

Försäljningen av Fairtrade-märkta varor ökade med 10 % under 2016 till c:a 3,6 miljarder kronor. Svensken handlar nu Fairtrade-märkt för i genomsnitt 360 kr per år. Siffrorna visar bland annat att Fairtrade fortsätter att växa inom de flesta produktgrupperna, att det fortsatt är stor efterfrågan från dagligvaruhandeln, samt att en fortsatt stor del av försäljningen också är ekologiskt certifierad. Rosor nådde en milstolpe då mer 51% av snittrosorna som säljs i landet nu är Fairtrade-märkta. FNs nya hållbarhetsmål verkar solidifiera och utveckla efterfrågan från företag ytterligare.

## Sammanfattning 2016

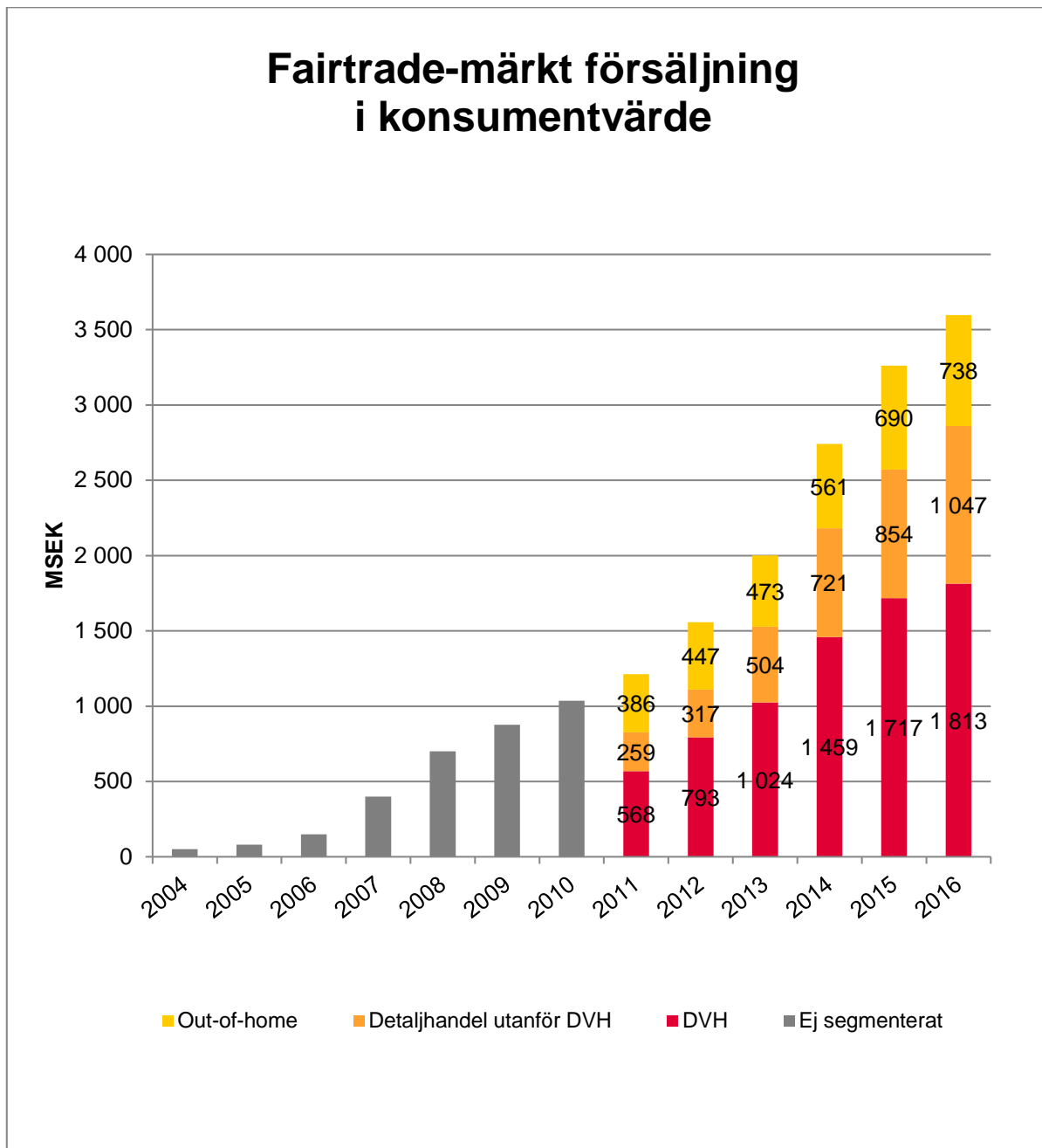
Totalt uppskattat försäljningsvärde (inkl. moms):	<b>c:a 3,598 miljarder kronor (€380 miljoner)<sup>1</sup></b>
Kronor spenderat per capita i Sverige:	<b>360 kr (€38)</b>
Konsumentvärde i dagligvaruhandeln (DVH):	<b>c:a 1,8 miljarder kronor</b>
Konsumentvärde i detaljhandel utanför DVH:	<b>c:a 1 miljard kronor</b>
Konsumentvärde i Out-of-home, inkl. hotell/restaurang/catering och arbetsplatser etc.:	<b>c:a 738 miljoner kronor</b>
Procentuell förändring av värdet i handeln mot föregående år:	<b>10 % ökning</b>
Totalt antal produkter (artiklar) vid utgången av 2015:	<b>2989 st (15 % ökning mot föregående år)</b>

