

Rumo a Campanha Nacional de Comércio Justo e Solidário

Roteiro

- 1 – Contextualização
- 2 – Alguns debates e acúmulos
- 3 – Uma pesquisa sobre CJS
- 4 – Desenho da proposta em construção

1. Contextualização

FACES DO BRASIL

MISSÃO: PLATAFORMA NACIONAL DE FOMENTO A CONSTRUÇÃO DO COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO COMO INSTRUMENTO DE UMA ECONOMIA INCLUSIVA, SOLIDÁRIA E SUSTENTÁVEL

CAMPOS DE ATUAÇÃO: 1) articulação política e institucional; 2) promoção de conceito, pesquisa e formação; e 3) fortalecimento de canais de comercialização e consumo solidários

MEMBROS DO FACES DO BRASIL:

Unões de produtores: ACS Amazônia, ANTEAG, Rede Cerrado, UNICAFES, UNISOL Brasil

Instituições de Apoio: Cáritas, CEDAC, DESER, Ética Brasil, FASE, Instituto Marista de Solidariedade, Instituto Kairós, Onda Solidária, SEBRAE, Tulipe, Visão Mundial, Rede de Gestores de Políticas Públicas de Economia Solidária

Parceiros Governamentais: SAF/MDA, SDT/MDA, SENAES/MTE.

1. Contextualização

- Assembleia – nov de 2010.
- Definição da articulação de uma Campanha Nacional de CJS como um dos eixos estratégicos de atuação.
- Primeira reunião de construção da campanha: parceria com o FBES em Dez/ 2010 – Feira Nacional de Economia Solidária - Slavador

2. Alguns debates e acúmulos

- Qual deveria ser o foco da campanha?
- Necessidade de definição do público-alvo – importância de definir com quem queremos nos comunicar
- Recorre-se então a algumas pesquisas sobre “consumo consciente” mas percebemos que essas pesquisas envolvem variáveis muito diferentes do nosso debate. Consciência sobre o que?

2. Alguns debates e acúmulos

Público-alvo

- Se as pesquisas indicam que os consumidores de classe alta são mais conscientes devemos nos direcionar a eles?
- É o nosso projeto político?
- Economicamente realmente é mais vantajoso?
- É uma campanha comercial? O retorno é em que prazo?

2. Alguns debates e acúmulos

Como lidar com a demanda gerada?

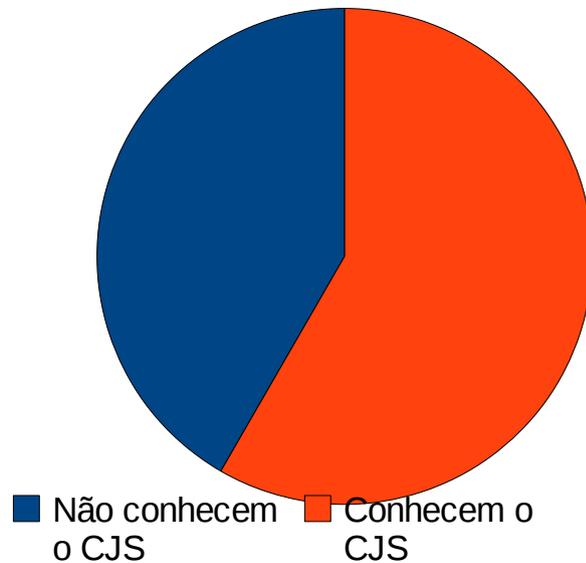
- Podemos gerar uma demanda que não temos capacidade de atender e essa ser direcionada para as redes varejistas ou até para a responsabilidade social?
- É importante pensar em uma campanha que problematize o consumo e que seja capaz de passar uma visão crítica para o consumidor.
- Pensar em uma campanha que envolva o consumidor e o convide para a construção, não oferecendo para ele um catálogo de produtos

