

Meio Ambiente e Varejo

As mudanças climáticas e comportamentais estão refletindo em ações de marketing no varejo. Desde os anos 1950, a variação de foco da indústria varejista mirou nas vendas, no produto, na propaganda, no marketing promocional junto ao ponto-de-venda até que, no ano 2000, o varejo resolveu, enfim, apostar no consumidor e, mais recentemente, no *shopper*, ou comprador. Isto é o que mostra uma pesquisa da Ipsos sobre a realidade do consumo varejista no Brasil.

A tendência do varejo é a sustentabilidade. Se já não bastasse salientar a importância disso diariamente e tornar, às vezes, este assunto em algo repetitivo, a verdade é que o tema deixa de ser discurso para ser estratégia. Veja o Walmart Brasil. Entre suas metas para os próximos anos, há um planejamento sustentável para produtos, clima e energia, e resíduos dos pontos-de-venda.

“A empresa já fala em sustentabilidade há três ou quatro anos, com metas agressivas que englobam a companhia de ponta a ponta. Sem falar que uma em cada três pessoas busca informações sobre sustentabilidade nas empresas”, afirma a diretora de varejo da Ipsos com base em um estudo feito pelos institutos Akatu e Ethos entre 2006 e 2007.

A tendência da sustentabilidade no varejo brasileiro não é só por parte da indústria. O consumidor também está engajado na causa. Prova disso é que o Brasil tem o mesmo índice de consumidores que mudaram seus hábitos de compra para ajudar o meio ambiente do que média da América Latina. Em compensação, na Europa este índice é de meros 8%, seguido de 11% dos americanos.

Porém, os números apresentados pelos consumidores do velho continente e os da terra do Tio Sam não significam despreocupação com a causa verde. “Na Europa, por exemplo, fala-se menos em mudança de hábitos em prol do meio ambiente porque lá os consumidores mudaram seu comportamento de compra há muito tempo”, conta Simone Terra, diretora da Simone Terra Soluções de Mercado e Conselheira do Comitê de Promoção, Trade e Varejo da ABA.



Fonte: <http://100co2.blogspot.com/2010/03/meio-ambiente-e-varejo.html>

Comentário da Equipe “PRODUÇÃO CONSCIENTE = AMANHÃ MAIS FELIZ”

Os consumidores estão cada vez mais exigentes, não só em relação à qualidade dos produtos, mas também com relação às questões ambientais. Ao chegar em uma loja de calçados ele também está buscando produtos que tenham atributos ecológicos em sua produção. Com os calçados produzidos em Três Coroas, você também pode aproveitar este importante argumento de venda. Portanto, compre esta ideia!