

A Agricultura Biológica para o Cidadão

A Comercialização e o Marketing

CANTINHO DAS AROMÁTICAS

LUÍS ALVES

23 Abril 2008



Mercado Global AB

- A agricultura biológica tem crescido cerca de 20% ao ano, tanto em países desenvolvidos como em desenvolvimento;
- É o segmento que mais cresce dentro do sector de alimentação;
- O mercado mundial de produtos biológicos subiu de US\$ 10 biliões em 1997 para US\$ 23-25 biliões em 2003.

Portugal

- Muitos portugueses (grandes cidades) sabem já o que são produtos provenientes de AB;
- Solidariedade comunicação social;
- Os que ainda não consumiram, mostram curiosidade;
- Hortofrutícolas; origem animal; transformados.

Análise do indivíduo

- Maioria sexo feminino (entre 30 a 45 anos);
- Preferência por produtos nacionais;
- Sensação de insegurança alimentar perante os convencionais;
- Algum desconhecimento do processo certificação em AB.

A alimentação é a nova paixão global!

- Actualmente, debatem-se questões como proximidade, sustentabilidade, origem ética, comércio justo e solidariedade para com os agricultores;
- “ Consumidores Conscientes”, que fazem as suas opções de compra com base na ética;

Porque compramos AB?

- Maior sensibilização do consumidor para com as questões nutricionais, por motivos de saúde;
- Insegurança em relação aquilo que se come, desencadeada pela percepção de risco na alimentação;
- Crescente preocupação do consumidor com o estado do ambiente.

distribuição/comercialização de produtos AB:

- Supermercados/hipermercados;
- Lojas especializadas;
- Cooperativas de consumidores;
- Mercados municipais;
- Ervanárias;
- Quintas;
- Venda ao domicílio.

Análise do mercado AB em Portugal

- Produção/abastecimento insuficiente e pouco diversificado;
- Pouco esforço na fidelização de clientes;
- Importação de muitos produtos, incluindo frescos – preços mais elevados no futuro;
- A procura é superior à oferta em produtos de primeira necessidade, principalmente em períodos de crise alimentar;
- Preço elevado de alguns produtos;
- Oferta por vezes de inferior qualidade visual (sobretudo nos frescos).

Certificação

- É importante alertar o consumidor na diferenciação entre um produto convencional e um de AB;
- Reconhecimento do logo europeu e do organismo de certificação;
- Conhecimento conjunto procedimentos e regras de todas as fases de produção, proporcionando confiança em termos de segurança alimentar.



ACTUAL



A PARTIR DE 2009

Logotipos da Agricultura Biológica

<http://www.gppaa.min-agricultura.pt/>

Uma questão de atitude

- A atitude das empresas face ao mercado pode ser classificada em **quatro** eras distintas:

Era da Produção

- preocupação de produzir muito e a bom preço e por uma atitude de imposição dos produtos no mercado;

Era das Vendas

- Divórcio entre a empresa e o consumidor.
- A empresa continua a oferecer os seus produtos com base em conveniências produtivas e os consumidores procuram comprar o que lhes é útil, ou seja, aquilo que lhes satisfaz as necessidades, cada vez mais requintadas;

Era do Marketing

- Gradualmente as empresas vão-se apercebendo que a força de vendas não resolve todos os problemas;
- O sucesso depende da capacidade de a empresa se adaptar ao consumidor e satisfazer as suas necessidades de uma forma mais eficiente do que a concorrência;

Era do Marketing Social

por força da internacionalização da informação, do reforço das associações de defesa do consumidor, as empresas procuram reforçar a sua imagem com uma actuação ética, assumindo-se como responsável pelo equilíbrio social.

Uma questão de atitude

- Muitas explorações agrícolas portuguesas colocam-se claramente na primitiva **Era da Produção** ou na **Era das Vendas**.
- Muitas vezes produz-se o que se pode, sabe ou quer e procura-se, desesperadamente, impor os produtos no mercado.

A atitude de Marketing na AB

- um bom produto vende-se a si mesmo;
- existe uma notável diferença entre a noção de qualidade do ponto de vista do produtor, dos distribuidores e a qualidade que é percebida pelo consumidor;
- Um produto só poderá ter sucesso no mercado que tiver “qualidade” para todos os intervenientes na fileira.

