, över hur många medarbetare som har genomfört Fair Trade Start.** Se *Fair Trade Återförsäljarnas utbildningsöversikt* för fler utbildningar.

Varje butik förväntas att för sina medarbetare löpande genomföra Fair Trade Grundkurs av egen eller annan utbildad informatör. Att ha kunskap i Fair Trade innebär bl.a. att den person som står i kassan ska veta skillnaden mellan och kunna förklara de olika begreppen som vi använder, d.v.s. Fair Trade och Fairtrade, att känna till om varornas ursprung och vara insatt i WFTO:s 10 principer för Fair Trade. Vi förväntar oss inte en utantill-kunskap om alla varor, men kunder som frågar skall kunna få svar direkt eller få besked om att vi kan ta reda på det som de undrar.

#### 4.4 Logotyp

En Fair Trade Shop förbinder sig att följa *Riktlinjer för den grafiska profilen*, som antagits av Fair Trade Återförsäljarnas årsmöte. I dessa riktlinjer finns bl.a. beskrivet hur Fair Trade Shop-logotypen ska användas i kombination med eget butiksnamn. I det fall butiken tar fram eget reklam- eller informationsmaterial skall logotypen för Fair Trade Shop användas.

**Logotypen för Fair Trade Shop skall synas på butikens fasad och/eller i skyltfönster.**

#### 4.5 Butikens inredning

Alla Fair Trade Shop skall följa gemensamt framtagna kriterier för butikernas inredning och genomföra nödvändiga förändringar enligt en för varje butik fastställd tidsplan. Syftet med detta är att skapa en viss igenkänningsfaktor för kunder som besöker Fair Trade Shop på olika orter. En Fair Trade Shop skall vara en snygg och stilren butik, där varorna framhävs på ett positivt sätt.

##### *KRITERIER:*

- Vita väggar och en fondvägg eller annan del i butiken i kontrasterande grönt
- Information (hyllkantslist eller skyltar på hyllan) om huruvida varan är producerad enligt WFTO:s principer för Fair Trade, Fairtrade-märkt och/eller ekologisk
- WFTO:s 10 principer om Fair Trade skall finnas skyltade i butiken
- Fair Trade Shop-logotypen ska finnas synlig inne i butiken
- Informationsmaterial om producenter skall finnas tillgängligt för kunden i butiken

**Den kontrasterande gröna färgen** som en del av butiken skall målas i, skall vara logotypens gröna färg med **färgkod NCS 3040-G30Y**. Att välja en matt färg med glans 7 gör att reflexer undviks.

Vid livsmedelshyllorna kan hyllkantslister användas för den obligatoriska informationen om huruvida varan är producerad enligt WFTO:s principer för Fair Trade, Fairtrade-märkt och/eller ekologisk. Detta kan märkas ut med bokstäverna W, F och E tillsammans med väl synlig information om vad bokstäverna betyder. Se bilaga 3 för beskrivning. Man kan med fördel även beskriva om varan är producerad i EU men med rättvist handlade varor från annat håll (se bilaga 4).

World Fair Trade Organizations 10 principer för Fair Trade skall finnas synliga i butiken. De kan skrivas direkt på väggen eller sättas upp som skylt/tavla. Se bilaga 5 för förslag på skylt. Ett dokument med principerna finns att tillgå från kansliet för Fair Trade Återförsäljarna.

Fair Trade Shop-logotypen skall finnas synlig inne i butiken. Den kan sitta på kassadisen eller tryckas på väggen eller sättas upp som skylt eller tavla.

Informationsmaterial om producenter skall finnas tillgängligt i butiken. Detta kan vara genom en pärm med information, som kunden kan bläddra i, eller genom en dataskärm/surfplatta med bildspel med producentinformation. Vi marknadsför oss som en butik där det finns en hög kunskap om människorna bakom produkterna och därför är det viktigt att vi på ett enkelt och trovärdigt sätt kan ge kunden information om de som har tillverkat varorna.

#### *Övrigt om inredning*

För en tydligare upplevelse för kunden bör varor fördelas i olika definierade ”världar”, d.v.s. att livsmedel placeras för sig i hyllorna, köksgeråd för sig och leksaker för sig osv. Detta görs med fördel uppifrån och ner, d.v.s. att varor som tillhör samma grupp placeras ovanför varandra, istället för att spridas ut på längden på ett hyllplan.

Butiken bör ha ett belysningsystem som ger bra belysning av varorna.

#### *Jämförpriser och lagar*

Det är lag på att den som säljer varor till konsumenter måste ange priset på ett korrekt och tydligt sätt. Priset ska anges inklusive moms och andra skatter. **Varorna i butiken ska ha både försäljningspris och jämförpris.** Det finns dock undantag, jämförpriser behöver inte finnas på:

- förpackningar som innehåller 50 gram, 50 ml eller mindre,
- förpackningar som innehåller flera olika varor, till exempel färdiga måltider.

I dagligvaruhandeln (mataffärer) behöver jämförpris inte heller finnas på:

- mixer som kräver tillsatser av annat än vatten för att vara färdiga att äta,
- sallad, örter eller kryddor i kruka,
- grönsaker och rotfrukter som säljs med blasten kvar,
- naturläkemedel och kosttillskott.