Värdena är beräknade på faktiskt eller uppskattat pris i DVH gentemot konsument.

<sup>1</sup> Genomsnittlig eukurs för 2016: 9,4704 (riksbanken.se)

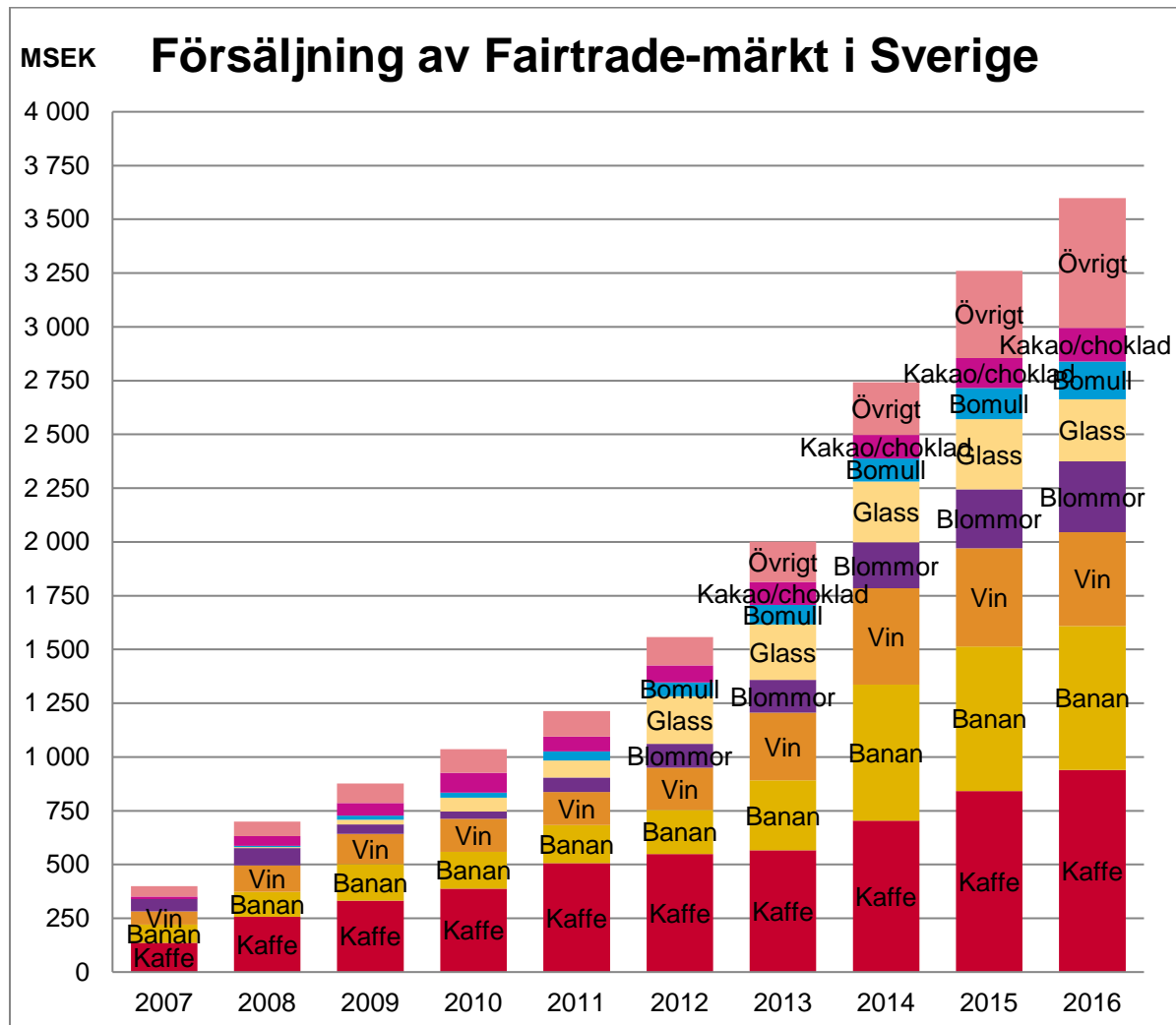
## Jämförelse av försäljningen över tid

Grafen nedan ger en bild av hur försäljningen utvecklats över tid. Uppskattningsvis genererades 50 % av försäljningsvärdet i dagligvaruhandeln (DVH), 29 % i detaljhandeln utanför DVH och 21 % i Out-of-home-sektorn.



## Siffror på produktgruppsnivå

Siffrorna nedan avser total försäljning (d.v.s. både i och utanför DVH) och förändringen beräknas på försäljningsvärde.



Värdena nedan är baserade på faktiskt eller uppskattat pris i DVH. Tabellen nedan innehåller produktgrupper inom vilka Fairtrade-märkt finns representerat och har ett försäljningsvärde på över 10 miljoner kronor. De produktgrupper som representeras av färre än tre företag särredovisas inte på grund av konkurrensskäl och är därmed exkluderade från nedanstående tabell (bortsett från de företag som har gett sitt uttryckliga medgivande). Förändringssiffran baseras på försäljningsvärde.