A atitude de Marketing na AB

- um *bom produto* é aquele que o consumidor deseja;
- é necessário adoptar a atitude de que o importante é *saber produzir aquilo que os consumidores desejam*;
- Frutas, legumes, flores e plantas ornamentais são os produtos agrícolas onde é mais fácil e vantajoso adoptar uma atitude de marketing.

A atitude de Marketing na AB

- Quando é que os produtores de alfaces passarão a vender saúde?;
- O que é necessário para que os produtores de alho vendam um *nutracêutico* (de *nutritivo* e *farmacêutico*, produto alimentar benéfico para a saúde e bem-estar devido a outras propriedades além do valor nutritivo);
- Será que podemos identificar as cenouras com um estilo de vida, e que o alecrim seja considerado um “preservante da juventude”?

Uma nova concepção de produto hortícola

- **Para ser bem aceite no mercado a *melo* deve ser:**
- de determinada variedade/origem;
- com determinados aspectos/características organolépticas;
- deve ter determinado preço;
- estar à disposição do consumidor em determinado local e momento;
- em embalagem adequada ao segmento alvo.

Problemas

o mercado de produtos biológicos encontra alguns obstáculos:

- o maior preço em muita situações;
- a falta de divulgação entre a maior parte dos consumidores;
- o número reduzido de pontos de venda;
- algumas dificuldades relacionadas com a regularidade dos abastecimentos em termos de variedade e de quantidade (elevada importação).

Futuro da AB

- Estabelecer uma relação de confiança entre produtor e consumidor através do contacto personalizado;
- Aumento das áreas cultivadas e do número de explorações;
- Criação de empresas de transformação de produtos biológicos;
- Expansão e eficiência da rede de distribuição dos produtos.

Futuro da AB

o modo de produção biológico, pelos seus fundamentos éticos, produtivos, sociais e económicos deve ser um sector cujo desenvolvimento deverá ser **apoiado por todos e para todos.**

PLANTAS



Alecrim



Equinácea



PLANTAS



Erva-cidreira



Hipericão-do-Gerês



PLANTAS



Erva-príncipe



Hortelã-pimenta



PLANTAS



Limonete



Loureiro



PLANTAS



Tomilho bela-luz



Tomilho-limão



Características das plantas aromáticas, medicinais e condimentares

Cantinho das Aromáticas

- Todas as plantas são produzidas e cultivadas na exploração, nenhuma é colhida na natureza, contribuindo para a preservação dos ecossistemas;
- Cultivos biológicos certificados pela **ECOCERT**;
- A designação ***Agricultura Portugal*** garante ao consumidor que as matérias-primas são produzidas integralmente no nosso país;

Características das plantas aromáticas, medicinais e condimentares

Cantinho das Aromáticas

- Colhidas no momento em que os princípios activos estão mais concentrados;
- Produzidas e transformadas no mesmo local, permitindo uma manipulação mínima das matérias-primas;
- Transportadas do campo para a secagem em pequenas quantidades para evitar perdas de qualidade;

Características das plantas aromáticas, medicinais e condimentares

Cantinho das Aromáticas

- Secas em condições de ambiente e luz controlados, não ultrapassando temperaturas excessivas, mantendo assim todos os compostos e substâncias voláteis, além de garantir uma cor muito próxima da original, o que contribui para a sua durabilidade;
- Baixo custo ambiental por envolverem pouca logística e transportes – baixa emissão CO₂;
- Consumo muito baixo de água de rega pela utilização de um sistema de baixa dotação de água;

Características das plantas aromáticas, medicinais e condimentares Cantinho das Aromáticas

- Cultivo de espécies espontâneas no país, perdidas na tradição gastronómica portuguesa, como é o caso do tomilho bela-luz;
- Água, solos e plantas analisadas frequentemente, microbiologicamente e quimicamente;
- Estrutura de toda a produção visitável;

Características das plantas aromáticas, medicinais e condimentares Cantinho das Aromáticas

- Em curso a instalação de um sistema de controlo de qualidade (HACCP);
- Utilização fidedigna de espécies – inovador sistema de produção;
- Todo o produto, desde a embalagem aos rótulos, foi desenvolvido e produzido em Portugal, numa das raras Quintas em espaço urbano, que pratica Agricultura Biológica na Europa.



www.cantinhodasaromaticas.pt