



ELIZABETH CHEPKWONY
KAFFEODLARE, KENYA

DITT FÖRETAG & FAIRTRADE

INNEHÅLL

Satsa på Fairtrade	3
Fairtrade på den svenska marknaden	4
Märk din produkt med Fairtrade-märket	7
Fairtrades ingrediensmärkning	12
Återförsäljare av Fairtrade-märkta produkter	14
Marknadsföring och kommunikation kring Fairtrade	15
Marknadsaktiviteter	16
Kontakta oss	17
Ansökningsformulär för licensavtal	18

© Fairtrade Sverige 2018

Foto: Framsida: David Macharia, s. 2: Fairtrade Sverige, vänster foto s. 3: Henrik Kastenskov, höger foto s. 3: Linus Hallgren, vänster foto s. 5: Linus Hallgren, höger foto s. 5: Simon Engström, s. 6 & 11: Nicholas Södling, vänster foto s. 12: Didier Gentilhomme, mitten foto s. 12: Marie-Amélie Ormières, höger foto s. 1: Anette C. Kay, s. 14: Simon Engström.

SATSA PÅ FAIRTRADE



"GENOM ATT SÄLJA DE HÄR PRODUKTERNA BLIR VI OCKSÅ EN AKTÖR SOM MAN GÄRNA LYSSNAR PÅ OCH TAR HÄNSYN TILL. VI BLIR ETT FÖRETAG SOM ANSES LIGGA I FRAMKANT."

Björn Wittmark, Giertz Vinimport

Fairtrade är Sveriges mest kända och snabbast växande produktmärkning för sociala villkor och den enda produktmärkning som hängivet och framgångsrikt arbetar med fattigdomsbekämpning i länder med utbredd fattigdom. Fairtrades vision är en världshandel med rättvisa villkor, där producenter i länder med utbredd fattigdom har möjlighet att skapa sig en trygg och hållbar tillvaro, i vilken de kan utvecklas och bestämma över sin egen framtid.

Med handel på schyssta villkor som verktyg sätts odlare och anställda i förarsätet så de själva kan styra mot en framtid utan fattigdom och överträdelser av mänskliga rättigheter. Huvudpunkterna

i certifieringen ligger i bättre betalning för råvaran, tillgången till en internationell marknad samt långsiktiga handelsrelationer.

Ditt företag kan bidra till detta genom att skriva ett licensavtal samt utveckla och sälja Fairtrade-märkta produkter. Du blir en del i en kraft som sätter människan i centrum, hjälper till att driva på omställningen till ett mer hållbart Sverige samt tar oss ytterligare ett steg mot att uppfylla FN:s utvecklingsmål om en värld fri från fattigdom. Samtidigt får du som licenstagare chansen att nå en ny och växande målgrupp av kunder som är intresserade av produkter som visar social och miljömässig hänsyn för människorna i början av handelskedjan.

Fairtrades certifieringsmärke känns igen av nästan 9 av 10 konsumenter. Fairtrades ekonomiska kriterier som bygger på rättvishandelsprinciper är en unik inträdesbiljett till allt fler kommun- och regionupphandlingar som ett resultat av EU:s direktiv kring offentlig upphandling.

FAIRTRADE PÅ DEN SVENSKA MARKNADEN

STADIG UTVECKLING FÖR KONSUMTION AV FAIRTRADE-MÄRKT

Försäljningen av Fairtrade-märkta produkter visar tydligt att företag, organisationer och andra aktörer fortsätter att trappa upp sitt hållbarhetsarbete och att Fairtrade är en stor del av detta. Utvecklingen har gått i ett rasande tempo.

Sedan den första Fairtrade-märkta produkten kom ut på den svenska marknaden för över 20 år sedan har Fairtrade gått från att vara den lilla uppstickaren till Sveriges mest kända etiska märkning på produkter. År 2005 hade Fairtrade ett hundratal produkter på den svenska marknaden och ett försäljningsvärde på omkring 80 miljoner kronor. Idag består utbudet av mer än 2 200 produkter och försäljningsvärdet uppgick 2017 till 3,8 miljarder, vilket var en sexprocentig försäljningsökning jämfört med året innan. Ökningen skedde såväl i dagligvaruhandeln där privatkonsumenter stod för konsumtionen, som i offentlig sektor genom myndigheters upphandling.

