



FÖRSÄLJNINGSTATISTIK 2018

Officiell statistik från Fairtrade Sverige, 2019-04-25

Försäljningen av Fairtrade-märkta varor ökade med c:a 10 % under 2018 till nästan 4,1 miljarder kronor. Svensken handlar i genomsnitt nu Fairtrade-märkt för motsvarande 399 kr per år. Fairtrade fortsätter att växa inom de flesta produktgrupperna och håller takten i dagligvaruhandeln. Fairtrade-kaffe når sin högsta marknadsandel hittills med 11,3 %. Marknadspositionen för rosor är fortsatt stark – 51,9 % av snittrosorna som säljs i landet är Fairtrade-märkta. Bomull i textilier är den produktgrupp som växer snabbast, och också en sektor där behoven är stora och potentialen enorm.

Sammanfattning 2018

Totalt uppskattat försäljningsvärde ¹ :	c:a 4,078 miljarder kronor (€ 398 miljoner)²
Kronor spenderat per capita i Sverige:	399 kr (€ 39)
Konsumentvärde i dagligvaruhandeln (DVH):	c:a 1,978 miljarder kronor
Konsumentvärde utanför DVH:	c:a 2,100 miljarder kronor
Procentuell förändring av värdet i handeln mot föregående år:	10 % ökning³
Totalt antal produkter (artiklar med registrerad försäljning) vid utgången av 2018:	2604 st⁴

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

¹ Värdet motsvarar det konsumenten betalar i butik, dvs inkl. moms. Varor som inte köps i butik, t ex kontorskaffet, en kopp kaffe på ett café eller bananer i fruktkorgar räknas om till motsvarande butiksvärde. Det är därför en konservativ uppskattning då konsumtion "på stan" är dyrare.

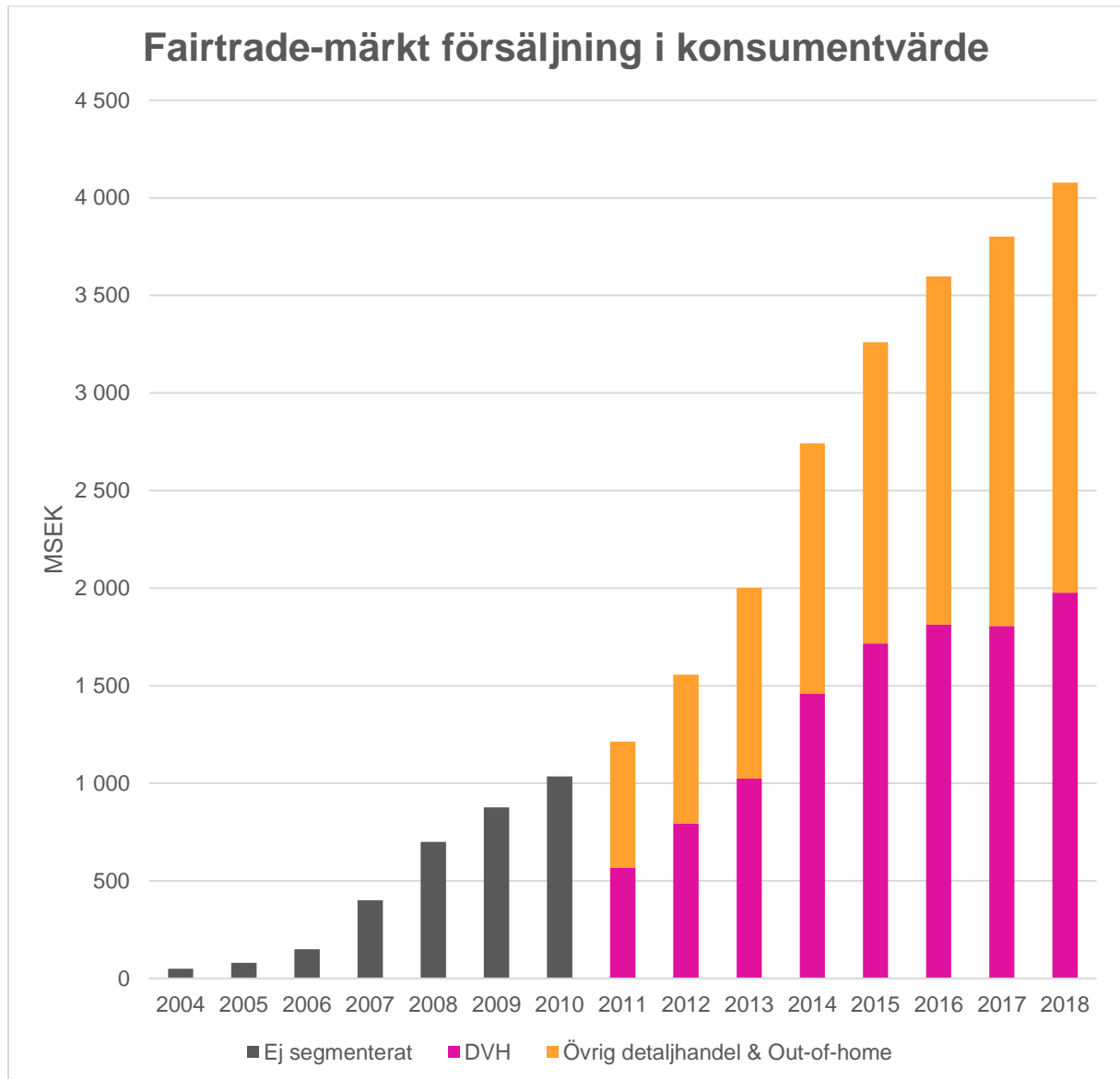
² Genomsnittlig eurokurs för 2018: 10,2567 (riksbanken.se).

