

Locales, sanos y naturales: los productos alternativos llegan al mercado

El mercado de la alimentación está en plena revolución. El consumidor, cada día más concienciado y preocupado por su salud, demanda productos saludables. Hoy en día, el mercado ofrece todo tipo de productos para cubrir esta demanda, y garantiza la calidad y proveniencia de los mismos mediante una serie de certificaciones ecológicas o de comercio justo. El inconveniente que supone consumir este tipo de productos es su precio, en algunos casos muy superior al de su equivalente convencional. Otro problema que surge a la hora hacer la compra es la escasa variedad con que cuenta este tipo de productos, en especial los productos frescos no elaborados. Esto se debe a la rigurosidad de los procesos de certificación, así como a la escasez de superficie destinada a la agricultura ecológica que, pese a su progresivo aumento, aún no es suficiente para abastecer una demanda en constante crecimiento.

Situados entre lo ecológico, la agricultura razonada, el comercio justo y el desarrollo sostenible están surgiendo nuevos productos que suponen una alternativa para el consumidor concienciado: se trata de productos sanos, elaborados con materias primas locales, cuidadosos con los detalles relativos al transporte y a las condiciones laborales de los suministradores. Su éxito es ya una realidad, han conseguido llamar la atención de un sector que se ha identificado rápidamente con la filosofía de estas nuevas marcas, que aúna la sostenibilidad con el placer del buen comer.

Estas nuevas marcas han sabido conciliar estos dos aspectos a través de un discurso austero y un márketing sencillo basado en la naturalidad.

Los helados, zumos, yogures etc., son sencillos, sanos y su elaboración está al alcance de cualquiera con un mínimo de habilidades culinarias. Todas estas nuevas marcas tienen un blog en el que exponen su filosofía y donde publican sus recetas y modo de preparación. Las etiquetas de estos productos indican claramente el teléfono y la dirección del productor.

Estas nuevas empresas agroalimentarias reivindican una gestión coherente en el plano social y medioambiental. Algunas de estas nuevas marcas proponen actividades paralelas como por ejemplo un fondo de inversión en energías renovables, plantación de árboles frutales, etc. Partiendo de una gestión sostenible del negocio, que implica desde el transporte hasta las condiciones laborales de los suministradores, a los que se les imponen una serie de condiciones sociales y medioambientales, estas nuevas empresas “alternativas” consiguen llamar la atención de los consumidores que buscan productos de calidad.

Michele y Augustin

Innocent

Immédia

Ben y Jerry's

(fin del artículo)