Kaffe, bananer, vin, blommor, glass och dessert har under flera år varit de största produktgrupperna försäljningsmässigt. Var tionde kopp kaffe är idag Fairtrade-märkt liksom 15 procent av bananerna. Störst marknadsandel har rosor, där mer än varannan ros som såldes 2017 i Sverige var Fairtrade-märkt. Även Fairtrade-märkt te ökade starkt med 16 procent under 2017 och utgör numera över 7 procent av den svenska marknaden. Där har offentlig upphandling varit starkt bidragande.

Samma trend har syns bland konsumenter och företag världen över. Den globala försäljningen uppgick till 7,8 miljarder euro för år 2016. I Österrike ökade Fairtrade-marknaden allra mest, med 46 procent. Även i Frankrike, Nederländerna, Norge och Schweiz syntes 2016 en god tillväxt på över 20 procent. Sverige ligger fortsatt i toppskiktet när det gäller Fairtrade-försäljning per capita.

Att konsumenter och upphandlare har ett stort utbud att välja på ökar möjligheten för odlare att få en tryggare försörjning. Den svenska försäljningen 2017 innebar att över 75 miljoner kronor i Fairtrade-premier genererades till odlare och anställda. Premien används till att utveckla lokalsamhället socialt, miljömässigt och ekonomiskt, till exempel till en ny skola, nya bostäder och hälsovård, eller till investeringar i jordbruket/produktionen. Beslutet för hur premien ska användas tas gemensamt av odlare och anställda, och är en viktig del i den demokratiska processen och för utveckling.



**VAR TIONDE KOPP
KAFFE SOM
SÄLJS I SVERIGE ÄR
FAIRTRADE-MÄRKT**



**MER ÄN VAR SJÄTTE
BANAN SOM SÄLJS
I SVERIGE ÄR
FAIRTRADE-MÄRKT**



**MER ÄN VARANNAN
ROS SOM SÄLJS
I SVERIGE ÄR
FAIRTRADE-MÄRKT**



FAIRTRADE-MÄRKET

Med Fairtrade-märket på din produkt sänder du en tydlig signal till dina kunder: Att den är framtagen på ett sätt som innebär att människan bakom produkten får bättre arbetsvillkor och större inflytande över sin vardag och framtid.



SVERIGES MEST KÄNDA ETISKA OCH MILJÖMÄSSIGA MÄRKNING

Den ökade försäljningen av Fairtrade-märkta produkter hänger tätt ihop med hur väl konsumenterna känner till Fairtrade. Enligt en konsumentundersökning från Kantar Sifo i februari 2018 har den spontana kännedomen om Fairtrade ökat med fem procentenheter jämfört med föregående år. Fairtrade är numera den märkning som flest nämner som garant för miljömässig eller etisk standard.

Bland unga konsumenterna har Fairtrade en stark ställning. I gruppen 15 till 34 år känner 95 procent igen märket när det visas upp och 65 procent av dessa upplever att de har hög kännedom om vad märkningen står för. Det bekräftas i fritextsvaren där de mest frekventa kopplingarna görs till arbetsvillkor, löner/ersättning och etisk/rättvis produktion.

De unga konsumenternas inställning bådår gott för framtiden. Sju av tio säger att det är värt att betala extra för Fairtrade-märkta produkter. En tredjedel av dessa unga konsumenter uppskattar att de köper minst fem Fairtrade-märkta produkter per månad och 43 procent tror att de kommer att öka sin konsumtion det kommande året.

Ytterligare en positiv trend är att vi ser en stadig förflyttning från gruppen som uppger att de inte köper Fairtrade-märkt till de grupper som säger sig köpa Fairtrade på regelbunden basis. 88 procent uppger nu att de köper en eller fler Fairtrade-produkter per månad. De främsta anledningarna till den positiva trenden är att de fått mer kunskap om Fairtrade och att de anser att märkningen är viktig. Men också att det är lättare att hitta Fairtrade-märkta produkter i butikerna.



95% AV

UNGA MELLAN 15–34 ÅR
KÄNNER TILL FAIRTRADE.