³ 2017 års totala försäljningsvärde har justerats till 3,72 miljarder kronor, på grund av ett fel i en licensrapport.

⁴ Siffran inkluderar inte fullt ut alla produkter som kan hittas, då viss direktimport sker. Siffran är således lågt räknad då dessa inte kommer med tas med, men kan anses vara de mest relevanta produkterna.

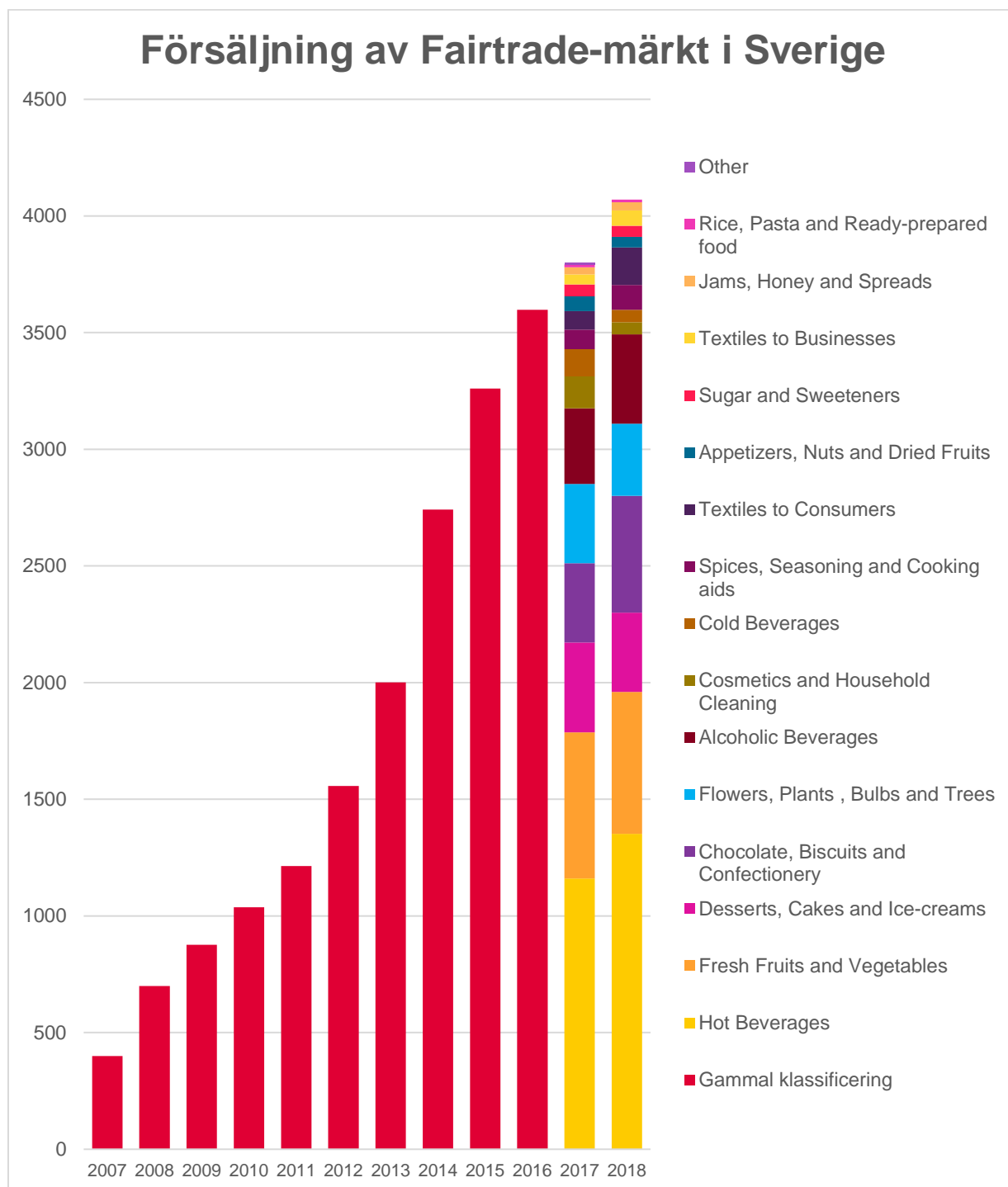
Jämförelse av försäljningen över tid

Grafen nedan ger en bild av hur försäljningen utvecklats över tid. Uppskattningsvis genererades 48 % av försäljningsvärdet i DVH (oförändrat), och resten i detaljhandeln utanför DVH och i Out-of-home-sektorn.



Siffror på produktgruppsnivå

Siffrorna nedan avser total försäljning (d.v.s. både i och utanför DVH)⁵.



⁵ Produktgrupperna förändrades 2017 p g a nytt datasystem som används globalt inom Fairtrade. Därför redovisas inte siffrorna på produktgruppsnivå för 2017 och bakåt då grupperna inte är jämförbara.

Produktgrupp	Värdetförändring	Volymförändring
<i>Alcoholic Beverages</i>	18 %	10 %
<i>Appetizers, Nuts and Dried Fruits</i>	-28 %	-1 %
<i>Chocolate, Biscuits and Confectionery</i>	47 %	53 %
<i>Cold Beverages</i>	-55 %	-49 %
<i>Cosmetics and Household Cleaning</i>	-11 %	-11 %
<i>Desserts, Cakes and Ice-creams</i>	-11 %	-11 %
<i>Flowers, Plants , Bulbs and Trees</i>	-9 %	-9 %
<i>Fresh Fruits and Vegetables</i>	-3 %	-5 %
<i>Hot Beverages</i>	17 %	4 %
<i>Jams, Honey and Spreads</i>	13 %	22 %
