

Fairtrade Sverige 2023

**Konan Amalan Cécile,
kakaodlare, Elfenbenskusten**



FAIRTRADE
SVERIGE

Innehåll

Generalsekreteraren har ordet	3
Hur vi skapar förändring	5
I korthet	6
Nedslag 2023	8
10. Kommunikation	
Fika forever & Flytta handen – kampanjer som engagerade	11
Kafferapporten – Blir det någon påår 2050?	13
Fairtrade i media	15
Viktigt välja schysst i tuffa tider	18
Populärast på sociala medier 2023	19
21. Samarbete med aktörer i civilsamhälle & offentlig sektor	
"Fairtrade är ett tydligt och levande varumärke – det lockar mig"	22
Uppsala – Årets Fairtrade City igen	24
Banansatsningen bidrar till Agenda 2030	25
Odlarperspektiv & chokladprovning på tematräff om kakao	27
Fairtrade + Handbolls-VM = sant	28
Riskprodukter i fokus på webinarier	29
Fairtrade & postkodeffekten	30

31. Påverkan & policyarbete

Stark röst för levnadslöner & hållbar handel	32
Stora steg mot historisk lagstiftning	34

35. Samarbete med kommersiella aktörer

Nya kriterier för kakao & kaffe	36
Schyssta rosor ger bättre arbetsvillkor & högre lön	38
Nytt verktyg hjälper företag hantera miljö- & människorättsrisker	39
På besök i fabriken	40
Produktlanseringar	41



Foto: Mohammed Aly Diabate

VÄRLDEN ÄR MER än halvvägs in i Agenda 2030 och om bara sex år ska de globala målen för hållbar utveckling vara uppfyllda. Det innebär att den extrema fattigdomen ska vara avskaffad, ojämlikheter och orättvisor ha minskat och klimatrisen vara löst. Men prognoserna är dystra, till exempel kommer mål 1, ingen fattigdom, [inte att uppnås](#).

Under de senaste decennierna har fattigdomen visserligen minskat kraftigt, men fortfarande lever [mer än 650 miljoner människor i extrem fattigdom](#). Hälften av dem är barn. Med fattigdomen följer [barnarbete](#) – miljontals barn världen över tvingas arbeta i stället för att gå i skolan eftersom familjen inte tjänar tillräckligt för att kunna försörja sig.

Att bekämpa fattigdom är själva kärnan i Fairtrades verksamhet. Målet är en värld där de som odlar råvarorna vi har på våra bord ska ha säkra och hållbara inkomster – och därmed större inflytande över sin framtid.

För att nå dit har vi alla ett ansvar – konsumenter, politiker, företag och organisationer. Som konsument kan vi göra medvetna val och flytta handen till den hållbara varan i butiken. På så sätt påverkar vi företag och dagligvaruhandel att driva på förändring. Och både konsumenter och företag kan påverka politiker att stifta lagar som innebär att företag tar ansvar – i alla led.

Men hela ansvaret kan inte bäras av konsumenter. Fairtrade arbetar därför även för att åstadkomma förändring på systemnivå. En viktig fråga i Fairtrades påverkansarbete är rätten till [levnadsinkomster och levnadslöner](#), alltså att odlare och anställda ska ha inkomster eller löner för att kunna leva ett anständigt och tillfredsställande liv. Under 2023 har mycket

av Fairtrades fokus legat på det kommande CSDD* - direktivet, i Sverige och i EU. I media och debatt har vi lyft fram [vikten av att arbeta för levnadslöner i de globala värdekedjorna](#), och vi vet att det finns ett brett stöd hos många företag för det.

När jag för drygt tio år sedan började arbeta med mänskliga rättigheter och rättvis handel var det få som pratade levnadslön, allra minst företagen. I dag finns frågan på agendan och syns i företagens policyer. Och det är ett steg på rätt väg. Men fortfarande ser det annorlunda ut i produktionsledet, där risken är stor att företags verksamhet bidrar till att kränka mänskliga rättigheter och till miljöförstöring. I produktionsledet görs inte tillräckligt för att bana väg för en värld där odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom kan skapa en hållbar framtid åt sig och sina familjer.

”Leave no one behind” lyder löftet och åtagandet i Agenda 2030. Det innebär att inget av de 17 globala målen är uppfyllt om det inte är uppfyllt för alla världens människor. Ingen ska lämnas utanför i arbetet för en hållbar värld där alla får sina rättigheter tillgodosedda och där alla kan skapa sig ett anständigt och tillfredsställande liv.

Fairtrade är en del i det arbetet. Det borde vara en självklarhet att alla, även de som odlar den mat som hela världen behöver, ska kunna leva på sin inkomst. Och det borde vara självklart att barn inte ska behöva arbeta. Men så ser det inte ut i dag – därför behövs Fairtrade.

Ulrika Urey, generalsekreterare, Föreningen för Fairtrade Sverige.

*Corporate Sustainability Due Dilligence Directive – Företags ansvar för mänskliga rättigheter.





52,8 milj€

i Fairtrade-premier till odlare
och anställda genererade
försäljningen av kakao under 2022.

Källa: [fairtrade.net](https://www.fairtrade.net)



”Fairtrade har hjälpt oss att återplantera mycket av skogen här. Ingen annan organisation har gett oss samma stöd. Kooperativet har fått resurser för att kunna ta hjälp av experter. Det är bra för miljön, luftkvaliteten blir bättre. Det är bra för våra barn och barnbarn.”

Betman González Saavedra, kakao odlare i Acopagro-kooperativet, Peru

Hur vi skapar förändring

En certifiering & en aktör för hållbar världshandel

Fairtrade arbetar med fattigdomsbekämpning genom handel. Visionen är en världshandel där odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom kan skapa sig en trygg och hållbar försörjning och själva bestämma över sin framtid.

Kärnan i verksamheten är Fairtrade-märket, som används som en certifiering för produkter som odlas i länder med utbredd fattigdom. Certifieringen bygger på ett antal kriterier för social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. Bland kriterierna finns ett minimipris som ger ekonomisk trygghet och en premie som betalas ut till odlare och anställda för att möjliggöra investeringar i verksamhet och lokalsamhälle. Kriterierna innefattar även bland annat krav på anständiga arbetsvillkor och att anställda ska ha rätt att organisera sig.

En grundläggande princip för Fairtrade är att odlare och anställda ska kunna bestämma över sin egen framtid. Odlarnas inflytande och medbestämmande är också en central del i Fairtrades verksamhet. Odlarna har därför 50 procent av rösterna i Fairtrade Internationals högsta beslutande organ och är därmed delaktiga i alla strategiska beslut som fattas inom organisationen.

Förändring på fyra nivåer

Fairtrade Sverige verkar för Fairtrades vision genom att åstadkomma förändring i fyra nivåer:

1. Information och relationer. Vi arbetar för att nå ut brett med relevant information och för att bygga starka och förtroendefulla relationer och samarbeten med våra intressenter.

2. Kunskap och attityder. På kort sikt ska våra aktiviteter bidra till ökad kunskap och mer positiva attityder till Fairtrade och Fairtrades frågor.

3. Motivation och engagemang. På medellång sikt ska verksamheten bidra till ökad motivation och stärkt engagemang för en mer hållbar världshandel.

4. System- och beteendeförändring. På lång sikt ska verksamheten leda till att förändra värderingar, beteenden och system. Det innefattar såväl att förmå konsumenter och företag att fatta mer medvetna och hållbara beslut som att påverka lagstiftning.

Fyra huvudstrategier

Fairtrade Sverige utgörs av Föreningen för Fairtrade Sverige och Fairtrade Sverige AB. Organisationerna arbetar tillsammans för att stärka engagemanget för en mer hållbar världshandel i syfte att öka utbud och konsumtion av Fairtrade-märkta produkter. Föreningens uppgift är att sprida information och öka kännedomen om Fairtrade och Fairtrade Sverige AB:s uppgift är att licensiera Fairtrade-märket till svenska företag.

Vår metod för att åstadkomma förändring bygger på

fyra huvudstrategier som genomförs i samarbete mellan Föreningen för Fairtrade Sverige och Fairtrade Sverige AB.

Kommunikation. Vi genomför kampanjer och kommunikationsinsatser mot olika målgrupper för att informera, stärka engagemanget och öka kunskapen om Fairtrade.

Samarbete med aktörer i civilsamhälle och offentlig sektor. Vi utvecklar samarbeten med civilsamhällesorganisationer, kommuner och regioner samt strategiska partners för breddat engagemang. Centralt i detta arbete är diplomeringen Fairtrade City/Region, engagemangsarbetet med Fairtrades medlemsorganisationer och arbetet med att utveckla nya strategiska samarbeten.

Påverkan och policyarbete. Vi bedriver påverkansarbete mot beslutsfattare inom politik och näringsliv för att säkerställa att Fairtrades frågor prioriteras och att politiska beslut fattas som stärker odlare och anställdas rättigheter respektive underlättar för konsumenter och företag att välja Fairtrade.