7 AV 10

TYCKER
DET ÄR
VÄRT ATT BETALA EXTRA FÖR
FAIRTRADE-MÄRKT



DEN SVENSKA FÖRSÄLJNINGEN AV FAIRTRADE-MÄRKA PRODUKTER 2016 GENERERADE ÖVER

75 MILJONER KRONOR

I FAIRTRADE-PREMIE I EXTRA INKOMSTER TILL ODLARE OCH ANSTÄLLDA I LÄNDER MED UTBREDD FATTIGDOM



**"VI BEHÖVER EN RÄTTVIS LÖN
FÖR ATT HA ETT ANSTÄNDIGT LIV.
VAR OCH EN VILL HA MÖJLIGHET
ATT KUNNA STYRA ÖVER SITT EGET ÖDE."**

VILCIUS ETIENNE
BANANODLARE, DOMINIKANSKA REPUBLIKEN

Foto: Nicholas Seefling

MÄRK DIN PRODUKT MED FAIRTRADE-MÄRKET

Nedan kan du läsa om vilka möjligheter som finns och vilka avtal som behöver vara på plats om ditt företag för första gången tänkt märka produkter.

FINNS DET FAIRTRADE-KRITERIER FÖR VÅR PRODUKT?

Produkter som kan Fairtrade-märkas är de som innehåller råvaror från länder med utbredd fattigdom. Det finns vissa begränsningar. Så för att lansera en Fairtrade-märkt produkt måste du först säkerställa att:

- det finns kriterier för den produkt du vill lansera
- hela handelskedjan följer Fairtrades kriterier.

Fairtrade-kriterierna tas fram av Fairtrade International. De flesta kriterier gäller råvaror från jordbrukssektorn, men det finns även kriterier för andra produkter, så som bollar och guld. För att se om det finns Fairtrade-kriterier för just din produkt och för att ta reda på om du behöver teckna ett certifieringsavtal med Flocert, se "Apply for Fairtrade Certification" på Flocerts hemsida eller kontakta oss.

PRODUKTER MED FLERA INGREDIENSER

Om en produkt består av flera ingredienser och inte bara en enskild råvara kallar vi den för "sammansatt". För sammansatta produkter som till exempel chokladkakor, godis, läsk, müsli och yoghurt är regeln att alla ingredienser som finns att tillgå som Fairtrade-certifierade också ska vara det. Till exempel socker och vanilj i vaniljglass. Dessutom ska minst 20 procent av det totala innehållet i en sammansatt produkt vara Fairtrade-certifierat för att produkten ska kunna märkas. För produkter med > 50 procent tillsatt vatten eller mjölk, är det tillåtet att utesluta all tillsatt vatten och / eller mjölk från procentberäkningar. Detta gäller även för juice från koncentrat men inte färska juicer.

Observera att kriterierna för sammansatta produkter inom produktgrupperna bomull och hudvård ser annorlunda ut.

VILKA AVTAL BEHÖVER MITT FÖRETAG TECKNA?

När en konsument köper en Fairtrade-märkt produkt, ska den kunna vara säker på att produkten odlats och tagits fram i enlighet med de internationella Fairtrade-kriterierna. En av Fairtrades viktigaste uppgifter i att tillhandahålla ett effektivt och trovärdigt certifieringssystem, är att kontrollera hela handelskedjan, från producent till färdigmärkt produkt.

Samtliga företag i hela handelskedjan, från att råvaran odlas till att slutprodukten är förpackad och märkt för konsument, tecknar certifieringsavtal med vår internationella kontrollorganisation Flocert. Ett certifieringsavtal innebär att företaget inspekteras regelbundet. I slutet av varje handelskedja måste det också finnas ett företag som tecknar ett licensavtal. Licensavtalet reglerar rätten till att märka sina produkter med Fairtrade-märket. Exempel på hur en handelskedja kan se ut:



Notera att handelskedjan, och därmed också reglerna, ser lite annorlunda ut för produktgrupperna färsk frukt, bananer och blommor.

LÄS MER OM

[Kriterierna och dess indelning](#)
[De internationella](#)
[Fairtrade-kriterierna](#)
[Geographical scope](#)
[Ansök om certifieringsavtal hos Flocert](#)

LÄS MER OM

[Att Fairtrade-märka sammansatta produkter](#)
[Kriterier för sammansatta produkter \(finns under kapitel 2.2\)](#)

CERTIFIERINGSAVTAL

Företag som behöver teckna ett certifieringsavtal med Flocert genomgår regelbundna kontroller av till exempel köp- och betalningsdokument. Detta gäller samtliga aktörer i handelskedjan, så som producentorganisationer i utvecklingsländer, exportörer, importörer och tillverkare. Beroende på olika faktorer sker kontrollen mellan en och tre gånger per treårscykel.

