



Svensken tar helst en fika med kronprinsessan Victoria

Den svenska fikakulturen är både unik och helig. Inför kanelbullensdag har Circle K tagit reda på mer om fenomenet. Kartläggningen visar att varannan svensk fikar minst en gång om dagen. Fikan sker oftast på eftermiddagen, och då gärna i sällskap av en familjemedlem och helst med en kopp hederligt bryggkaffe, tillsammans med en smörgås eller en bulle. Kronprinsessan Victoria toppar listan över den kändis man helst fikar med.

Circle K:s fikakartläggning har tagits fram tillsammans med Novus i syfte att få en bättre bild av svenskarnas fikavanor. Kartläggningen visar bland annat att fikat har sin givna plats i svenskens dagliga rutin. Nästan varannan svensk uppger att de fikar minst en gång per dag och att de oftast spenderar 15–29 minuter på den gyllene stunden. För en fjärdedel är fikan till och med över en halvtimme lång.

6 av 10 anger att det främsta skälet till att de fikar är för att få en paus i vardagen. Det stämmer väl överens med den vanligaste tidpunkten för en fika, eftermiddagen, då den klassiska eftermiddagsdippen gör sig påmind.

Bryggkaffet utsett till den populäraste fikadrycken

Undersökningen visar också att det klassiska bryggkaffet, eller snutkaffet som vissa kallar det, (59%) är den dryck man helst dricker till fikat. Till kaffet tar man gärna en smörgås (37 %) eller en bulle (34 %).



– Vi vet hur mycket fikatraditionen betyder för svenskarna och därför har vi också lagt ner väldigt mycket kärlek och engagemang på att ta fram en fikameny som passar alla smaker och preferenser. Hos oss hittar du allt från traditionellt bryggkaffe och kanelbullar till latte och frallor nybakade på station, säger Anna Boduljak, kategorichef Food på Circle K Sverige.

I kartläggningen framkommer det tydligt att sällskapet spelar en viktig roll för hur lyckad fikan blir. Män fikar helst med någon i familjen (29 %), medan kvinnor helst fikar med en kompis (35 %). Det minst populära fikasällskapet är grannen (1%).

Fika med kunglig glans

På frågan vilken svensk kändis man helst fikar med hamnar kronprinsessan Victoria i toppen, följt av pappa kungen Carl XVI Gustav. Även kriminologen Leif GW Persson hamnar högt upp på listan.

För mer information kontakta:

Lisa Vejlo Degerman, Kommunikationschef Circle K Sverige AB, 070-429 6475, Lisa.Vejlodegerman@circlekeurope.com

Anna Boduljak, Kategorichef Food Circle K Sverige AB, 070-234 54 39, Anna.Boduljak@circlekeurope.com

Tabeller

Hur ofta brukar du fika?			
	Totalt	Man	Kvinna
En gång per dag	25 %	28 %	22 %
Flera gånger per dag	22 %	24 %	20 %
Mer sällan	20 %	18 %	22 %
En gång per vecka	15 %	14 %	17 %
Flera gånger per vecka	14 %	13 %	14 %
Aldrig	3 %	3 %	2 %
Vet ej	1 %	0 %	2 %

Vad föredrar du att dricka när du fikar?			
	Totalt	Man	Kvinna
Bryggkaffe	59 %	64 %	54 %
Espresso/Latte/Cappuccino	16 %	14 %	19 %
Te	11 %	9 %	12 %
Läsk/soft	6 %	6 %	6 %
Vatten	4 %	3 %	4 %
Annan	3 %	4 %	3 %
Vet ej	0 %	0 %	1 %

Vad, av följande, är viktigast när du fikar?			
	Totalt	Man	Kvinna
Sällskap	63 %	62 %	64 %
Smak	36 %	32 %	40 %
Läge /platsen	27 %	23 %	32 %
Drycken	21 %	23 %	20 %
Pris	17 %	16 %	17 %
Tillgänglighet	10 %	9 %	12 %
Tillbehören	7 %	7 %	6 %
Inget är viktigt	5 %	6 %	5 %
Vet ej	4 %	4 %	3 %
Inget av ovanstående	2 %	3 %	2 %

Av vilken/vilka anledningar brukar du fika?			
	Totalt	Man	Kvinna
Paus i vardagen	61 %	63 %	58 %
Unna mig	25 %	22 %	28 %
Samla kraft	18 %	16 %	21 %
Stilla hunger	11 %	9 %	12 %
Stilla sötsuget	9 %	7 %	11 %
Annat nämligen	8 %	5 %	10 %
Fira	7 %	5 %	10 %
Vet ej	4 %	5 %	3 %
Slippa jobba	3 %	4 %	2 %

Vad föredrar du att äta när du fikar?			
	Totalt	Man	Kvinna
Smörgås	37 %	37 %	38 %
Bulle	34 %	37 %	32 %
Småkaka	20 %	21 %	19 %
Chokladbit	18 %	14 %	23 %
Wienerbröd	16 %	22 %	10 %
Frukt	15 %	12 %	18 %
Muffins	11 %	11 %	11 %
Glass	10 %	12 %	9 %
Annat	8 %	6 %	10 %
Vet ej	4 %	6 %	3 %

Vem fikar du helst med?			
	Totalt	Man	Kvinna
Familjemedlem	30 %	29 %	31 %
Med kompis	29 %	24 %	35 %
Make/maka/sambo/särbo	18 %	21 %	15 %
Kollega	10 %	13 %	7 %
Ingen, fikar helst själv	5 %	5 %	5 %
Vet ej	4 %	5 %	3 %
Mor/far-föräldrar	2 %	3 %	1 %
Granne	1 %	0 %	2 %
Annan person	0 %	1 %	0 %

Om undersökningen

Målgruppen för undersökningen är den svenska allmänheten 18-79 år. Totalt har 1028 intervjuer genomförts under perioden 31 aug – 6 sep 2017. Deltagarfrekvensen var 59%.

