

CASO DE ESTUDO – Oxfam Fair Trade

Título	Marketing de alimentação sustentável
Questão central	Como motivar os clientes a comprar alimentos sustentáveis?
Empresa	Oxfam Fair Trade
Contexto	Oxfam Fair Trade importa, promove e vende produtos de comércio justo através de diferentes canais: organização parceira Oxfam World Shops, vendas directas B2B e retalhistas tradicionais.
Descrição do caso	A Oxfam considera o comércio justo como uma alavanca para o desenvolvimento estrutural no Sul. É claro que pagamos um preço justo aos nossos produtores. Mas sabiam que eles recebem também um prémio de comércio justo? Eles investem este dinheiro em projetos que beneficiam toda a sua comunidade. A Oxfam Fair Trade garante uma colaboração a longo prazo com as cooperativas. E podem contar com apoio e aconselhamento em várias áreas (técnica, financeira, organizacional, etc.). Porque, em última análise, o nosso objetivo é ter uma forte posição no mercado para os produtores. Além disso, sensibilizamos os consumidores, as empresas e os governos para o comércio justo. Este é também uma escolha ecologicamente sustentável. Pois não só um preço justo dá esperança de um futuro melhor, mas também é importante a forma como tratamos o nosso planeta e as nossas matérias-primas. Mais de 40 por cento dos nossos produtos têm certificação biológica.
Motivo do caso	Os consumidores de hoje estão cada vez mais interessados em aspetos de sustentabilidade quando fazem as suas escolhas alimentares, no entanto, continua a existir um grande fosso entre a intenção do consumidor médio e o seu comportamento. Na Oxfam Fair Trade a sustentabilidade está no centro do nosso negócio, no entanto, notamos que as nossas vendas nem sempre beneficiam da tendência de sustentabilidade com os consumidores, uma vez que as marcas mais comuns estão também a incorporar este tema nos seus produtos. Infelizmente, muitas destas não proporcionam uma verdadeira sustentabilidade em todos os aspectos e isto resulta num comprador que está confuso e não sabe em que confiar quando faz as suas escolhas. Como fazer com que o comprador do futuro opte por produtos alimentares efetivamente mais sustentáveis?
Objetivo futuro	Através do sucesso dos nossos produtos e dos esforços de sensibilização, queremos impulsionar a mudança na indústria alimentar de uma forma que elimine as injustiças comerciais e permita uma maior sustentabilidade através de toda a cadeia.
Limitações	Comprador confuso devido ao excesso de informação A tomada de decisões políticas a nível da UE/Internacional é difícil de impactar Forte concorrência dos agentes tradicionais da indústria que querem manter o status quo

Autor: Sebastiaan Boussauw