Kontrollen gentemot exportörer/importörer/tillverkare handlar till exempel om försäljningsciffror och volym. Vid inspektioner hos producentorganisationer kontrolleras dessutom att kriterierna som reglerar arbetsvillkor efterlevs. Som till exempel anställningsvillkor, ickediskriminering, organisationsrätt, hälsa och säkerhet.

Ansöknings- och certifieringsavgiften för att bli importör/tillverkare/packare varierar beroende på hur stort företaget är samt hur komplex produkten är. Ansökningshandlingar för tecknandet av ett certifieringsavtal skickas ut från Flocert och processen tar cirka fyra veckor, mycket beroende på hur lång tid du själv behöver för att skicka in den information som krävs.

För ytterligare information gällande certifieringsavtal, kontakta Andrea Molnár på Flocert: A.Molnar@flocert.net. Det går att kommunicera med Andrea på både svenska och engelska.

LICENSAVTAL

Fairtrade Sverige AB tecknar licensavtal med det företag som äger varumärket på den produkt som ska Fairtrade-märkas. Licensavtalet innebär att Fairtrade Sverige AB licensierar ut rätten till användning av Fairtrades certifieringsmärke. Här hittar du ansökningsformuläret.

Godkänd handelskedja

När du tecknar licensavtal med Fairtrade Sverige AB förbinder du dig att handla från en handelskedja certifierad av Flocert. För att verifiera detta registrerar du som licenstagare din produkt i vår produkt databas Connect. Varje produkt och dess handelskedja skrivs in. Alla företag som hanterar produkten fram till att den är färdigpackad och märkt för konsument ska ha certifieringskontrakt med Flocert. Observera att produkten inte får lanseras som Fairtrade-märkt innan den är godkänd i Connect. Det är bra att registrera uppgifterna i god tid innan planerad lansering.

Rapportering

Som licenstagare rapporterar du kvartalsvis din försäljning i Connect. Försäljningsrapporten används sedan som underlag för beräkning av licensavgiften.

Om ditt företag också behöver ett certifieringsavtal med Flocert, ska du rapportera in ytterligare uppgifter till dem. Mer information om detta får du när du tecknar certifieringsavtal.

Licensavgift

Licensavgiften är produktspecifik och ligger på cirka 2 % av nettoförsäljningsvärdet och baseras på sålda Fairtrade-märkta varor. Kontakta oss för detaljerad information gällande just dina produkter. Avgiften går bland annat till att öka kännedom, kunskap och efterfrågan på Fairtrade-märkta produkter på den svenska marknaden. En del av licensavgiften går också till Fairtrade International, för att upprätthålla och utveckla kriterier samt stödja producenter på plats i utvecklingsländer. Fairtrade Sverige AB verkar utan kommersiella vinstintressen.

LÄS MER OM

[Att komma igång med certifieringsprocessen](#)
[Sök efter redan certifierade företag](#)
[Certifieringsavgifter](#)

LÄS MER OM

[Connect](#). På vår hemsida kan du se en introduktionsfilm för att få en överblick över de olika delarna i Connect samt hur du registrerar produkter och rapporterar försäljning.
<http://fairtrade.se/foretag/connect/>

MITT FÖRETAG VILL MÄRKA PRODUKTER, VAD ÄR NÄSTA STEG?

För att märka produkter krävs att ett licensavtal är på plats. Sedan måste du få produkten godkänd i Connect. Här följer en kort checklista:

- Kontrollera att det finns Fairtrade-kriterier för din produkt.
- Skicka in en ansökan om att bli licenstagare. Formulär för att skicka in en intresseanmälan för att märka din produkt hittar du på s. 18.
- Teckna avtal med Fairtrade Sverige AB för att bli licenstagare.
- Teckna avtal med Flocert i det fall du behöver ett certifieringsavtal.
- Få din produkt godkänd i Connect.

CONNECT

Connect är Fairtrades produktdatabas. När ditt företag har tecknat licensavtal med Fairtrade Sverige ges ni tillgång till systemet där produkterna registreras för godkännande innan de lanseras. Det är också i Connect som er försäljning rapporteras kvartalsvis. För att du ska kunna rapportera behöver du först registrera och få dina produkter godkända i Connect.