Samarbete med kommersiella aktörer. Vi för kontinuerlig dialog och genomför aktiviteter för att stärka relationen med företag och andra aktörer inom handeln som kan bidra till ett ökat utbud av Fairtrade-märkta produkter och därigenom en mer hållbar världshandel. Centralt i det arbetet är licensieringen av Fairtrade-märket.

I korthet

Vad är Fairtrade?

Fairtrade är en internationell certifiering och aktör för en mer hållbar världshandel. Fairtrades vision är en världshandel där odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom kan skapa sig en trygg och hållbar försörjning och själva bestämma över sin framtid.

Fairtrade-märket finns på ett stort antal varor som produceras i länder med utbredd fattigdom, allt från kaffe och choklad till vin och bomull. Märket betyder att råvaran lever upp till högt ställda krav på **social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet**.

67%

handlar Fairtrade-märkt.

Källa: Kantar Public 2023



68 mnkr

i Fairtrade-premier till odlare och anställda genererade försäljningen av Fairtrade-märkta varor i Sverige under 2022. Varna drycker genererade mest premiepengar till odlarna, knappt 33 miljoner kronor (2021) och konsumtionen av frukt och grönsaker resulterade i den nästa största premiepotten.



Visste du att ...

... Sveriges fyra största städer – Stockholm, Göteborg, Malmö och Uppsala är Fairtrade-diplomerade?



9%

av allt kaffe som säljs i Sverige är Fairtrade-märkt.

Baserat på 2022 års försäljningssiffror.



91%

känner till Fairtrade.

Källa: Kantar Public 2023



6%

ökade försäljningen av Fairtrade-märkta bananer med hjälp av butiksmaterial som lyfter fram vad Fairtrade gör för skillnad. Det visar en undersökning från Fairtrade och Retail Academics. En normal ökning ligger runt 1,5 procent. Resultatet lyftes av bland annat Fri köpenskap och Food supply.



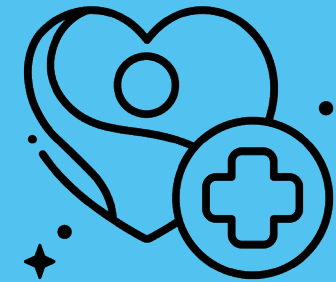
Visste du att ...

... hållbar produktion av rörsocker kan vara ett effektivt sätt att motverka fattigdom. [Läs om två studier](#) som visar att Fairtrade främjar sambandet och bidrar till stärkta lokalsamhällen och mer stabila inkomster.



”Jag mår bra och min plantage utvecklas. Vi har också sjukvård och hälsokontroller.”

Dionisio Mena Colman, sockerrörsodlare i kooperativet Asagoc, Paraguay



Nedslag 2023

● Januari

Fairtrade-märkt kaffe serveras på herrarnas Handbolls-VM.



● April

En kollektion med halva kläder som symboliserar lönerna för anställda i kläindustrin lanseras och Fairtrade medverkar i Nyhetsmorgon i TV4 om Fashion Revolution Week och hållbart mode.

● Mars

60 ideella organisationer får dela på över en miljard från postkodlotteriet – Fairtrade är en av dem.



● Maj

Vårkampanjen Fika forever samlar drygt 25 000 fikadeltagare över hela landet. Kafferapporten "Blir det någon påår 2050" släpps och på World Fair Trade Day serveras 12 000 koppar hållbart kaffe till Göteborgsvarvets löpare.

● Juni

Uppsala tilldelas utmärkelsen Årets Fairtrade City för andra gången.



● Augusti

Ulrika Urey tar över som generalsekreterare för Fairtrade Sverige.

"Jag ser fram emot att leda en organisation där människorna i början av leverantörskedjan står i fokus. För det är där problemen, men också möjligheterna till förändring, är som störst."

● September

Ulrika Urey berättar i [Expressen](#) om riskerna för barnarbete bakom några av våra vanligaste livsmedel.



● Oktober

Under Fairtrades höstkampanj uppmanas konsumenten att flytta handen och välja schyssta varor.

● November

"Ingen klimaträttvisa utan rättvis handel", skriver bland annat Fairtrade International i ett ställningstagande inför COP28.



● December

Fairtrade-märkt kaffe serveras på damernas Handbolls-VM.



”Om Shalimar inte bekostade en del av min skolgång, skulle inte min mamma ha råd att låta mig gå i skolan.”

Brian Otieno Oywer, barn till anställd på blomsterplantagen Shalimar Flowers i Kenya



93 %

av unga känner till Fairtrade.

Källa: Kantar Public 2023





Fairtrade genomför löpande flera olika typer av kommunikationsinsatser mot olika målgrupper för att informera, stärka engagemanget och öka kunskapen om Fairtrade. En central del i vårt kommunikationsarbete är våra två årliga kampanjer – en på våren och en på hösten.

Fika forever & Flytta handen – kampanjer som engagerade

Under några kampanjveckor i maj och oktober varje år samlas konsumenter, engagerade, medlemsorganisationer, Fairtrade City-diplomerade kommuner och regioner, företag och butiker för att lyfta hållbar konsumtion och uppmana konsumenter att välja Fairtrade.

Engagemanget var stort under vårkampanjen när vi samlades för att #fikaforever för att rädda framtidens fika. Runt 26 000 fikadeltagare registrerades på Fairtrades webb och Göteborg vann fikatoppen med hela 13 608 fikadeltagare. Ett nytt kortspel om kaffe, klimat och Fairtrade samt gnuggistatueringar uppskattades av engagerade runt om i landet.

"Flytta handen" var budskapet under höstkampanjen och i butiker, sociala medier, annonser och på stan uppmanade konsumenter, handlare, licenstagare och engagerade influencers hela Sverige att välja Fairtrade. Ett samarbetade med Gustav "Jävligt gott" Johansson, som driver Sveriges största veganska blogg, och olika tävlingar engagerade i sociala medier. Läs gärna branschtidningen [Resumés artikel](#) om hur Fairtrade med höstkampanjen knuffade kunderna i en schysstare riktning.

Vårkampanjen

25 970

fikadeltagare registrerade sig på kampanjsajten under Fairtrade Challenge.



12 000

koppar Fairtrade-kaffe serverades på Göteborgsvarvet som sammanföll med World Fairtrade Day den 13 maj.



1098

fikor registrerades av Fairtrade City Piteå som fikade mest bland diplomerade kommuner under kampanjen.



Foto: Lena Tranefelt

5022

koppar Fairtrade-kaffe serverade Svenska kyrkan under vårkampanjen.



Liten rörelse gör stor skillnad

Lagom till höstkampanjen lanserade Fairtrade ett nytt skylt- och montermaterial för butik samt en ny tygkasse. Genom en vänlig knuff på vägen uppmanas konsumenten – enkelt och lekfullt – att flytta handen och göra en god handling. Även små handlingar kan göra stor skillnad när vi är många som gör dem.



Höstkampanjen

33 %



av svenskarna uppgav att de handlat Fairtrade under höstkampanjen 2023 (jämfört med 28 % veckan innan).

807

butiker beställde kampanjmaterial för att skylta under kampanjen.

En god handling.

Fairtrade innebär schysstare villkor, mindre bekämpningsmedel och förbud mot barnarbete. En bra deal för både dig och odlaren!



44 influencers engagerade sig genom att lägga upp inlägg på Instagram.

Nästan

2,6 miljoner*

svenskar uppmärksammade kampanjen.

*24 % av svenskarna enligt en kampanjmätning från Verian.



Gratis Stora Coop i Piteå som vann utmärkelsen Årets kampanjbutik för sitt engagemang!



95,6 milj €

i Fairtrade-premier genererade försäljningen av kaffe till odlare och anställda under 2022.

Källa: fairtrade.net



Kafferapporten – Blir det någon påår 2050?

Klimatförändringarna eskalerar – och kaffeodlare vittnar om hur extremväder och osäker betalning försvårar produktionen. Samtidigt minskar försäljningen av hållbart producerat kaffe. Under 2023 har Fairtrade på olika sätt lyft behovet av att ställa om till en mer hållbar kaffekonsumtion – bland annat i rapporten "Blir det någon påår 2050".

– Vill vi fortsätta dricka kaffe i framtiden måste vi också börja betala kaffets verkliga pris, sade Cecilia Ceder, vd för Fairtrade Sverige, i samband med lanseringen av Rapporten "Blir det någon påår 2050?" i samband med Fairtrades vårkampanj.