3. Uma pesquisa sobre CJS

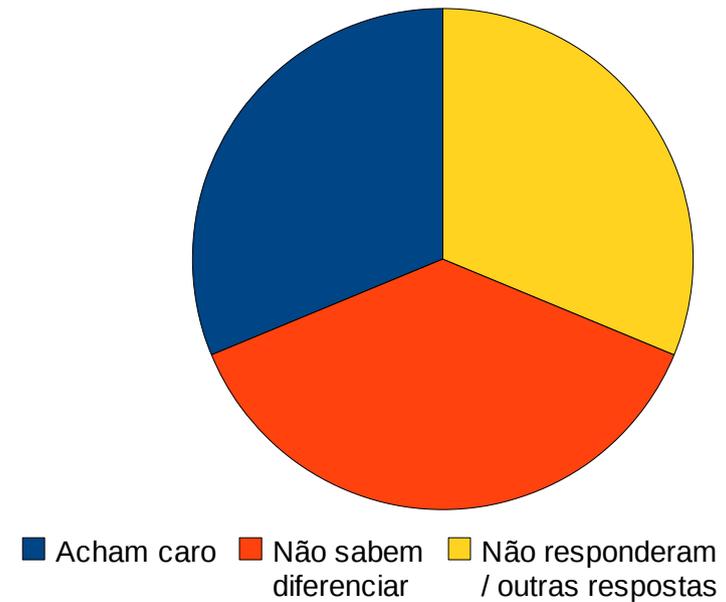
- Dificuldade de obter informações que dialogam com o nosso conceito de consumo responsável e comércio justo
- Pequena amostra dentro da feira Exposustentat
- Serviu como piloto, mas com algumas informações interessantes

3. Uma pesquisa sobre CJS

Quem conhece / Quem compra?



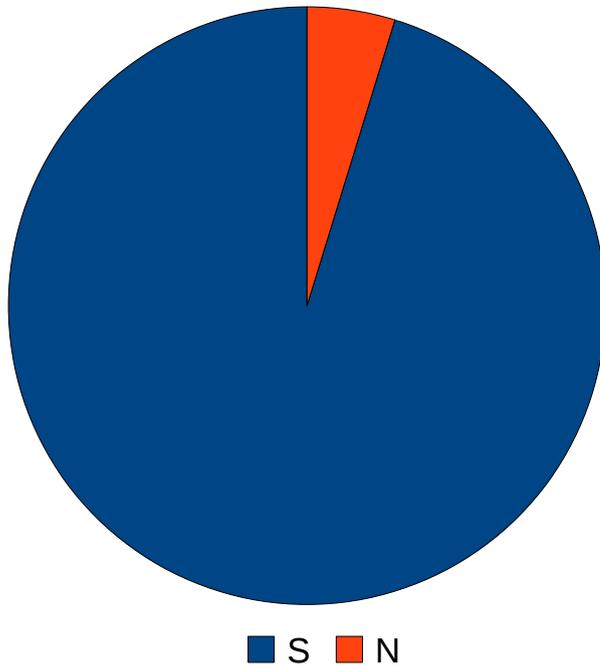
Por que não compram produtos do CJS?



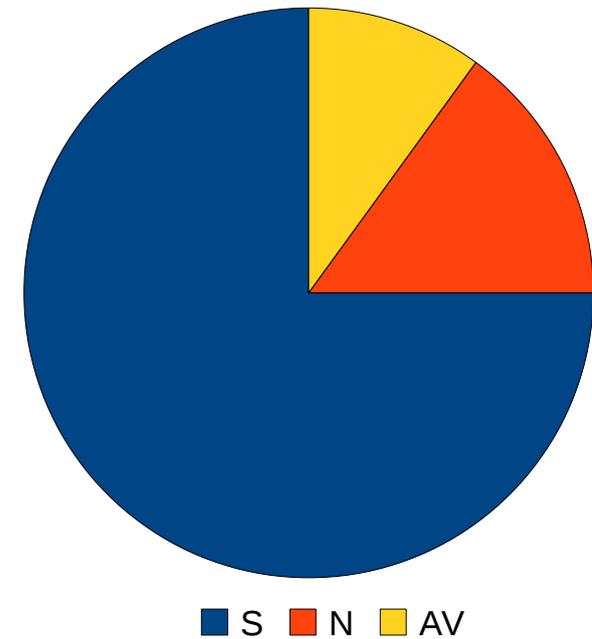
3. Uma pesquisa sobre CJS

Quem conhece / Quem compra?

Falta informação sobre os produtos do CJS?