I Connect hittar du även olika resurser som till exempel användbara länkar, alla Fairtrades certifieringsmärken för nedladdning, märkningsmanualer och en översikt över våra licensavgifter.

Registrera din produkt i Connect

I Connect behöver du fylla i grundläggande information om produkten, som till exempel varumärke, produktnamn, EAN-kod eller annat referensnummer. Om det är en sammansatt produkt ska också ingredienssammansättningen uppges.

Förpackningsdesignen laddar du upp i Connect och vi ger feedback på den om något behöver justeras, eller godkänner. I samband med tecknandet av licensavtal skickar vi ut vår internationella manual *FAIRTRADE Certification Mark Guidelines* som innehåller riktlinjer för hur Fairtrade-märket får användas på produktförpackningar. Bomull, hudvård, guld och tillhörande ädelmetaller samt Fairtrades råvaruprogram har egna manualer som vi skickar till dig om du behöver dem.

När produkten är godkänd och klar kan du ladda upp en produktbild, gärna frilagd mot vit bakgrund, som sedan visas i den publika delen av produktdata-basen, som konsumenter kan söka i.

När produkten är lanserad – skicka oss också gärna den fysiska slutprodukten så ställer vi fram den i vår displayhylla som vi har på kontoret, samt att vi kan använda den vid externa produktutställningar. Postadressen finner du på sista sidan.

Försäljning på andra marknader

Fairtrade Sverige har systerorganisationer i ett 20-tal länder. Licensen för att använda Fairtrade-märket förvaltas i Sverige av Fairtrade Sverige AB. Det är därför viktigt för dig som licenstagare att i Connect uppges om du vill marknadsföra och sälja dina produkter utanför Sverige. En förfrågan skickas då automatiskt ut till våra systerorganisationer för att få produkten godkänd på aktuell marknad. Du får svar inom 5 arbetsdagar.

Uppdatering av redan registrerad produkt

Om en ändring i produktinformation eller leverantörskedja sker, eller om en förpackning uppdateras ska informationen uppdateras i Connect. Detta gäller även om förändringarna inte direkt har något med Fairtrade-märket eller Fairtrade-texten att göra. Kom också ihåg att ladda upp en ny produktbild i Connect om det är aktuellt.

FAIRTRADES CERTIFIERINGS-MÄRKE

Fairtrades certifieringsmärke är ett internationellt registrerat och skyddat varumärke. Alla produktens ingredienser som finns att tillgå som Fairtrade-certifierade måste vara det. När Fairtrade-märket används på en vara uppfyller produkten de internationella Fairtrade-kriterierna.



CERTIFIERINGSMÄRKET FÖR BOMULL

Produkter med Fairtrade-certifierad bomull har ett eget märke, som förtydligar att det är bomullen i produkten som är certifierad.



CERTIFIERINGSMÄRKET FÖR GULD

Används i marknadsföring av produkter med Fairtrade-certifierat guld.



FAIRTRADES INGREDIENS-MÄRKNING

Används på produktförpackningar och i marknadsföring av företag som väljer att köpa in en eller flera Fairtrade-certifierade råvaror som en del av sitt hållbarhetsarbete. Den eller de råvaror som företaget valt att köpa som Fairtrade uppfyller de internationella Fairtrade-kriterierna.



ORGANISATIONSLOGOTYPEN

Representerar Fairtrade Sverige som organisation och används endast av Fairtrade Sverige.



MARKNADSFÖRINGSMATERIAL OCH KOMMUNIKATION KRING FAIRTRADE

Riktlinjer för användning av Fairtrade-märket och namnet Fairtrade, i andra sammanhang än på förpackningar, finns i vår [kommunikationsguide](#). Hör av dig till oss om du vill ha hjälp med formuleringar kring Fairtrade i ditt material. Allt marknadsföringsmaterial, till exempel annonser, hemsidor och annat material, skickas in för godkännande till cm@fairtrade.se.

Om du har frågor, kontakta gärna oss för råd och stöd!



"Kaffe odlas i länder som har svag arbets- och miljölagstiftning och som en ansvarsfull tillverkare måste man ta hänsyn till detta. Genom att Fairtrade-certifiera produkter minimerar vi risken att vårt kaffe inte odlas med hänsyn till människa och miljö. Det gör vårt kaffe ännu lite godare och våra konsumenter trygga."

