



Pressmeddelande, 4 mars 2010

# Varannan svensk köper Rättvisemärkt

**Drygt hälften av alla svenska konsumenter har köpt minst en Rättvisemärkt produkt under det senaste halvåret. Det framgår av en nyligen genomförd undersökning av ECI. Resultatet visar också att Rättvisemärkt idag är den tredje mest kända produktmärkingen i Sverige, efter Svanen och Krav.**

- Det är glädjande att se att svenska konsumenter väljer Rättvisemärkt i allt högre utsträckning. Det innebär att allt fler odlare och anställda i utvecklingsländer kan förbättra sina arbets- och levnadsvillkor, säger Helena Markstedt, generalsekreterare på Rättvisemärkt.

Den första Rättvisemärkt-certifierade produkten lanserades på den svenska marknaden 1997. De första åren låg utbud och efterfrågan på relativt låga nivåer, men tog sedan fart i mitten av 00-talet. Den svenska konsumentens kännedom om Rättvisemärkt följer ett liknande mönster, med en utgångspunkt på 38 procents kännedom vid första mättillfället 2002, till 84 procent i slutet av 2009.<sup>1</sup>

- Vår årliga kampanj, Fairtrade Fokus, har varit en starkt bidragande faktor till den ökade kännedomen. Under kampanjveckorna i oktober kunde vi se en tydlig uppgång i konsumtionen av Rättvisemärkt. Dagligvaruhandeln har också blivit allt duktigare på att tillgodose konsumenternas ökade efterfrågan på produkterna. Det här är ett sätt för både konsumenter och handeln att med enkla medel bidra till att stärka odlarna i första ledet i handelskedjan genom bättre handelsvillkor och kriterier som främjar både en socialt och miljömässigt hållbar utveckling, säger Helena Markstedt.

ECI:s årliga kännedomsmätning visar att 63 procent av dem som idag känner till Rättvisemärkt har köpt minst en Rättvisemärkt produkt under det senaste halvåret, motsvarande drygt varannan svensk konsument.

Då konsumenten i undersökningen uppmanas nämna de märkningar som han eller hon spontant känner till hamnar Rättvisemärkt på tredje plats (29 procent), följt av Svanen och Krav (52 respektive 50 procent).<sup>2</sup>

- Rättvisemärkt är idag en väletablerad produktmärkning på den svenska marknaden. Men det finns fortfarande mycket kvar att göra. Vår målsättning är att fem gånger fler odlare och anställda i utvecklingsländer ska vara en del av Fairtrade till 2015, avslutar Helena Markstedt.

## Mer information

För hela undersökningsresultatet, se <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/138.htm>

För ytterligare information, kontakta Ola Höiden, Kommunikationsansvarig Rättvisemärkt, på 08-1220 89 05 / 0709-205451 eller [ola.hoiden@rattvisemarkt.se](mailto:ola.hoiden@rattvisemarkt.se)

<sup>1</sup> Hjälpt kännedom. Frågeställning: Känner du till Rättvisemärkt, en oberoende produktmärkning som bidrar till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer?

<sup>2</sup> Spontan kännedom. Frågeställning: Vilka märkningar på livsmedel för miljö och etiskt hänsynstagande har du hört talas om?

## Fakta om Rättvisemärkt™

När du väljer Rättvisemärkt bidrar du till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer.

- Odlare och anställda får förbättrade ekonomiska villkor
- Barnarbete och diskriminering motverkas
- Demokratin och organisationsrätten främjas
- Lokalsamhället utvecklas socialt och ekonomiskt
- Miljöhänsyn och ekologisk produktion främjas



Idag finns det ett brett utbud av Rättvisemärkt att välja ur, t ex kaffe, te, kakao, drickchoklad, chokladkakor, bananer och annan färskt frukt, juice, ris, quinoa, glass, socker, müsli, snacks/godis och honung. Dessutom går det att köpa Rättvisemärkt vin, rosor, sportbollar, och produkter som innehåller Rättvisemärkt bomull.

Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning och din garanti för att en produkt uppfyller internationella Fairtrade-kriterier. Rättvisemärkt är den svenska representanten i Fairtrade Labelling Organizations International, FLO.

Läs mer på [www.rattvisemarkt.se](http://www.rattvisemarkt.se)