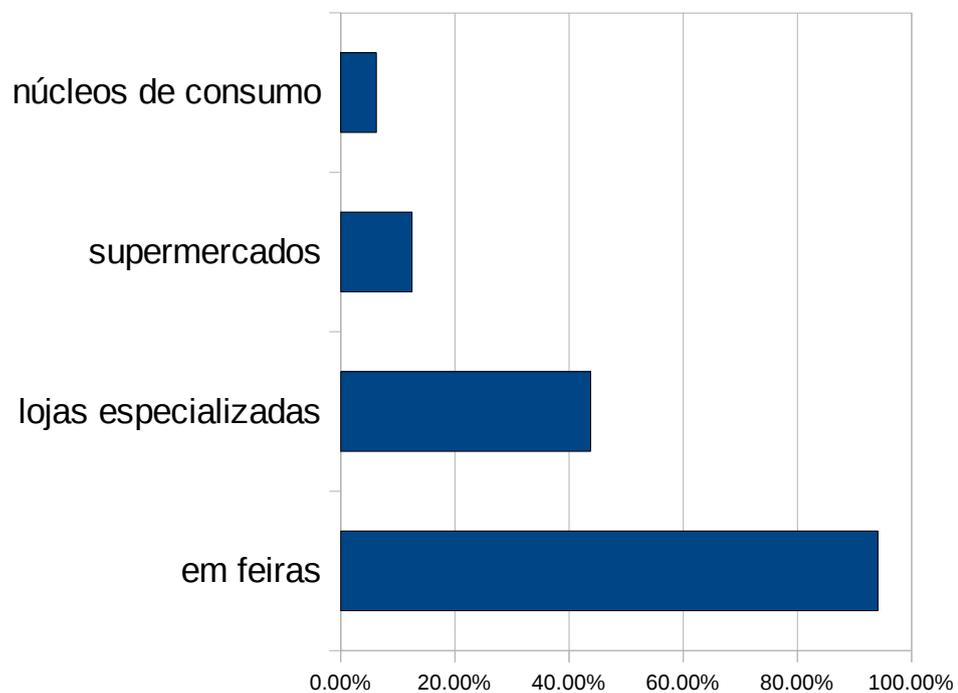
Tem dificuldades em encontrar produtos do CJS?



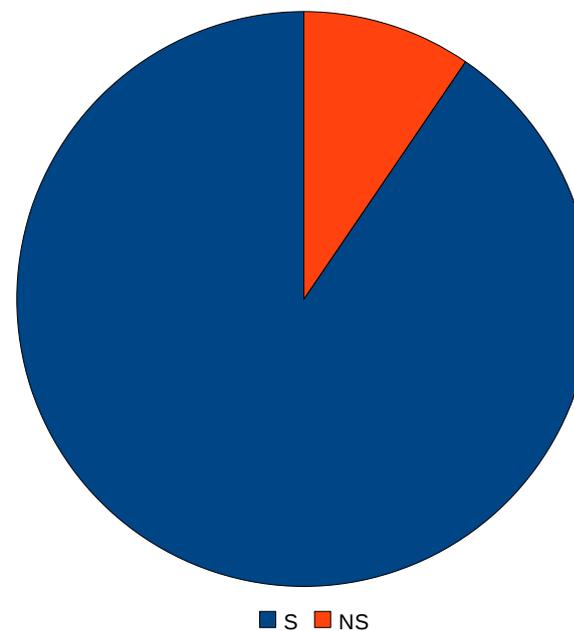
3. Uma pesquisa sobre CJS

Onde consome?

Lugar onde consome



Participaria de um grupo de consumo?



4. Desenho da proposta em construção

- Fomento ao acesso e ao fluxo de informação, voltada para os diferentes elos da cadeia produtiva. Articulação dos bancos de dados e integração dos novos consumidores organizados.
- Uma campanha que funcione em dois eixos/momentos: problematização dos padrões de consumo e apresentação de alternativas críticas
- Construção de uma identidade da campanha, dos movimentos de economia solidária, consumo responsável e comércio justo e solidário
- Mobilização e coordenação de ações descentralizadas de divulgação, compondo o Festival Nacional de Economia Solidária e Comércio Justo e Solidário

4. Desenho da proposta em construção

Retomando questões para debate

- Faz sentido uma campanha nacional integrada por ações descentralizadas para fortalecer o nosso diálogo com a sociedade e nossa atuação local?
- Qual abordagem/público alvo?
- Qual papel devem/podem ter os grupos de consumo responsável?