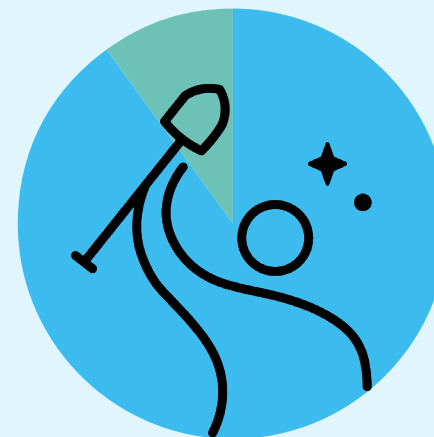
Rapporten innehåller bland annat en enkät med kaffeodlare i Latinamerika som ger en dystert framtidsbild av kaffet. Samtliga svarar att problemen har blivit värre de senaste fem åren.

Kafferapporten innehåller rekommendationer till konsumenterna, beslutsfattare och företag om vad som kan göras för att vända utvecklingen. Ett pris som täcker kostnaderna för en hållbar produktion är avgörande, men det behövs även skärpt lagstiftning och riktat stöd till odlare för att möta klimatförändringarna.

Kafferapporten presenterades bland annat på ett välbesökt [webbinarium för offentlig sektor](#) om hållbar upphandling av kaffe arrangerat av Fairtrade Sverige.

Rapporten lanserades med [en debattartikel i Aftonbladet](#) undertecknad av Fairtrade Sverige och flera medlemsorganisationer. Dessutom lyftes innehållet samt behovet av en mer hållbar produktion och konsumtion av kaffe redaktionellt i flera medier, bland annat i [Expressen](#) och [Aftonbladet](#).

Utöver Kafferapporten har Fairtrade under flera åren lyft kaffeodlarnas situation i kommunikationen, bland annat i samband med att minimipriset på kaffe höjdes under året.



Nio av tio odlare förutspår att kaffeodling kommer att bli ännu svårare till år 2050 – främst på grund av klimatförändringar och osäker prissättning.



Foto: José García

På Fairtrade-certifierade bananplantager väljer de anställda ofta att investera premiepengarna i utbildning och bostäder.



”Jag är en ensamstående mamma med tre döttrar. Med stöd av Fairtrade-premien har jag kunnat köpa skolorböcker och läromedel till mina döttrar. Det här är en stor lättnad för mig, eftersom det är en dyr utgift som kommer år efter år.”

Miriane Homelus, anställd på bananplantagen Kelissa 2, Dominikanska republiken



Fairtrade i media

Fairtrades arbetar löpande för att bemöta och besvara frågor från media och att för att proaktivt skapa uppmärksamhet kring Fairtrade och våra frågor. Under 2023 nämndes Fairtrade drygt 1000 gånger i svenska medier, alltså nästan tre gånger om dagen.

Gör skillnad med ditt påskägg

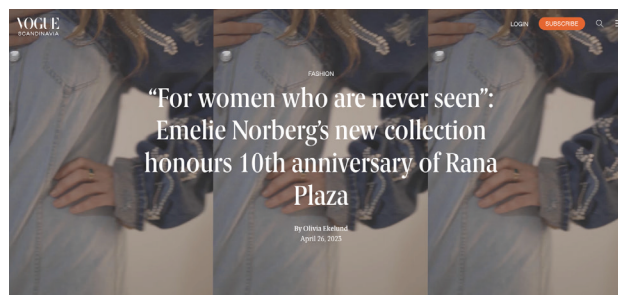
"Välj certifierad choklad var tredje gång, bara det kommer att göra jättestor skillnad". Det var ett av tipsen när Fairtrades kakaoansvariga Cecilia Jaukkuri medverkade i [TV4 Nyhetsmorgon](#) och pratade om etiskt producerad choklad inför påsken. Hon lyfte också att våra val av schysst producerad choklad i butiken skickar ett tydligt budskap till chokladföretagen – vi vill kunna köpa hållbar choklad.

Handla hållbart – även i pressade tider

Fairtrade Sveriges vd Cecilia Ceder gästade [Plånboken i Sveriges Radio P1](#) och pratade om Fairtrade-varor i inflationstider. Vad betyder det för odlare i länder med utbredd fattigdom att konsumenterna i Sverige avstår hållbara produkter och hur kan man tänka för att inte behöva välja bort dessa? (28 minuter in i programmet.)

Fast fashion i fokus

Under Fashion Revolution Week gästade Amira Malik Miller, policyrådgivare på Fairtrade, [Nyhetsmorgon i TV4](#) för att prata om namninsamlingen [Good Clothes Fair Pay](#) och visa upp den klädkollektion som vi lanserat tillsammans med mode- och hållbarhetsprofilen Emelie Norberg. Klädkollektionen lyftes också i [Vouge Scandinavia](#).



I juni intervjuades Fairtrades bomullsansvariga Elisabet Lim i [TV4 Nyheterna](#) om behovet av levnadslöner, i samband med Aftonbladets granskning av H&M:s dumpning av begagnade kläder i Västafrika.

Fairtrades nya generalsekreterare om barnarbete & levnadslöner

I augusti tillträdde Ulrika Urey som ny generalsekreterare för Fairtrade Sverige. Det uppmärksammades av flera branschmedier och Ulrika Urey intervjuades dessutom om riskerna för barnarbete bakom vanliga livsmedel i [Expressen](#) och om behovet av att arbeta för levnadslöner i [Omvärlden](#).



Politiker lyfte kaffets betydelse

Ansvarsfulla inköp är ett enkelt sätt att bidra till en hållbar utveckling och det är dags att börja använda upphandling som en motor i omställningsarbetet. Det var budskapet från sex kommunpolitiker från Fairtrade City-diplomerade kommuner i en debattartikel som publicerades i slutet av oktober i [Dagens Samhälle](#). Därefter lyfte även [Offentliga Affärer](#) debatten.



Eva Christiernin, Åsa Lindhagen, Björn Jedvert, Kata Nilsson, Sofia Lindholm och Anna Ekström.
Foto: Göran Ekeberg, Lieselotte van der Meljs, Sebastian Lamotte

Hållbar handel nödvändig för att motverka hunger

[Musikhjälpen](#) hade i år temat "Ingen ska behöva dö av hunger". I samband med att programmet sändes uppmärksammade Fairtrade-ambassadörer runtom i Sverige i [insändare](#) att vi kan göra skillnad varje gång vi går och handlar – "Genom att göra hållbara

och etiska val i mataffären bidrar vi till en tryggare livsmedelsförsörjning globalt".

SMÅLANDSPOSTEN

Debatt >

Debatt: "De som ser till att vi får mat på bordet borde också ha möjlighet att äta sig mätta"

"Vill man motverka världens hunger kan exempelvis stödja Musikhjälpen eller också göra skillnad varje gång vi går och handlar." Det här skriver Linda Fawaz, verksamhetskoordinator på fackförbundet Vision Växjö kommunavdelning.

Schysst kakao i julbaket

Julens virala baktrend, [pepparkakskottarna](#), uppmärksammades i bland annat [Elle Mat & Vin](#). Receptet kompletterades med en artikel om vikten av att välja Fairtrade-kakao för att vi ska kunna äta hållbar choklad även i framtiden. Att välja Fairtrade-choklad till jul var dessutom temat i en krönika av Fairtrades generalsekreterare Ulrika Urey i [MissVEGO](#).

MAT OCH VIN

Pepparkakskottar – julens stora baktrend



DECEMBER 7, 2023 | GRÖNA VAL | HÅLLBART

Krönika: Choklad för en godare jul

Ett hållbart val är ibland lite dyrare, men du kan samtidigt njuta mer av din vara – i detta fall choklad. Varför vi ska välja Fairtrade-märkt choklad både till jul och i vanliga fall berättar Ulrika Urey, generalsekreterare i Fairtrade Sverige om i denna krönika för [MissVEGO](#):s läsare.

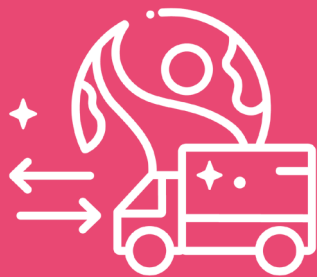
1004

omnämmande i svensk press hade Fairtrade under året.



”Vi är för små för att kunna exportera själva. Men många små är tillsammans stora och starka nog att stå upp mot jätteplantagerna.”

Fabio Rafael Pagero, bananodlare i Banelino-kooperativet, Dominikanska republiken



10%

av alla bananer som säljs i Sverige är Fairtrade-märkta.

Baserat på 2022 års försäljningssiffror.



Viktigt välja schysst i tuffa tider

Försäljningen av Fairtrade-märkta varor minskade under 2022 och vikten av att välja schysst även i tuffa tider lyftes under hela året i sociala medier och på vår webb. Vi bidrog med tips och inspiration till konsumenter om hållbar konsumtion, bland annat genom ett samarbete med tv-kocken Siri Barje.

Fairtrade rapporterade vikande försäljningssiffror för 2022. Försäljningen av Fairtrade-märkta varor sjönk med tre procent och uppgick till cirka 4,8 miljarder kronor.