Erica Bertilsson, Hållbarhets- och kommunikationsdirektör Arvid Nordquist



"T-shirts och andra bomullsplagg produceras nästan uteslutande i utvecklingsländer med dåliga löner och arbetsvillkor. Dessutom subventioneras bomullsproduktionen i vissa länder vilket leder till att marknadskrafterna sätts ur spel och att bönderna inte kan få ut ett skäligt pris för sin skörd. Därför är det positivt för våra kunder att få känna att de hjälper till att minska orättvisorna i världen genom att köpa produkter i Fairtrade-certifierad bomull."

Johan Graffner, Vd Stockholm Tshirt Store



**"VI HAR UTBILDAT KVINNORNA. SÅ NU FINNS DET
MÅNGA YRKESVERKSAMMA KVINNOR HÄR SOM
OCKSÅ DRIVER SINA EGNA GÅRDAR. VI VILL ATT
ALLA SKA VARA DELAKTIGA."**

ISABEL ROBLES AMADOR
KAFFEODLARE, DOMINIKANSKA REPUBLIKEN

Foto: Nicholas Söding

FAIRTRADES INGREDIENSMÄRKNING

FAIRTRADES INGREDIENSMÄRKNING

- En eller flera ingredienser i produkten är Fairtrade-certifierade.
- Fler möjligheter för företag att köpa Fairtrade-certifierad råvara som en del av sitt hållbarhetsarbete.
- Ökade försäljningsvolymerna ger mer nytta för fler producenter.

År 2014 lanserades ytterligare ett sätt att arbeta med Fairtrade-certifierade råvaror där fokus ligger på specifika ingredienser i produkter. Detta fokus på ingredienser syftar till att öka försäljningsvolymerna för producenten. Märkningen utgår från befintliga kriterier och kontrollsystem. I produkter med det svarta certifieringsmärket finns det krav på att allt som kan vara Fairtrade-certifierat i produkten ska vara det, i produkter med det vita ingrediensmärket ligger fokus istället på en eller flera råvaror.

Ett företag kan välja att köpa endast en ingrediens som Fairtrade-certifierad, för till exempel en hel produktserie eller för en mer generell hållbarhetsstrategi. Detta kommuniceras sedan genom ingrediensmärkningen på förpackning och/eller i företagskommunikation.

Genom att företag väljer att köpa in en eller flera ingredienser som Fairtrade får producenten fler potentiella köpare och fler försäljningskanaler för råvaran. Samtidigt innebär ökade försäljningsvolymerna möjlighet till fortsatt ekonomisk, social och miljömässigt hållbar utveckling i lokalsamhället kring produktionen. Utöver försäljningspriset för råvaran utgår också en Fairtrade-premie som ger möjlighet till större investeringar i till exempel utbildning, hälsovård och verksamhetsutveckling.

ÖVERGRIPANDE RIKTLINJER FÖR ANVÄNDNINGEN AV INGREDIENSMÄRKET

Ingrediensmärket kan placeras antingen på fram- eller baksidan av en produkt, på en hängetikett på textilier alternativt enbart i företagets affärskommunikation. För specifika riktlinjer läs mer i vår märkningsmanual för ingrediensmärkningen. Kontakta din kontaktperson på Fairtrade Sverige för mer information.

BAKGRUND OCH VIDARE LÄSNING

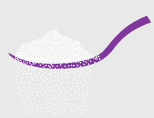
Fairtrades ingrediensmärkning – under det internationella namnet Fairtrade Sourcing Ingredient – utgör en viktig del av Fairtrades internationella strategi för att stärka och göra ännu större skillnad för fler producenter i länder med utbredd fattigdom. De första produkterna lanserades under 2014 och fler företag tillkommer hela tiden. Idag har många större internationella företag avtalat om inköpsvolymerna kopplade till Fairtrades ingrediensmärkning, däribland Mars, Ferrero, Coop i Schweiz, Lidl i Tyskland och AEON i Japan.



TVÅ OLIKA MODELLER



Odlare vill sälja mer Fairtrade-certifierad råvara

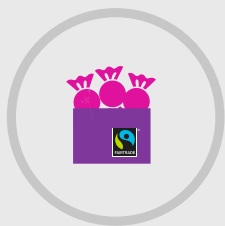


FAIRTRADES PRODUKTMÄRKNING

- Alla ingredienser i en produkt som finns tillgängliga som Fairtrade måste vara detta.
- Den totala mängden Fairtrade-ingredienser ska utgöra minst 20 %.
- Produktmärkning på den förpackade konsumentprodukten.

