

El comerç just arriba a la distribució tradicional

Els productes de comerç just surten de les botigues especialitzades i comencen a distribuir-se a través dels canals de venda tradicional. Hipermercats, Internet i regals d'empresa són els que tenen més èxit.

Per comprar cafè de comerç just ja no cal desplaçar-se fins a una botiga especialitzada ni a les seus de les ONG. Els hipermercats i les grans superfícies han descobert un nínxol de mercat amb aquest tipus de productes, on el client demana qualitat i alhora responsabilitat social de les empreses. L'instint empresarial vol donar resposta a aquests nous criteris de consum i, per fer-ho, reserva diversos line-

als als productes de comerç just que tenen més èxit entre el públic: cafè, xocolata, te i galetes. Altres productes, com l'arròs, el sucre o les melmelades els segueixen en segona fila i esperen conquerir els gustos dels consumidors.

A més de la comercialització en hipermercats i grans superfícies, hi ha altres canals de venda que normalment s'han utilitzat per als productes de consum general, en els quals el comerç just

guanya progressivament terreny de la mateixa manera. Així, se situen de mica en mica en la venda per Internet. I en aquesta línia, els regals d'empresa de comerç just, per exemple, cada vegada són més atractius per a les companyies que volen donar a conèixer el seu compromís social. A través de la venda de regals d'empresa, Intermón Oxfam, una de les ONG més actives en l'àmbit del comerç just, va vendre al 2006 més d'un milió d'euros en productes, quatre vegades més que a l'any 2004. Per Internet, aquesta organització ha facturat durant l'any 100.000 euros, "molt més que en anys anteriors, tot i que la xifra sigui petita en relació amb els gairebé 7 milions d'euros que factura Intermón per vendes de comerç just", explica Fernando Contreras, responsable de l'Àrea de Màrqueting d'Intermón Oxfam. Alternativa 3, una altra ONG del sector que fa deu anys que importa i ven productes de comerç just, també disposa de botiga en línia en la qual es troba una àmplia gamma de cafè, xocolata, cacau, refrescos i molts altres tipus de productes de decoració, moda i complements o joguines. El Govern de la Generalitat de Catalunya, per exemple,

Els conreus tradicionals dels països en vies de desenvolupament tenen sortida al mercat través de les xarxes de distribució de comerç just.



EL TEMPS

ja incorpora cafè de comerç just en les seves màquines de venda automàtica.

El cafè és el principal exemple d'èxit del comerç just i n'és el producte estrella pel que fa a la demanda, segurament perquè la diferència de preu no és tan gran (1,75 euros respecte a l'1,05 que pot costar un paquet de cafè mòlt natural de marca blanca), mentre que la qualitat que ofereix és molt més alta. "L'esforç que ha de fer el client és molt poc, el problema és que el producte és difícil de trobar, per això des que estem en supermercats el nivell de resposta és molt bo -explica Contreras-, perquè la gent cada vegada és més conscient de les millores globals que representa comprar comerç just." Amb vista al futur, diu, "interessaria molt incorporar-hi els vins, les barretes de cereals, les espècies i els productes de Nadal", que encara no estan disponibles en els punts de distribució general perquè les grans superfícies necessiten una rotació elevada dels productes per justificar l'ocupació dels seus lineals. Una altra línia estratègica que pensen seguir és la d'oferir aquest producte en bars i restaurants per obrir-se al sector de l'hostaleria.

Negoci i solidaritat. Per als supermercats, la xifra de negoci que impliquen els productes de comerç just no és ni de bon tros significativa, però oferir-los als clients els ajuda a enfortir la seva imatge de responsabilitat social alhora que donen suport a una causa justa: "La venda de productes de comerç just en els supermercats Caprabo respon a dues inquietuds: la demanda del mateix consumidor d'una banda, i el compromís de la companyia amb iniciatives responsables socialment de l'altra", explica Antoni Font, director de l'àrea comercial de Caprabo. Les tres referències que actualment s'hi poden trobar "són productes amb una elevada qualitat que responen perfectament als estàndards de varietat, assortiment, qualitat i servei que caracteritzen la marca", afegeix Font. El fet que aquests productes tinguin una rotació suficient és bàsic per justificar l'ocupació que facin dels lineals, però si bé el nivell de consum encara no és gaire alt, la majoria de supermercats consultats es mostren satisfets amb la demanda i estan disposats a ampliar l'oferta ac-



Els hipermercats i les grans superfícies han descobert un nínxol de mercat amb els productes anomenats do comerç just.

tual. "La companyia té previst un increment progressiu del nombre de referències de productes procedents de comerç just. Per a aquest any, en un 50% més", conclou Font.

Algunes marques, a més de tenir els productes en els seus establiments comercials, estimulen la venda amb accions de promoció. És el cas de Bon Preu, que durant el mes de maig, època en què se celebra la festa del comerç just a Catalunya, amplia la gamma de

productes que té per vendre i duu a terme una campanya per donar-los a conèixer. Les ONG també tenen la voluntat d'ampliar la informació que el client té dels productes de comerç just i incentivar-los a la compra solidària, de manera que es plantegen d'enviar equips de voluntaris que puguin fer d'informadors davant mateix del lineal on es troben els productes.

Glòria Vallès

El cafè exprés

Un altre sistema de comercialització que dóna bons resultats és el que es duu a terme a través de les màquines de venda automàtica (*vending*). Aquest mateix any, l'organització Setem ha firmat un conveni amb la Generalitat de Catalunya per incloure cafè de comerç just en set màquines de venda automàtica del Palau de la Generalitat, que se sumen a les altres 48 que ja hi havia en diverses dependències. A Catalunya n'hi ha instal·lades 602, fruit de convenis amb diverses empreses del sector: "Tenim un programa d'acreditació de màquines, en el qual les empreses firmen un conveni que les compromet a posar cafè de comerç just als seus aparells. En Setem, per altra banda, identifiquem la màquina amb la nostra imatge i donem informació sobre les compres de comerç just que fan aquestes empreses", explica Ramon Vives, responsable de Comerç Just en el Vending de Setem.

El cafè en qüestió és més car, però també de qualitat molt més alta que el cafè tradicional utilitzat en venda automàtica. Així, les empreses hi troben un bon argument per a casar promoció i compromís social, i cada vegada n'hi ha més que hi participen: "L'augment de màquines enguany ha estat molt significatiu, se n'han posat 146 -diu Vives-, i a través del nostre programa de venda automàtica s'han venut 20.895 quilos de cafè de comerç just el 2006."