– Det är ett trendbrott som riskerar att påverka både mänskliga rättigheter och miljö negativt, sade Cecilia Ceder, vd för Fairtrade Sverige, som i samband med att försäljningssiffrorna släpptes intervjuades i bland annat [Livsmedelsnyheter](#) och [Dagens PS](#).

Tydligast märks tappet på bananer och kaffe. Under 2022 köpte svenskarna 21 procent mindre Fairtrade-märkt kaffe i butik än året innan.

– Det är ett oroväckande försäljningstapp. [Dagens kaffeodlare brottas med både klimatförändringar och ökade omkostnader](#) och en hållbar konsumtion är central för att de ska kunna fortsätta med sitt jordbruk, sade Cecilia Ceder, som även medverkade i [Plånboken i P1](#) om Fairtrade-varor i inflationstider.

Inom vissa kategorier ökade försäljningen, till exempel såldes 36 procent mer Fairtrade-märkt

kakao och chokladdryck. På hotell, restauranger och arbetsplatser ökade konsumtionen av Fairtrade-kaffe. En trolig förklaring är återgången till tidigare konsumtionsmönster efter pandemin.

Hållbar mat med Siri Barje

För många var januari en extra tuff månad med skenande matpriser och höga elräkningar – och många letade billiga matvaror. För att göra det lättare att laga god, plånboksvänlig mat med schyssta råvaror gav Fairtrade tv-kocken och kokboksförfattaren Siri Barje i uppdrag att ta fram fem recept för årets fattigaste månad för att inspirera till matlagning som är hållbar – för den egna ekonomin, odlarna och miljön.

– Lika viktigt som det är för mig att handla mat som är ekologisk och i säsong, är det att handla etiskt. Jag anser att vi aldrig får glömma bort hur många människor och familjer som ligger bakom all den mat vi äter. Men det kan vara snårigt att hitta rätt bland produkter ibland, och det hjälper Fairtrade till med, sade [Siri Barje](#).

Varje rätt innehöll minst en Fairtrade-märkt ingrediens. Bara genom att byta ut en vara till Fairtrade bidrar man till att göra stor skillnad för de människor som odlar vår mat – utan att det påverkar den egna plånboken särskilt mycket.

Först ut bland de schyssta och plånboksvänliga rätterna var [schysst chili med Fairtrade-märkt kakao, chipotle och koriander](#).

Samarbetet mellan Fairtrade och Siri Barje lyftes fram av bland annat [Elle](#) och [Livets goda](#) och totalt fick receptinläggen 175 377 visningar i sociala medier.



Foto: Privat

210 milj€

genererade försäljningen av de sju största råvarugrupperna i Fairtrade-premier till odlare och anställda under 2022.

Källa: [fairtrade.net](https://www.fairtrade.net)





4
otippade sätt
att använda
Fairtrade-kokosolja

53520

reaktioner på inlägg i sociala medier



Populärast på sociala medier 2023

Fairtrade arbetar löpande för att lyfta odlares röster och uppmuntra till schysst konsumtion på olika sociala medie-plattformar. Totalt samlar Fairtrade Sverige omkring 150 000 följare på Facebook, Instagram, LinkedIn och TikTok.

Viral kokosolja på Facebook

Fästingmedel till katten, tandkräm till hunden och badolja till bebisen – det var bara några av tipsen när vi i [ett inlägg på Facebook](#) frågade våra följare hur de använder kokosolja. Hela 337 000 personer nåddes av inlägget organiskt*. Det gillades av 1090 personer, delades av 142 personer och fick över 215 kommentarer.

I årets mest organiskt spridda [Facebook-inlägg](#) om en odlare fick vi möta Lalita Bai som tillsammans med sin familj odlar ekologisk och Fairtrade-certifierad bomull i Karahi i centrala Indien. 18 200 personer nåddes av inlägget.

*Organisk visning innebär att en användare har nåtts av innehållet utan betald annonsering.

Schysst choklad på Instagram & Tiktok

Ett filmklipp från Nyhetsmorgon i TV4 om etisk påskchoklad fick [flest organiska visningar](#) på Fairtrades

Visste du att ...

... Fairtrade Sveriges sociala medier-räckvidd ligger i toppen av alla Fairtrade-organisationer världen över? På tio i topplistan över årets inlägg på Facebook tar vi sju av platserna, inklusive förstaplatsen. Dessutom hamnar vi i topp när det gäller filmer på Facebook från alla Fairtrade-organisationer – 4 av 5 filmer är från Fairtrade Sverige.





[Instagram](#) under året. Fairtrades kakaoexpert Cecilia Jaukkuri lyfte argument för att fylla påskägget med choklad utan att ha dåligt samvete. Inlägget fick över 8500 i räckvidd och 295 likes.

Även på [TikTok](#) fick filmklippet om etisk påskchoklad störst organisk spridning med drygt 1300 visningar.

Kakaodlaren Edith Laure berättade i [årets mest organiskt spridda inlägg](#) om en odlare, om hur hennes kooperativ i Elfenbenskusten använder Fairtrade-premien. Runt 3000 personer nåddes av reelen/ filmklippet.

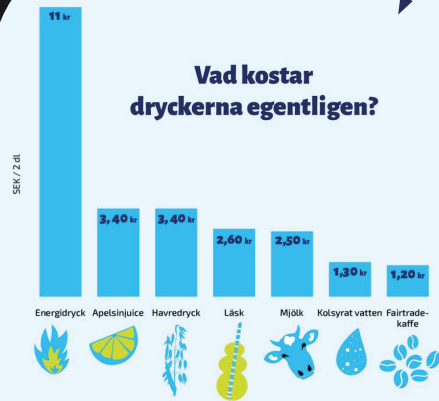


Kaffepris på LinkedIn

Är kaffe verkligen en dyr dryck? Det frågade vi i [ett inlägg på LinkedIn](#) och jämförde Fairtrade-kaffe med andra populära drycker. Drygt 4300 organiska visningar, 149 likes och 18 delningar hade inlägget vid årets slut.

"Kvinnor kan göra allt som män kan. Jag kämpar för dem, för att de ska känna till sina rättigheter", säger Agnes Chebii på [årets mest spridda inlägg om en odlare på LinkedIn](#), publicerat på internationella kvinnodagen. Hon jobbar på en blomsterplantage i Kenya och är ordförande för jämställdhetskommittén.

Vad kostar dryckerna egentligen?



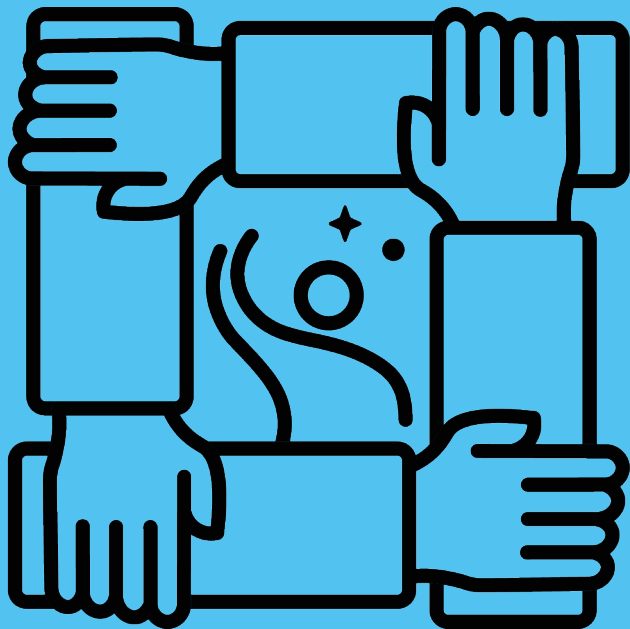
Diagrammet visar SEK per 2 dl. Källa: Matspor 2023-08-29.

2,46

miljoner organiska visningar
i sociala medier



Foto: Christoph Köstlin



Fairtrade Sverige utvecklar samarbeten med civilsamhällsorganisationer, kommuner och regioner samt strategiska partners för breddat engagemang och finansiering. Centralt i detta arbete är diplomeringen Fairtrade City/Region, engagemangsarbetet med Fairtrades medlemsorganisationer och arbetet med att utveckla nya strategiska samarbeten. Vi för också dialog med andra relevanta partners inom hållbarhet och offentlig upphandling.



Medlemsorganisationerna är en viktig del av Fairtrade. De är med och påverkar strategier och lagstiftning och ökar samtidigt konsumenters, inköparens och upphandlarnas kännedom och kunskap om Fairtrade och rättvis handel.

”Fairtrade är ett tydligt och levande varumärke – det lockar mig”

Tommy Wrede har varit Fairtrades kontaktperson på Byggnads under flera år. Nu har han gått vidare till en annan medlemsorganisation, Kommunal, och sitter även som suppleant i Fairtrade Sveriges styrelse.

Varför är du engagerad i frågor om rättvis handel?