FAIRTRADES INGREDIENSMÄRKNING

- Fokus på en eller flera ingredienser i en produkt.
- Företag kan även göra volymåtaganden för specifika råvaror.
- Möjlighet att kommunicera med Fairtrades ingrediensmärkning på produkten eller i sin affärskommunikation, t.ex. på hemsidan.



ÅTERFÖRSÄLJARE AV FAIRTRADE-MÄRKTA PRODUKTER

På den svenska marknaden finns det nu fler än 2 200 Fairtrade-märkta produkter att välja bland. Många av produkterna kan man hitta i vanliga livsmedelsbutiker, men de säljs även i världsbutiker, hälsokostbutiker, på Systembolaget, inom övrig detaljhandel samt inom catering, vending och på hotell/restaurang/café.

UTBUDET ÄR BRETT

Förutom kaffe, te och bananer som många redan säljer finns det även kakao, drickchoklad, chokladkakor, annan färskt frukt, juice, läsk, ris, quinoa, glass, socker, kryddor, nötter, snacks, godis, honung och hudvård som Fairtrade-märkt. Dessutom går det att köpa Fairtrade-märkt vin, blommor, bollar, och produkter som innehåller Fairtrade-certifierad bomull.

Många Fairtrade-märkta produkter är licensierade i andra länder, och utöver de som redan finns på den svenska marknaden går det också att importera många spännande produkter. Om ni som företag säljer konsumentprodukter som redan är licensierade av ett annat företag behöver ni inte teckna licenstvtal för dessa. För dig som är återförsäljare finns det många tillfällen att medverka i våra kampanjaktiviteter, se sidan 16. Vi har också material som du kan använda dig av i marknadsföringen av ditt Fairtrade-sortiment.

Om du som återförsäljare tar fram eget marknadsföringsmaterial ska det följa riktlinjerna i vår kommunikationsmanual. All användning av certifieringsmärket – redaktionellt bruk undantaget – kräver Fairtrade Sveriges godkännande. Skicka ditt material per e-post till cm@fairtrade.se. Vi svarar inom 3–5 arbetsdagar.

ANVÄNDBARA LÄNKAR

[Adresser till systerorganisationer i andra länder](#)

[Beställning/nerladdning av marknadsföringsmaterial](#)

[Kommunikationsmanual](#)

[Ladda ned Fairtrade-märket](#)



FÖRSÄLJNINGEN ÖKAR

Försäljningen av Fairtrade-märkta varor ökar kontinuerligt, både i Sverige och internationellt. Idag gynnas fler än 1,6 miljoner odlare och anställda i 73 länder av Fairtrade-certifieringen, bland annat i form av förbättrade arbets- och levnadsvillkor, en bättre betalning för råvaran samt möjligheten till investeringar i lokalsamhälle och verksamhet genom Fairtrade-premien.

MARKNADSFÖRING OCH KOMMUNIKATION KRING FAIRTRADE

Fairtrade är ett starkt varumärke och hamnar högt upp på listan vad gäller spontan kännedom för produktmärkningar. Fairtrade syns och hörs i en lång rad kanaler och vi når ut till stora och breda konsumentgrupper. Du som säljer Fairtrade-märkta produkter kan på flera sätt lyfta fram detta i din egen marknadsföring.

KLICKA PÅ LÄNKARNA NEDAN FÖR MER INFORMATION

[Beställ material](#)

[Ta fram eget material](#)

[Prenumerera på Fairtrades nyhetsbrev för företag: Skicka e-post till \[foretag@fairtrade.se\]\(mailto:foretag@fairtrade.se\) för att anmäla dig till nyhetsbrevet.](#)

[Delta i Fairtrades kampanjer](#)

[Specialanpassad utbildning för ditt företag](#)

[Ytterligare sätt att engagera sig](#)



PLUGGANNONSER & BANNERS

[Pluggannonser för tryck](#)

[Banners för webben](#)

DITT FÖRETAG KAN MOTVERKA BARNARBETE

När ditt företag väljer att sälja Fairtrade-märkta produkter är ni delaktiga i att motverka förekomsten av barnarbete. Genom Fairtrade får odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom bättre betalt för sitt arbete och kan låta sina barn gå i skolan i stället för att arbeta.

