

Fairtrade og økologi to go

Forbrugerne er vilde med økologi og med Fairtrade-mærkede produkter. En meningsmåling foretaget af Capacent viser, at 55 % af danskerne tænker over arbejdsforholdene i de fattige lande, når de køber ind – kun hver sjette dansker er ligeglad. Fra d. 25. februar vil Reitan Servicehandel Danmark sikre forbrugerne, at to go kaffen i landets 130 7-Eleven butikker er både økologisk og Fairtrade-mærket.

De sidste par år har flere "grønne" produkter fundet vej til landets største convenience-kæde, 7-Eleven. Dermed ikke sagt, at foretagendet er ved at udvikle sig til et helsekoncept, understreger kædens administrerende direktør Jesper Østergaard. For 7-Eleven handler det om at have fingeren på forbrugspulsen.

Det er blandt andet derfor, at danske forbrugere fremover er sikret bæredygtig og økologisk kaffe to go. Uanset om man er til sort kaffe eller en af kaffespecialiteterne Café Latte, Cappuccino eller Latte Macchiato.

- Forbrugerne forventer, at de i en 7-Eleven butik kan købe produkter, som de ikke kan købe andre steder, og de forventer også, at vi som kæde har fingeren på pulsen, når det kommer til forbrugstrends. Økologi og fairtrade er på hastig fremmarch, og det er en positiv tendens, vi gerne vil understøtte på vores egne præmisser. Derfor har vi udvidet vores samarbejde med Fairtrade Mærket Danmark, så vores kunder fremover kan få velsmagende og bæredygtig økologisk kaffe to go, siger Jesper Østergaard, adm. direktør, Reitan Servicehandel Danmark, som bl.a. ejer 7-Eleven i Danmark.

Kvalitet til det danske folk

- At 7-Eleven vælger at satse på Fairtrade-mærket kaffe har stor betydning for de bønder, der dyrker kaffen. Det betyder også, at Fairtrade kan gøre en forskel på en større skala, siger Judith Kyst, generalsekretær i Fairtrade Mærket Danmark.

Sidste år steg salget af Fairtrade-mærkede varer med omkring 5 %. Det tal forventer Fairtrade Mærket Danmark vil stige i 2010.

Til te-drikerne har 7-Eleven netop indgået en aftale med det populære brand Pukka, som siden 2008 har vundet adskillige guldmedaljer for den gode smag ved "Great Taste Awards". Til en start kan det danske te-folk vælge mellem fire varianter i 7-Eleven – alle sammen 100 % økologisk og fri for konservering, kunstig duft og aromastoffer. Navnet Pukka er i øvrigt Hindi og betyder autentisk, ægte eller i daglig tale topkvalitet. Og netop topkvalitet til alle danskere er nøgleordet i 7-Elevens lancering af både Fairtrade-mærket økologisk kaffe og Pukka te.

- Hensigten med lanceringen af både bæredygtig og økologisk kaffe og Pukka te to go er at gøre produkterne tilgængelige for alle danskere. Mange konkurrenter begrænser den gode kvalitet til butikker i københavnsområdet. Dem om det, men hos 7-Eleven er holdningen og strategien, at god kvalitet skal være bredt tilgængeligt for alle danskere, siger Jesper Østergaard.

Yderligere information, kontakt venligst

Lars Volle, mobil: 5050 7413, mail: lars@help-pr.dk