– Jag vill bidra solidariskt till rättvisa på alla sätt jag kan. Medveten konsumtion kan vara ett sätt. Eftersom jag var anställd på Byggnads, en idéburen organisation, tycker jag att det var självklart att även den skulle jobba så.

Fairtrade är en tydlig bärare av rättvis handel med en folkrörelsekänsla och en aktivistisk prägel. Ambassadörer, medlemsorganisationer och nationella kampanjer med fika-veckor som verkligen syns ute i landet gör Fairtrade till ett tydligt och levande varumärke – allt det lockar mig.

Vad finns det för värde för organisationer som Byggnads och Kommunal att vara medlemmar?



Tommy Wrede, förbundsombudsman, Kommunal. Foto: Privat



– Ju oftare fackförbundens medlemmar tänker rättigheter på jobbet, till exempel när det gäller konsumtionen, desto relevantare blir fackmedlemskapet även i Sverige.

Det handlar om att ta på sig ett ansvar och åta sig att köpa in Fairtrade-märkt samt bära budskapet till medlemmarna.

Har du några Fairtrade-favoritminnen från tiden på Byggnads?

– När jag serverade mina kollegor på förbundskontoret Fairtrade-fika och berättade om Fairtrade. Jag fick många positiva reaktioner – många var inte medvetna om hur bra Fairtrade är. Ett annat roligt minne är när jag

tillsammans med kommunikationstjejerna spelade in TikTok-filmen "Ska vi ha något kaffe i framtiden, eller?!" till Fairtrade Challenge 2023.

Kommer du att arbeta vidare med Fairtrade på Kommunal?

– Jag hoppas det! När jag kommit in i jobbet mer vill jag vara med och utveckla Fairtrade-engagemanget. Det finns en bekantskap med Fairtrade i Kommunal som jag hoppas på ska vara någorlunda enkel att mobilisera.

Varför har du valt att engagera dig i Fairtrade Sveriges styrelse?

– Jag vill på riktigt vara en del av de verksamheter som jag engagerar mig i, fatta kloka beslut och bära verksamheten. Att vara representant i styrelsen förpliktigade också Byggnads och jag fick tyngre mandat inom Byggnads i egenskap av styrelseledamot.

Vilka frågor tycker du att föreningen behöver prioritera att driva framöver?

– Fairtrade City och Region kommer att vara viktigt eftersom det offentliga varje år upphandlar stora volymer. Jag tror också mycket på breda samarbeten med organisationer som vänder sig mot unga, så att en ny generation kan växa in i rättvisetanken i en kontext där man kan engagera sig.

Generellt skulle jag säga att engagemangsdelen och folkrörelseandan är en viktig del av Fairtrade – och något som skiljer Fairtrade från liknande märkningar. ■



Kaffets framtid är hotad

För att rädda framtidens kaffepaus måste kaffeodlare få bättre betalt och stöd i att möta klimatförändringarna och de får det med Fairtrade.

FIKA FOREVER **BYGGNADS**

Tommys tips till dig som vill engagera dig i en medlemsorganisation

Hitta ett gäng som också vill driva Fairtrade-frågorna och generera energi ihop. Hitta kollegor som stödjer engagemanget och öppnar dörrar åt dig.



Var tydlig med varför Fairtrade är relevant för organisationen, dess verksamhet eller medlemmar.

Skapa en personlig relation till någon på Fairtrade, för stöd.



Fairtrade City & Fairtrade Region



För att stötta kommuner, lokalsamhällen och regioner till en hållbar och etisk konsumtion erbjuder Fairtrade Sverige två diplomeringar: Fairtrade City och Fairtrade Region. Diplomeringen innebär att kommunen eller regionen lever upp till kriterier för strategiskt arbete och hållbarhetskrav i upphandlingar samt har ett aktivt informations- och engagemangsarbete.



Läs en intervju med Eva Christiernin (S), ordförande i Uppsala Fairtrade City [här](#).

Uppsala – Årets Fairtrade City igen

I konkurrens med ett 40-tal andra städer tilldelades Uppsala Årets Fairtrade City för andra gången. Kommunen prisades bland annat för sitt långsiktiga arbete för en hållbar och etisk konsumtion som värnar mänskliga rättigheter och sitt nära samarbete med det lokala näringslivet och de som bor och verkar i staden.

– Vi har bestämt oss för att vara ledande i arbetet för en rättvis och hållbar värld. Det här är ett kvitto på att vi är på rätt väg. Det här ger oss extra energi för att fortsätta ta vara på det stora engagemanget som finns bland Uppsalaborna, gamla som unga, säger Eva Christiernin (S), ordförande i styrgruppen för Uppsala Fairtrade City.

I motiveringen till utmärkelsen nämns att andelen rättvist handlade produkter i kommunen är hög och det finns ambitiösa mål om att andelen rättvist handlade produkter inom upphandling ska öka. Ett omfattande arbete för att sprida information och skapa engagemang har genomförts bland invånare och det lokala näringslivet.

Aktiviteterna i Uppsala har varit flera och etisk konsumtion och hållbar handel har lyfts i ambassadörsutbildningar, sociala medier, tidningsannonser och på stan under Fairtrades kampanjer.

– Uppsalaborna har många sätt att engagera sig för Fairtrade. Det här priset bidrar till att vi kan fånga upp engagemanget ytterligare, säger Jonatan Andersson, engagemangsansvarig i Uppsala Fairtrade City.

Uppsala har varit diplomerad Fairtrade City sedan 2015.



Eva Christiernin, ordförande Uppsala Fairtrade City, och Ulrika Urey, generalsekreterare Fairtrade Sverige. Foto: Fairtrade Sverige

Banansatsningen bidrar till Agenda 2030

BANANSATSNING
2023 – 2025

Under 2023 inleddes en särskild satsning på hållbara bananer inom Fairtrade-diplomerade kommuner och regioner för att säkerställa att skattepengar går till en positiv påverkan på människa och miljö.

Genom att välja Fairtrade-märkta bananer kan kommuner och regioner bidra till flera av målen i Agenda 2030, såsom mål 12, Hållbar konsumtion och produktion, och mål 1, Minskad fattigdom.

Målet med Banansatsningen, som lanserades hösten 2022 och pågår fram till 2025, är:

- Alla diplomerade kommuner och regioner ska köpa in minst 50 procent Fairtrade-bananer.
- Minst 80 procent av de diplomerade kommunerna och regionerna ska köpa in minst 80 procent Fairtrade-bananer.

För att stötta kommuner och regioner under satsningen har Fairtrade tagit fram ett särskilt kommunikationsmaterial.

Det är frivilligt för de diplomerade kommunerna och regionerna att engagera sig i satsningen. Genom att fler kommuner och regioner ökar andelen ekologiska och rättvist handlade bananer kan kvalitet, utbud,

konkurrenssituation och prisutveckling påverkas positivt för ekologiska och rättvist handlade bananer. Därmed går det att uppnå en betydande förändring för en mer hållbar och etisk konsumtion.

”Tack vare Fairtrade har vi också kunnat ge tillbaka till samhället genom att ge en bättre livskvalitet till våra anställda – stödja dem med bostad, utbildning för barnen och till och med sjukvård. Jag känner mig glad över att vara en del av det här, för det har förbättrat mitt liv.”

Arelis Bueno, bananodlare i Las Mercedes-kooperativet, Dominikanska republiken



Foto: José García



”Tack vare Fairtrade har jag redan allt jag behöver. Det är därför jag alltid röstar för att Fairtrade-premien ska gå till samhällsprojekt som alla människor här i byn kan ta del av.”

Pedro Angel Santana Franco, bananodlare i Banelino-köoperativet, Dominikanska republiken



38,2 milje€
i Fairtrade-premier genererade försäljningen av bananer till odlare och anställda under 2022.
Källa: [fairtrade.net](https://www.fairtrade.net)



Pedro Angel Santana Franco och Rosendy Angel

Odlarperspektiv & chokladprovning på tematräff om kakao

Fairtrades engagemangssamordnare ansvarar för engagemanget på sin ort och tillsammans bildar de Fairtrade Sveriges nationella engagemangskommitté. Utöver att delta i Fairtrades kampanjer och arrangera lokala informationsaktiviteter träffas de varje år för kompetensutveckling och erfarenhetsutbyte.

I år var temat för den digitala träffen kakao och Fairtrades expert på området, Cecilia Jaukkuri, inledde med att uppdatera om nyheter inom kakaosektorn och hur de påverkar Fairtrades producenter. Därefter delade kakaodlare Deborah Osei-Mensah med sig av erfarenheter från livet som kakaodlare och den skillnad Fairtrade gör. Via direktlänk från Ghana berättade hon

Visste du att ...

... det utbildades 166 nya Fairtrade-ambassadörer under 2023?



om sitt engagemang för en mer hållbar världshandel genom rollen som ungdomsambassadör för Fairtrade International.