MARKNADSAKTIVITETER

Under 2018 syns Fairtrade i många olika sammanhang.
Passa på att boka in viktiga datum i din kalender!

Vår största satsning är Fairtrades höstkampanj, en två veckor lång kampanj med syfte att öka försäljningen av och kännedomen om Fairtrade-märkta produkter och göra ännu större skillnad för odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom. Höstkampanjen äger rum vecka 41–42.

Nästa Fairtrade Challenge äger rum 9–11 maj 2019.

Varje år anordnas en inspirationsdag för företag som säljer Fairtrade-märkta produkter. Nästa inspirationsdag, *Fairtrade Trend* äger rum våren 2019.



"Vi är själva på plats och ser Fairtrades kriterier genomföras i praktiken i odlingsländerna. Det slående intrycket är att modellen både fungerar och upplevs relevant för odlarna. Vi arbetar med Fairtrade som produktmärkning därför att vi helt enkelt tror att deras kriterier bidrar till det bättre för odlare och anställda inom värdekedjan."

Oscar Alsén, Medgrundare/vd The Smiling Group

KONTAKTA OSS



Christopher Riddselius
Kundansvarig, blommor, juice och
out of home
E-post: christopher.riddselius@fairtrade.se
Telefon: 08-1220 89 02



Daniel Sommerstein
Tf vd
E-post: daniel.sommerstein@fairtrade.se
Telefon: 08-1220 89 04



Elisabet Lim
Kundansvarig kaffe, vin, bomull,
hudvårdsprodukter, kryddor, nötter, ris,
oljor och sportbollar
E-post: elisabet.lim@fairtrade.se
Telefon: 08-1220 89 13



Emma Toft
Kundansvarig kakao/choklad,
sammansatta produkter, te, socker,
honung samt frukt och grönt
E-post: emma.toft@fairtrade.se
Telefon: 08-1220 89 21



Jan Weis
Vikarierande produktkoordinator
E-post: jan.weis@fairtrade.se
Telefon: 08-1220 89 20



Maria Herou Wallner
Kundansvarig dagligvaruhandeln
E-post: maria.herou.wallner@fairtrade.se
Telefon: 08-1220 89 06

Ansökningsformulär för licensavtal

Fyll i era uppgifter och skicka in till oss för att ansöka om att teckna ett licensavtal med Fairtrade Sverige AB. Denna ansökan är inte bindande, men startar processen att bli licenstagare för användandet av Fairtrade-märket.

Information om företaget

Företagsnamn:

Organisationsnummer:

Besöksadress:

Momsregistreringsnummer:

Postnummer:

Postadress:

Telefon:

Ort:

Webbsida:

Kontaktperson:

Titel:

E-post till kontaktperson:

Telefon till kontaktperson:

E-post till avtalsansvarig:

Namn och titel på person som ska underteckna avtalet:

Produkter som ska Fairtrade-märkas

- | | | | |
|------------------------------------|--|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> bananer | <input type="checkbox"/> hudvård | <input type="checkbox"/> nötter | <input type="checkbox"/> sportbollar |
| <input type="checkbox"/> bomull | <input type="checkbox"/> juice | <input type="checkbox"/> quinoa | <input type="checkbox"/> te |
| <input type="checkbox"/> frukt | <input type="checkbox"/> kaffe | <input type="checkbox"/> ris | <input type="checkbox"/> torkad frukt |
| <input type="checkbox"/> grönsaker | <input type="checkbox"/> kakao | <input type="checkbox"/> socker | <input type="checkbox"/> vin |
| <input type="checkbox"/> honung | <input type="checkbox"/> kryddor & örter | <input type="checkbox"/> sojaböner & linser | |

- Sammansatt produkt (en produkt som innehåller en eller flera av ovan ingredienser)

Vänligen specificera vilka:

.....

Varumärke på produkten:

Förväntad uppskattad försäljningsvolym första året:

Kommer ni att behöva teckna ett certifieringsavtal med Flocert?

- Ja
 Nej
 Vet ej

**Maila in er ansökan till foretag@fairtrade.se
eller till produktansvarig på Fairtrade Sverige AB**



Fairtrade Sverige

Åsögatan 119

116 24 Stockholm

Telefon: +46 (0)8 1220 89 00

E-post: info@fairtrade.se

www.fairtrade.se