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

Om Circle K Sverige AB

Circle K Sverige AB har cirka 700 drivmedelsstationer anpassade för både personbilar och tung trafik. 300 av dessa är fullservicestationer som erbjuder drivmedel, biltvätt, kaffe och mat.

Verksamheten består av utveckling, försäljning och distribution av bensin, diesel, fordonsgas och E85. I Sverige finns 5 operativa depåer. Vårt nät av fullservicestationer finns över hela landet och erbjuder förutom drivmedel, service, kunskap, fräsch och näringsriktig mat på vägen, gott

ekologiskt kaffe på nymalda Fairtrademärkta bönor, biluthyrning, biltvätt och spolarvätska på pump.

Ungefär 3300 medarbetare arbetar på våra stationer och kontor över hela landet.

Circle K Sverige är en del av den Kanadensiska koncernen Alimentation Couche-Tard Inc (Couche-tard) som är ett världsledande servicehandelsföretag med huvudkontor i Laval, Kanada.

Vi var tidigare Statoil Fuel & Retail Sverige AB men har under 2016/2017 bytt namn till Circle K Sverige AB och varumärke till Circle K.

Servicekontoret för Circle K Sverige ligger i Stockholm.

För mer information om Circle K Sverige, se www.circlek.se

Om Alimentation Couche-Tard Inc.

Couche-Tard is the leader in the Canadian convenience store industry. In the United States, it is the largest independent convenience store operator in terms of number of company-operated stores. In Europe, Couche-Tard is a leader in convenience store and road transportation fuel retail in the Scandinavian and Baltic countries with a significant presence in Poland.

As of January 31, 2016, Couche-Tard's network comprised 7,979 convenience stores throughout North America, including 6,560 stores offering road transportation fuel. Its North-American network consists of 15 business units, including 11 in the United States covering 41 states and four in Canada covering all ten provinces. About 80,000 people are employed throughout its network and at its service offices in North America.

In Europe, Couche-Tard operates a broad retail network across Scandinavia (Norway, Sweden and Denmark), Poland, the Baltics (Estonia, Latvia and Lithuania) and Russia. As of January 31, 2016, it comprised 2,218 stores, the majority of which offer road transportation fuel and convenience products while the others are unmanned automated fuel stations. Couche-Tard also offers other products, including stationary energy, marine fuel and chemicals. Couche-Tard operates key fuel terminals and fuel depots in six European countries. Including employees at franchise stations carrying its brands, about 19,000 people work in its retail network, terminals and service offices across Europe. Since its acquisition of Topaz Energy Group Limited on February 1, 2016, Couche-Tard also operates a convenience and fuel retailing network comprised of 444 service stations in Ireland as well as a significant commercial fuels operation, with over 30 depots and two terminals.

In addition, around 1,500 stores are operated by independent operators under the Circle K banner in 13 other countries or regions worldwide (China, Costa Rica, Egypt, Guam, Honduras, Hong Kong, Indonesia, Macau, Malaysia, Mexico, the Philippines, the United Arab Emirates and Vietnam). Couche-Tard is bringing all its convenience retail operations together under its global Circle K brand. The one exception is its Couche-Tard-branded sites in Quebec.

Couche-Tard is headquartered in Laval, Quebec and listed on the Toronto Stock Exchange (TSX: ATD.A ATD:B).

For more information about Alimentation Couche-Tard Inc., please visit: <http://corpo.coucheltard.com>

Forward-Looking Statements

The statements set forth in this press release, which describe Couche-Tard's objectives, projections, estimates, expectations or forecasts, may constitute forward-looking statements within the meaning of applicable securities legislation. Positive or negative verbs such as "will", "plan", "evaluate", "estimate", "believe", "expect" and other related expressions are used to identify such statements. Couche-Tard would like to point out that, by their very nature, forward-looking statements involve risks and uncertainties such that its results, or the measures it adopts, could differ materially from those indicated or underlying these statements, or could have an impact on the degree of realization of a particular projection. Major factors that may lead to a material difference between Couche-Tard's actual results and the projections or expectations set forth in the forward-looking statements include the effects of the integration of acquired businesses and the ability to achieve projected synergies, fluctuations in margins on motor fuel sales, competition in the convenience store and retail motor fuel industries, exchange rate variations, and such other risks as described in detail from time to time in documents filed by Couche-Tard with securities regulatory authorities in Canada. Unless otherwise required by applicable securities laws, Couche-Tard disclaims any intention or obligation to update or revise any forward-looking statements, whether as a result of new information, future events or otherwise. The forward-looking information in this press release is based on information available as of the date of the release.