Tematräffen avslutades med en digital chokladprovning med schysst choklad tillsammans med Emily Turgman Gruian, föredragshållare och utbildare inom rättvis handel och schysst choklad. Under provsmakningen fick engagemangssamordnarna lära mer om vägen från kakaoböna till choklad och om kakaodlarnas vardag och utmaningar.

”Framtiden kan bli rättvis om vi alla anstränger oss och gör förändringar i vardagen. Vi behöver alla fatta rättvisa beslut, utkräva ansvar från företag och köpa produkter som är rättvis producerade.”

Deborah Osei-Mensah, kakaodlare, Asuadai-kooperativet, Ghana



Foto: Francis Kokoroko

Fairtrade + Handbolls-VM = sant

Under både herrarnas och damernas handbolls-VM 2023 serverades Fairtrade-märkt kaffe på alla svenska arenor. I Göteborg, Malmö, Helsingborg, Kristianstad, Jönköping och Stockholm kunde besökarna njuta av schysst kaffe medan de hejade fram de svenska spelarna. Satsningarna var resultatet av ett samarbete mellan Fairtrade och Handbolls-VM 2023 AB.

– Schyssta villkor och Fair Play utanför planen är minst lika viktigt som på planen. Därför känns det bra att kunna erbjuda Fairtrade-märkt kaffe på alla arenor under VM – en del av certifieringen Hållbart evenemang och förhoppningsvis början på ett tätare samarbete med organisationen Fairtrade, sade Krister Bergström, vd för Handbolls-VM 2023 AB inför herrarnas mästerskap.

Genom att bredda perspektivet av Fair Play visar handbollen vägen för idrotten, menar Henrietta Eurenus, ansvarig för strategiska samarbeten på Fairtrade.

– Arrangörer kan bidra till både fattigdomsbekämpning och ett mer hållbart jordbruk genom att se över sina inköp och på så sätt spela schysst även utanför sidlinjerna.

Samarbetet med Fairtrade är en del av Handbolls-VM:s hållbarhetsarbete och turneringarna klassificerades som Hållbart arrangemang av företaget Greentime AB.



Foto: Handbollslandslaget/Christoffer Borg-Mattisson

Riskprodukter i fokus på webinarier

Klimatförändringar och osäkra inkomster drabbar kaffeodlare och inom bomullsindustrin finns höga risker för negativ påverkan på mänskliga rättigheter och miljö. För att sätta fokus på utmaningarna anordnade Fairtrade under året webinarier med det offentliga Sverige som målgrupp.

Bomull ingår i många produkter inom i offentliga verksamheter såsom äldreomsorg samt hälso- och sjukvård. Runt 90 procent av de 100 miljoner hushåll som är involverade i bomullsodling världen över finns i länder med utbredd fattigdom. Riskerna för negativ påverkan på mänskliga rättigheter och miljö kopplade till bomullsindustrin är höga. Tillsammans med Regionernas kansli för hållbar upphandling anordnade Fairtrade ett webinarium som lyfte riskerna samt erfarenheter från en upphandlare och en leverantör av arbetskläder.

Kaffe är en av våra favoritdrycker och inkomstkälla för 125 miljoner människor. Redan idag är många kaffeodlare drabbade av klimatförändringar och osäkra inkomster. Under [webbinariet "Blir det någon påtår 2050?"](#) fick de drygt 120 deltagarna omvärldsblick,

nulägesanalys och framtidsspaning om kaffe samt information om hur dagens situation påverkar inköp av kaffe i offentliga verksamheter och vilken skillnad Fairtrade gör. "Intressant att höra om hur Fairtrade hjälper producenterna på plats" och "En bra mix som gav en bra bild av läget" var några av kommentarerna efteråt.

Webbinarierna vände sig till offentlig sektor, bland annat till upphandlare, hållbarhetsamordnare, livsmedelsansvariga, kostchefer, hållbarhetsstrateger och ansvariga politiker. Sammanlagt deltog drygt 200 personer i webinariererna.

“Bomull är mitt guld. Innan jag gick med i det Fairtrade-certifierade kooperativet hade jag sämre skördar. Nu får jag ut mer bomull än tidigare. Våra liv hänger på vår bomullsskörd.”

Radheshyam Munnalal Makwana, bomullsodlare i kooperativet Vasudha-Pratibha, Indien



Foto: Fairtrade Sverige

Fairtrade & postkodeffekten



Under 2023 fick 60 ideella organisationer dela på över en miljard kronor från Svenska Postkodlotteriet – och Fairtrade är en av de utvalda organisationerna. Förutom att motta basstöd samarbetar vi för att tillsammans bidra till en mer hållbar och rättvis värld.

Nära en miljon svenskar är med i Postkodlotteriet, och hela överskottet från lottförsäljning går till att stärka civilsamhället. Den största delen betalas ut som icke-öronmärkt stöd, vilket innebär att pengarna kan användas där behoven är som störst. Tack vare alla som är med i lotteriet kan organisationerna hjälpa fler människor, göra fler insatser för klimatet och finansiera fler livsviktiga forskningsprojekt – [postkodeffekten](#).

Föreningen för Fairtrade är en av de organisationer som valts ut som förmånstagare. 2023 fick Fairtrade fem miljoner kronor i basstöd – pengar som möjliggör viktiga satsningar för att öka kunskapen om hållbar handel och verka för att alla människor ska kunna leva på sin inkomst och få sina grundläggande rättigheter tillgodosedda.

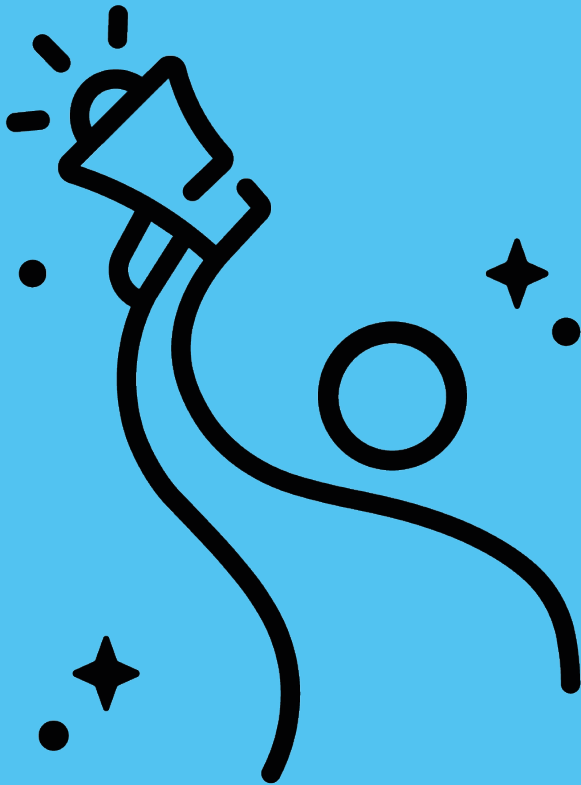
Afterwork med teskola lockade influencers

Under 2023 genomförde Fairtrade bland annat en AW med teskola i Postkodlotteriets lokaler. Tillsammans med Tekompaniet bjöd vi in journalister, influencers och deltagare från lotteriet för att öka medvetenheten om vikten av schyssta val i tehyllan. 12 journalister och influencers medverkade, däribland Filip Poon och Sandra Dahlberg från Postkodlotteriet. Förutom att lära sig allt om te fick de veta mer om människorna bakom teet och hur vårt val av te kan påverka mänskliga rättigheter och miljö. Flera av deltagarna lyfte eventet i sina TikTok- och Instagram-kanaler och totalt nåddes 246 500 personer. Se en kort film från eventet på [vår LinkedIn](#).

Jesper Blomqvist fikade Fairtrade

Fairtrade och Postkodlotteriet har också samarbetat på flera andra sätt under året för att öka medvetenheten om hållbar konsumtion. Under Fairtrades vårkampanjen deltog exempelvis Postkodlotteriets Jesper Blomqvist genom att fika Fairtrade och att uppmuntra lotteriets följare att göra detsamma.





Fairtrade är en internationell certifiering och en aktör för en mer hållbar världshandel med respekt för mänskliga rättigheter och miljö. Fairtrade Sverige bedriver ett aktivt påverkansarbete gentemot beslutsfattare inom politik och näringsliv. Syftet är att bidra till beslut och lagstiftning som skapar bättre förutsättningar för en hållbar handel och en rättvis klimatomställning.

Stark röst för levnadslöner & hållbar handel

Medborgarinitiativ för levnadslön

Genom kampanjen och namnsamlingen [Good Clothes – Fair Pay](#) var Fairtrade med och spred budskapet om att det behövs en lagstiftning som gör det obligatoriskt för företag att se till att anställda i textil- kläd- och skofabriker får en [levnadslön](#). Kampanjen var en del av ett europeiskt medborgarinitiativ och när den avslutades i juni hade den svenska insamlingen nått målet på 15 000 namnunderskrifter. Totalt samlades över 240 000 underskrifter i EU. För att ett medborgarinitiativ ska tas upp som lagförslag av EU-kommissionen krävs 1 miljon underskrifter, men även om kampanjen är slut är det "bara början av kampen för att säkra levnadslöner för de människor som tillverkar våra kläder", enligt insamlingens [webb](#). Initiativet har också accepterats som en så kallad PETI Petition av EU-parlamentet, vilket innebär att dess krav kommer att fortsätta debatteras.