<i>Rice, Pasta and Ready-prepared food</i>	-7 %	-9 %
<i>Spices, Seasoning and Cooking aids</i>	29 %	48 %
<i>Sports Balls</i>	2 %	2 %
<i>Sugar and Sweeteners</i>	-7 %	-2 %
<i>Textile to Businesses</i>	52 %	49 %
<i>Textile to Consumers</i>	101 %	237 %

Tabellen nedan innehåller de underkategorier av de större produktgrupperna för vilka vi beräknat en marknadspenetration. Förändringen är antingen i volym eller värde beroende på källa och ska ses som en uppskattning baserat på den data vi har och kan jämföra med. Förändringar som baseras på Nielsens data ska ses som indikativa då de bara speglar DVH, vilket motsvarar knappt hälften av den totala försäljningen av Fairtrade-märkta produkter.

Underkategori	Andel
<i>Rosor</i>	51,9 %*
<i>Bananer</i>	16,9 %*
<i>Kaffe</i>	11,3 %*
<i>Kakao & drickchoklad</i>	10,4 %**
<i>Glass</i>	7,5 %**
<i>Te</i>	6,9 %**
<i>Socker & honung</i>	4,4 %**
<i>Choklad (konfektyr)</i>	3,7 %**
<i>Sockerkonfektyr</i>	2,5 %**
<i>Vin</i>	2,0 %*

* Källa: Fairtrades licensrapporter samt beräkningar i volym från källor som SCB, Systembolaget & BRO.

**Källa: Nielsen Scantrack, v.1-52, 2018, DVH

Ekologiskt

Ungefär 67 % av konsumtionen av Fairtrade-märkta produkter på den svenska marknaden är ekologiskt certifierade, räknat på försäljningsvärde i konsumentled.

Liknande resultat får man om man ser till andelen av antalet produkter om också är ekologiska, nämligen 65 %.