Produktgrupp	Volym	Värde MSEK	Förändring i värde (mot 2015)	Andel
Kaffe	8 167 ton	939	12 %	9,8 %*
Bananer	29 658 ton	670	0 %	17,1 %*
Vin	5,9 milj. liter	435	-5 %	2,5 %*
Blommor (totalt)	54,8 milj. st.	329	20 %	Rosor: 51,0 %***
Glass & dessert	2,9 milj. liter	290	-12 %	9,3 %**
Bomull	Osäker uppgift	175	22 %	Okänd el. <1 %
Kalla drycker	1,9 milj. liter	164	36 %	Okänd el. < 1 %
Choklad (konfektyr)	507 ton	107	11 %	2,0 %**
Te	123 ton	77	28 %	6,1 %**
Godis	677 ton	61	145 %	Okänd el. < 1 %
Socker & honung	1 229 ton	59	0 %	4,1 %**
Snacks, kex & bakverk	147 ton	53	386 %	Okänd el. < 1 %
Kakao & drickchoklad	355 ton	50	13 %	8,0 %**
Nötter	136 ton	49	44 %	Okänd el. < 1 %
Hygienprodukter	0,1 milj. liter	42	38 %	Okänd el. < 1 %

\* Källa: Fairtrades licensrapporter samt beräkningar i volym från SCB

\*\*Källa: Nielsen Scantrack, v.1-52, 2016, DVH

\*\*\* Källa: Fairtrades licensrapporter samt beräkningar i volym, endast rosor

## Ekologiskt

Ungefär 63 % av alla Fairtrade-märkta produkter som konsumeras på den svenska marknaden är ekologiskt certifierade, räknat på försäljningsvärde i konsumentled.