Foto: Fairtrade Sveige



”Vi har kunnat ta oss förbi våra största hinder i livet tack vare det här. Inkomsten gör att vi har råd att skicka barnen till skolan.”

Bhala Laxman, bomullsodlare i kooperativet Vasudha-Pratibha, Indien

Halva kläder belyste textilarbetarens situation

Inför Fashion Revolution Week och tioårsdagen av Rana Plaza-kollapsen i Bangladesh, den dödligaste olyckan i modeindustrins historia, samarbetade Fairtrade med mode- och hållbarhetsprofilen Emelie Norberg. För att belysa att textilarbetare i Indien och Bangladesh i genomsnitt får mindre än en halv levnadslön tog hon fram [en kollektion med halva kläder](#) som auktionerades ut på Tradera.

– Som sömmerska vet jag vilket arbete som ligger bakom varje plagg. Att kvinnor i textilbranschen sliter tolv timmar om dagen och ändå inte kan försörja sig är helt oacceptabelt, sade Emelie Norberg i samband med lanseringen.

Samarbetet genererade stort engagemang i sociala medier och flera mode- och hållbarhetsprofiler delade uppropet. Initiativet uppmärksammades i media med reportage och inslag i bland annat [TV4 Nyhetsmorgon](#) och modemagasinet [Vogue Scandinavia](#). Fairtrade debatterade även levnadslöner för modebranschens sömmerskor i [Expressen](#), [Göteborgs-Posten](#), [ETC](#) och [Aktuell hållbarhet](#).

I samband med Aftonbladets avslöjande om H&M:s dumpning av begagnade kläder i Västafrika medverkade Fairtrade i [TV4 Nyheterna](#) om behovet av levnadslöner. Fast fashion-modellen har en enorm påverkan på textilarbetare på fabrikerna, berättade Fairtrades bomullsansvariga Elisabet Lim.

– Modellen gör att man pressar priserna långt bak i kedjan och man är tvingad att producera många plagg för att kunna leva på sin lön.

Hållbar handel i Almedalen

Under Almedalsveckan anordnade Fairtrade Sverige och WeEffect ett gemensamt seminarium på temat "[Handel – mål eller medel för fattigdomsbekämpning?](#)". Seminariet var ett viktigt inspel till regeringens ansats om att knyta handelspolitiken och utvecklingssamarbetet närmre varandra. Under panelsamtalet medverkade även företrädare från Svenskt Näringsliv, Kommerskollegium och politiken. Fairtrades Afrikachef, Isaac Tongola, medverkade med ett förinspelat inlägg.

Samarbete inför COP28

Inför klimatkonferensen COP28 skrev Fairtrade Sverige tillsammans med 26 andra civilsamhällesorganisationer i CONCORD [ett gemensamt ställningstagande](#) om att Sverige och EU som rika aktörer med stora utsläpp av växthusgaser behöver visa starkt ledarskap för klimaträttvisa under klimatförhandlingarna. I det gemensamma uttalandet lyftes rekommendationer till Sverige och EU bland annat när det gäller att minska utsläppen och avveckla fossila bränslen och att säkra klimatfinansiering till anpassning, skador och förluster. I en debattartikel i [Aktuell Hållbarhet](#) inför klimatkonferensen uppmanade 24 av civilsamhällesorganisationerna inom CONCORD regeringen att inte svika dem som drabbas hårdast av klimatkrisen.

[Här](#) hittar du Fairtrade Sveriges ställningstaganden i aktuella frågor som rör hållbar handel och mänskliga rättigheter.

Visste du att ...

... det vid slutet av 2023 fanns 2827 Fairtrade-märkta produkter på den svenska marknaden, varav 1532 från svenska licenstagare. Över 210 licenstagare säljer Fairtrade-märkta produkter på den svenska marknaden – 87 av dem är svenska.



År 2021 fanns det 1930 Fairtrade-certifierade producentorganisationer i 70 länder med mer än 2 miljoner anställda.

Källa: [fairtrade.net](https://www.fairtrade.net)



Stora steg mot historisk lagstiftning

Den 14 december 2023 enades EU om en ny lagstiftning om företags ansvar för mänskliga rättigheter och miljö (CSDDD). Det historiska steget togs efter flera år av diskussioner där Fairtrade varit en stark röst både i Sverige och internationellt.

Diskussionen om en ny lagstiftning om företags ansvar för mänskliga rättigheter (Corporate Sustainability Due Diligence, CSDD) har pågått under en lång tid i EU:s olika instanser.

Syftet med CSDD-direktivet är att skapa ett gemensamt ramverk för att motverka företags negativa påverkan på mänskliga rättigheter, miljö och klimat. Konkret handlar det om att företag måste kartlägga risker för exempelvis barnarbete och skogsskövling och agera för att motverka dessa risker. Dessutom ska människor som drabbats negativt av företagens verksamhet ha rätt till gottgörelse.

Fairtrade Sverige och hela Fairtrade-rörelsen har under flera år varit pådrivande i diskussionerna. Under 2023 fokuserade Fairtrade Sverige i samarbete med andra svenska civilsamhällesorganisationer främst på att få svenska EU-parlamentariker och den svenska



regeringen att stödja en stark EU-lagstiftning. Fairtrade International har också drivit frågan internationellt, bland annat genom [ett öppet brev](#) till EU:s medlemsstater och beslutsfattare som undertecknades gemensamt med ett 70-tal civilsamhällesorganisationer.

I mitten av december nåddes också [den historiska politiska överenskommelsen](#). Direktivet som beslutades skulle göra det obligatoriskt för företag inom EU att genomföra due diligence-arbete genom hela sina värdekedjor. Flera av de områden som Fairtrade drivit på för fanns också med i direktivet, bland annat levnadslöner och levnadsinkomster.

– Om det implementeras på rätt sätt kan direktivet, trots stora brister, bli ett avgörande steg mot ökad rättvisa i de globala värdekedjorna, sade May Hylander, policy- och projektansvarig på Fair Trade Advocacy Office. ■

Tillägg: Efter att den politiska överenskommelsen gjorts följde flera förhandlingar innan ett slutgiltigt förslag av direktivet antogs den 15:e mars. Trots att direktivet innehöll flera kompromisser och var svagare än den ursprungliga överenskommelsen var det ett avgörande framsteg.





Att Fairtrade-producenter får tillgång till en marknad och kan konkurrera på rättvisa villkor är avgörande för att odlare och anställda ska kunna skapa en hållbar försörjning. Fairtrade har kontinuerlig dialog och genomför aktiviteter för att stärka relationen med företag och andra aktörer inom handeln som kan bidra till ett ökat utbud av Fairtrade-märkta produkter och därigenom en mer hållbar världshandel. Centralt i det arbetet är licensieringen av Fairtrade-märket.

Nya kriterier för kakao & kaffe

Höjt minimipris på kaffe samt stärkt skydd när det gäller mänskliga rättigheter och miljö för kakaoodlare – under 2023 stärktes Fairtrades kriterier ytterligare.

Priset som kaffeodlare får betalt för sina bönor varierar kraftigt. Det kan ligga relativt högt för att sedan rasa till nivåer så låga att odlarna inte ens får täckning för sina produktionskostnader. Under 2023 stärkte Fairtrade kaffeodlarnas skydd mot framtida prisfall genom att [höja minimipriset på kaffe](#).

Minimipriset gäller bara när världsmarknadspriset ligger så lågt att odlarna riskerar att gå back på sin produktion. När världsmarknadspriset är högt är det i stället det pris som odlarna får. För den vanligaste kaffesorten, arabica, höjdes minimipriset med 29 procent och för robusta höjdes det med 19 procent.

Balans mellan krav, regionala prioriteringar och mer jämlik ansvarsfördelning mellan odlare och kommersiella aktörer är målet med [Fairtrades nya kakao-kriterier](#). De nya kriterierna innehåller starkare krav på att motverka avskogning med hjälp av bland annat kartläggning genom geo-lokalisering, som ska rapporteras till Fairtrade. Kraven ökar också på att odlare ska övervaka och åtgärda eventuella risker kopplade till barnarbete. Dessutom introduceras ett nytt program för att motverka förekomsten av barn- och tvångsarbete.

Under 2024 införs även [nya kriterier för att förbättra villkoren på blomsterplantager](#).

Fairtrade har kriterier för ekonomisk, social och miljömässigt hållbar utveckling i länder med utbredd fattigdom. Ett Fairtrade-märke på en vara innebär att den som odlat råvaran har uppfyllt de internationella Fairtrade-kriterierna.