På varor där jämförpriset är detsamma som förpackningspriset behöver det inte heller finnas jämförpriser. **Konsumentköplagen skall finnas utskriven i varje butik.** Den finns på: <https://lagen.nu/1990:932>. **Marknadsföringslagen skall finnas utskriven i varje butik.** Den finns på: <https://lagen.nu/2008:486>. Enligt kassalagen måste alla kassor vara registrerade hos Skatteverket. Gå in på adressen <http://www.skatteverket.se/etjanster/kassaregister.4.6f9866931215a607a4f80005366.html>.

Priser skall finnas med vid varorna som visas i skyltfönstret.

## **4.6 Öppettider och läge**

**En Fair Trade Shop skall ha öppet minst 21 timmar per vecka.** Övergångsregler för öppettider kan tillämpas för nystartade butiker.

## **4.7 Sortiment**

I en Fair Trade Shop ska kunder kunna hitta ett brett sortiment av rättvis handlade produkter: livsmedelsvaror, inredning och mode. Vad menar vi med brett sortiment? Det innebär att en Fair Trade Shop inte kan inrikta sig på att t.ex. enbart sälja kaffe, te, choklad eller enbart fokusera på smycken och sjalar. **Varor från utvalda producenter hos the House of Fair Trade ingår i standardsortimentet.** Dessa marknadsförs gemensamt på

Fair Trade Shops hemsida samt i tryckt material. Övriga varor är fritt för varje butik att enskilt bestämma över, förutsatt att övriga kriterier kring sortiment och varulanseringar i denna manual följs.

#### *Standardsortiment*

Divine Choklad	Les Jardins de Gaia (Té)	
Café Direkt (kaffe)	Turqle Trading (kryddor, Ukuva såser)	
Selyn (tygleksaker)	Golden Palm (träleksaker)	Gospel House (träleks.)
Camari (Tagua-smycken)	Calypso (glassmycken)	
Palam (tvålar)	Streetwires (smycken, inredning)	

### **4.8 Varulanseringar**

Under de första åren i Fair Trade Shop-samarbetet lanserade butikerna två gånger per år, vår och höst, en gemensam varukollektion. Som en utveckling av kollektionsarbetet ingår det i Fair Trade Shop-medlemskapet att delta i lanseringar av varor i samarbete med the House of Fair Trade. Två gånger per år lanserar the House of Fair Trade utvalda varor genom Fair Trade Shop. **Varje Fair Trade Shop förbinder sig att köpa in varor till ett värde av minst 2500 kr (ex moms) vid varje lansering.** Förutsättningarna för samarbetet regleras i en skriftlig gemensam överenskommelse mellan the House of Fair Trade och Organisationen Fair Trade Återförsäljarna.

Syftet med varulanseringar är att på ett professionellt, trendigt och nytänkande vis stödja producenter att nå ut på den svenska marknaden. Genom gemensam lansering skapas även tillfälle att ta fram gemensamt marknadsföringsmaterial samt en plattform för den lokala butiken att synas medialt, nationellt eller lokalt.

### **4.9 World Fair Trade Day**

World Fair Trade Day firas varje år den andra lördagen i maj av producenter, importörer, återförsäljare, konsumenter och intresseorganisationer runt om i hela världen. Fair Trade Återförsäljarna uppmuntrar till olika former av aktiviteter denna dag, och **en Fair Trade Shop skall delta i firandet av World Fair Trade Day.** Hur firandet går till är valfritt, och det kan handla om provsmakningar, tipspromenad, föreläsning, rabatter, kampanjer eller extra mycket information i butiken. Varje år utformar Fair Trade Återförsäljarna en gemensam kampanj eller aktivitet där butikerna uppmuntras att delta för att uppnå så stort genomslag som möjligt.

#### *4.10 Inträde och Uteslutning*

**Butik som trots upprepade varningar inte följer här uppställda kriterier kan av styrelsen för Fair Trade Återförsäljarna fräntas rätten att vara en Fair Trade**

**Shop.** Förmåner och krav gäller när styrelsen har godkänt ansökan om att vara Fair Trade Shop.

## 5. Samverkan

Utöver vad som kan erbjudas som stöd från Fair Trade Återförsäljarna så bygger Fair Trade Shop på ett samarbete mellan butikerna. Att vara en Fair Trade Shop är att vara en del av ett brokigt nätverk som brinner för Fair Trade.

Förutom de fysiska träffar som sker någon gång per år, beskrivs under punkt 3, så har medlemmar från butikerna kontakt under året genom telefon, mail och sociala medier. Minst en representant från varje butik kan vara medlem i den gemensamma Facebook-gruppen *Fair Trade Shop arbetsgrupp*. Här diskuterar vi gemensamma lanseringar och frågar varandra om t.ex. varor och priser.

### *Utvärderingar*

Vid behov utför Fair Trade Återförsäljarna utvärdering av Fair Trade Shop-konceptet för att kunna förbättra och nå upp till de behov som butikerna uttrycker. Varje butik uppmanas då att besvara enkäten, annars riskerar butiken ett mindre inflytande i utvecklingsprocessen. Utvärderingen skickas ut ca en gång om året.

## **6. Bilagor**

**Bilaga 1: Kategorikriterier för Fair Trade Shop**

**Bilaga 2: Hantering av presentkort för Fair Trade Shop**

**Bilaga 3: Teckenförklaring för hyllkantsetiketter**

**Bilaga 4: Teckenförklaring för asterisk**

**Bilaga 5: WFTO:s 10 principer för Fair Trade**

**Bilaga 6: Leverantörslistan**

**Bilaga 7: Riktlinjer för leverantörslistan**