Fairtrade arbetar ständigt med kriterieutveckling för att odlare och anställda ska stärka sin position på världsmarknaden och med egen kraft förbättra sina arbets- och levnadsvillkor.



”Allting förbättrades när Fairtrade kom in i bilden. Vi har fått utbildning där alla i kooperativet, både män och kvinnor deltar. Nu vet jag hur man beskär och ympar träd. Jag kan det mesta.”

Betty Juzga Gargad, kakaoodlare i Acopagro-kooperativet, Peru



Foto: Midealy García Huamán



**”Kaffepriserna är riktigt låga.
Men med Fairtrades priser
kommer vi att fortsätta att
klara av att producera kaffe.”**

Hugo Guerrero (t.v.), kaffeodlare i Norandino-
kooperativet, Peru



Foto: Eduardo Martino



Foto: Christoph Köstlin

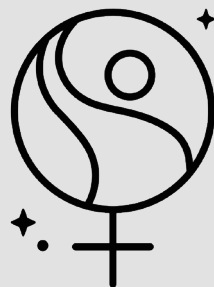
”Kvinnor kan göra allt som män kan. Jag kämpar för dem, för att de ska känna till sina rättigheter. Innan Fairtrade hade vi många problem här. Nu vågar vi säga ifrån när det inte går rätt till.”

Agnes Chebii, anställd på blomsterplantagen Karen roses, Kenya

70%

av alla rosor som säljs i Sverige är Fairtrade-märkta.

Baserat på 2022 års försäljningssiffror.



Schyssta rosor ger bättre arbetsvillkor & högre lön

Högre löner, bättre arbetsförhållanden och större fokus på jämställdhet är fördelarna med Fairtrade enligt anställda på rosplantager i Kenya, Uganda och Etiopien. Det visar en [rapport](#) från Social Policy and Development Consulting Limited på uppdrag av Fairtrade.

Dessutom uppger en majoritet att de själva eller familjemedlemmar dragit nytta av [Fairtrade-premien](#), till exempel till skolor och hälsovård.

– Resultaten av studien är en bekräftelse på att vi är på rätt väg. Fairtrade erbjuder reella och konkreta lösningar: Från högre löner och större ekonomisk trygghet till främjande av jämlikhet och respekt för anställdas rättigheter, säger Melanie Dürr, global produktchef för blommor och växter på Fairtrade International.

Läs mer om rapporten: [Fairtrade-rosor ger bättre arbetsvillkor och högre löner visar ny studie.](#)

Nytt verktyg hjälper företag hantera miljö- & människorättsrisker

Barnarbete, avskogning och undermåliga arbetsförhållanden är vanliga problem i de globala leverantörskedjorna. Nu kan företag få hjälp att identifiera den typen av risker – och därmed bättre möjligheter att hantera dem. Fairtrades nya riskkarta kartlägger grundläggande orsaker bakom de största miljö- och människorättsriskerna i 129 länder. Verktøget, som uppmärksammats av Aktuell Hållbarhet, visualiserar riskområden, risker i olika länder och risker per produkt.

– För att företag ska kunna hantera risker i sina leverantörskedjor måste de först identifiera dem. Och det är just vad det nya verktyget ska hjälpa till med, det kan bli ett stöd i företagets HREDD*-arbete, berättar Amira Malik Miller, policyansvarig på Fairtrade Sverige.

*Human Rights and Environmental Due Diligence – tillbörlig aktsamhet för företag i fråga om mänskliga rättigheter och miljö.

Läs mer om riskkartan [här](#).

EXPLORE MAP ↓

Choose:

📍 COUNTRY

Search country

All

Algeria
Andorra
Argentina
Australia
Austria

or filter by:

🛒 COMMODITY

Any

Banana
Cocoa beans
Coffee credits

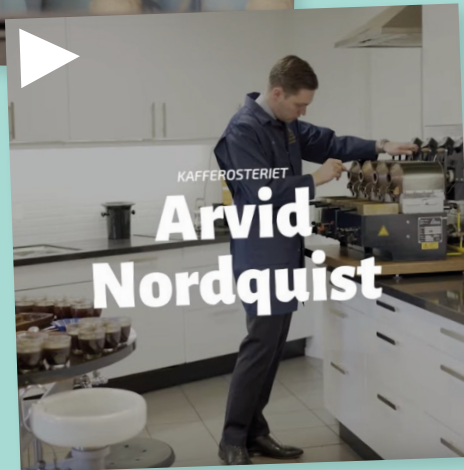


Mer än

37000

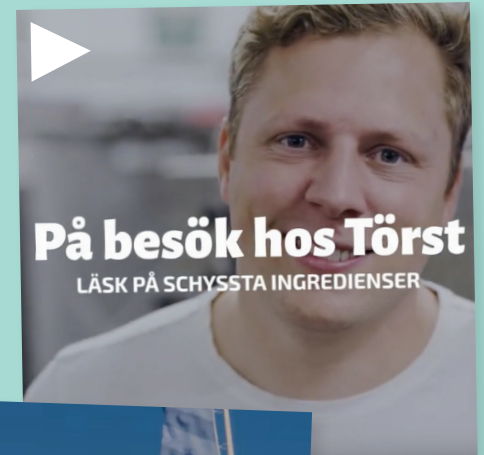
Fairtrade-märkta produkter fanns det
i världen år 2021.

Källa: [fairtrade.net](https://www.fairtrade.net)



På besök i fabriken

Hur tillverkas schyssta produkter av Fairtrade-certifierade ingredienser? Under året fick Fairtrades följare i sociala medier besöka Lejonet & Björnen, Arvid Nordquist, Törst och Malmö Chokladfabrik. Under vinjetten **How it's made**, som riktar sig till unga på främst TikTok och Youtube, fick vi se hur glass, kaffe, läsk och choklad tillverkas. Vinjetten **På besök hos** riktar sig främst till branschen på LinkedIn, Facebook och Instagram. Där berättar företagen om bakgrunden till sina val av råvaror, sitt hållbarhetsarbete och om samarbetet med Fairtrade.



5 mdkr



uppgick försäljningen av Fairtrade-märkta varor till i Sverige under 2022. Svensken handlade i genomsnitt Fairtrade-produkter för 465 kronor per person. 58 procent av de Fairtrade-märkta produkterna var också ekologiska.



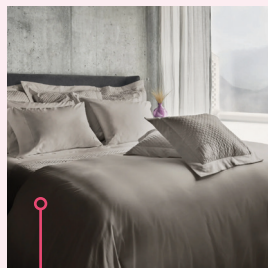
Fairtrade arbetar kontinuerligt för att öka utbudet av Fairtrade-märkta produkter. Vid slutet av 2023 fanns 2 827 Fairtrade-märkta produkter på den svenska marknaden, varav 1 532 från svenska licenstagare. Här är några av de nya lanseringarna under året.



Under Fairtrade Challenge sålde Lidl Fairtrade-nejlikor från Kenya i olika färger.



Coops Fairtrade-märkta **Änglamark-bananer i lösvikt** underlättar för konsumenter att handla mer hållbart.



Premiumsängkläder med fokus på den amerikanska marknaden från nystartade **Prossioni** som vill utmana traditionell textiltillverkning genom att kombinera nyskapande teknik och traditionellt hantverk.



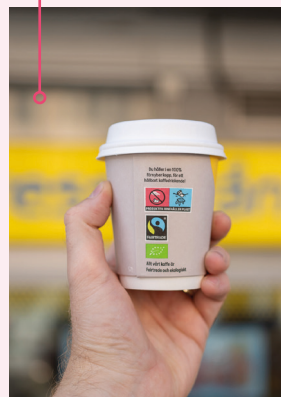
Cashewmeetly – schysst producerat, växtbaserat och ekologiskt cashewkött gjort på cashewäpple som anses som jordbruksavfall och ofta slängs när cashewnötterna skördas.



Cognatos fruktiga alkoholfria viner – **Cognato Chenin Blanc** och **Cognato Cabernet Sauvignon** – och Perdebergs bärgiga rödvin – **In the MOOD for Cinsault** – nyheter från Sydafrika på praktisk burk och därmed lägre klimatavtryck.



Pressbyrån serverar numera endast Fairtrade-märkt kaffe i sina över 300 butiker. På så sätt bidrar miljontals koppar kaffe till en bättre framtid för kaffeodlare i Syd- och Centralamerika.



Teer från Garant – Earl Grey Citron, Chai & Vanilj och Citrus & Äpple – efterlängtdade schyssta nyheter i på Hemköp och Willys.



Färggranna bomullsplagg för både barn och vuxna – t-shirts, långärmade t-shirts, underkläder och strumpor – från **A World of Craft** (tidigare Afroart).

**Kontakta
oss gärna!**



**FAIRTRADE
SVERIGE**

**ÅSÖGATAN
113-121**