

POLÓNIA

CAFÉ – NOTA SECTORIAL

Elaboração: Delegação em Varsóvia

Data: Março 2006

NOTA SECTORIAL – MERCADO DA POLÓNIA

CAFÉ

Breve caracterização do sector

Segundo o relatório da Organização Internacional do Café (International Coffee Organization), um polaco médio bebeu, em 2004, 3,46 kg de café. O mesmo relatório indica que um português médio consome cerca de 4,44 kg. Tendo em consideração as quantidades de café consumidas nos países nórdicos (10 kg café per capita/ano), os maiores consumidores europeus de café, o mercado da Polónia apresenta grandes perspectivas de desenvolvimento.

A Organização Internacional do Café considera a Polónia o mercado mais promissor da UE25, dado que o consumo de café vai aumentar com o aumento do poder de compra da sociedade polaca e com a melhoria do nível de vida. Neste momento, e segundo dados das estatísticas polacas (GUS), um polaco médio gasta em café apenas 50 PLN anualmente (cerca de 13 EUR), mas há que ter em especial atenção que o chá continua a ser a bebida quente mais popular e típica da Polónia.

O mercado de café na Polónia pode ser dividido em quatro segmentos: café em grão, café moído, café solúvel e “capuccino”.

O mercado da venda em retalho de café em grão tem pouco significado (com excepção das lojas especializadas). Ao nível do retalho, as maiores vendas registam-se nos segmentos café moído, café solúvel e “capuccino”. Num relatório recente do Instituto ACNielsen, os dois primeiros tipos de café continuam a representar $\frac{3}{4}$ do volume total de vendas.

No entanto, enquanto o posicionamento dos segmentos de café em grão e moído, predominantes no mercado, permanece bastante estável, o segmento de café solúvel está a sofrer grandes mudanças, com a entrada no mercado de novos produtos, como café com chicória ou misturas do tipo “3 em 1” (café solúvel com leite e açúcar).

No período de Agosto 2004-Julho de 2005, as vendas a retalho de café atingiram um valor de 1,7 mil milhões de PLN (cerca de 450 milhões de EUR). Neste período, verificou-se um ligeiro decréscimo nas vendas de café em grão e café moído (2%) e um aumento do valor das vendas de café solúvel tradicional e café solúvel tipo capuccino (0,9% e 1,1%, respectivamente). Estas vendas de café são realizadas, fundamentalmente, em supermercados e hipermercados (45,9%).

As principais empresas produtoras de café na Polónia (no período de Julho 2004 – Junho 2005) são a Kraft Foods, com a marca Jacobs (com uma quota de mercado de 28,4%), Tchibo (16,7%), Nestlé (16,4%), Elite (6,8%), Prima (6,7%), Mokate (5,1%) e MK Café & Tea (4,2%). Em Setembro 2005, a empresa Elite Café (parte do Grupo Elite International) comprou a MK Café & Tea, fortalecendo assim sua posição no mercado polaco do café.

Deste grupo de seis empresas que dominam o mercado polaco do café, apenas a empresa Mokate é detida em 100% por capitais polacos. Todas as outras empresas têm capitais estrangeiros.

Ao nível da venda de café ao público, os “coffee-bares” – um fenómeno relativamente recente neste país – estão a conquistar o mercado polaco. Estima-se que existam mais de 100 redes de “coffee-bares”, localizados principalmente no centro de grandes cidades e em todos os grandes centros comerciais. Para além das redes tradicionais, tais como Coffeeheaven, Pożegnanie z Afryką, Daily Café, Mercer’s Gourmet Coffee e Coffee Time, existem “coffee-bares” relacionados com uma única marca como são os casos dos estabelecimentos da Tchibo, Nescafe e Segafredo. Alguns especialistas deste sector, referem que brevemente se instalarão na Polónia as cadeias internacionais Starbucks e Cafe Nero.

As vendas anuais deste tipo de estabelecimentos são estimadas em 500-700 milhões de PLN (entre 125 e 175 milhões de Euros).

Os “coffee-bares” têm observado uma tendência positiva na venda de alguns tipos de café mais raros – os clientes polacos tornam-se cada vez mais exigentes e conhecedores de café, o que implica uma maior procura de café mais exótico vendido por um preço mais elevado.

Importações polacas e posicionamento de Portugal

Posição Pautal: 0901 – Café, mesmo torrado ou descafeinado

País	2002		2003		2004	
	Valor	Quota (%)	Valor	Quota (%)	Valor	Quota (%)
1º Vietname	25140	25,86	36043	27,71	38643	27,57
2º Alemanha	16056	16,51	26429	20,32	31172	22,24
3º Brasil	3874	3,98	6541	5,03	9431	6,73
4º Itália	5381	5,53	6790	5,22	9402	6,71
5º Uganda	5176	5,32	7972	6,13	7914	5,65
6º Laos	1608	1,65	4234	3,25	6156	4,39
7º Indonésia	8635	8,88	8457	6,50	5541	3,95
8º Colômbia	3299	3,39	3706	2,85	4472	3,19
9º Peru	5552	5,71	2694	2,07	4204	2,99
10º Rep. Checa	2574	2,65	3642	2,80	4056	2,89
11º Tailândia	420	0,43	2709	2,08	2407	1,72
12º Etiópia	1154	1,19	2997	2,30	2272	1,62
13º Bélgica	-	-	1048	0,80	1980	1,41
14º Costa Rica	238	0,24	855	0,66	1622	1,16
15º Áustria	4483	4,61	3705	2,85	1410	1,01
Outros	13638	14,03	12254	9,42	9452	6,74
Total das Importações	97228		130076		140134	

Fonte: GUS – Instituto Nacional Polaco de Estatística
 Unidade: Mil USD

Segundo os dados das estatísticas polacas (GUS), Portugal foi, em 2004, o 45º fornecedor da Polónia de café, com as exportações nacionais a atingirem cerca de 6300 USD. Apesar de o valor das importações polacas de Portugal ser pouco

significativo, observou-se, porém, um aumento das importações, em comparação com os anos anteriores. Em 2002, Portugal exportou para Polónia café no valor de 112 USD (60º lugar entre os fornecedores polacos) e em 2003 este valor já rondou 3384 USD (49º lugar).

Por outro lado, e segundo os valores do INE (Portugal), a Polónia foi o 26º mercado mundial para Portugal com as vendas a atingirem, em 2004, um valor de 16 000 USD e a registaram um aumento de 369,37% em relação ao ano de 2003.

Produtos / Clientes / Serviços

Principais clientes / indústrias:

- Mercado de retalho de produtos alimentares
- Grossistas de produtos alimentares
- Sector HORECA
- Cadeias de “coffee-bares”

Oportunidades

A dimensão do mercado, o aumento do poder de compra da população polaca e os hábitos entretanto criados de consumo de café, são factores que possibilitarão um aumento muito significativo do consumo de café neste país.

Com a chegada à Polónia dos “coffee-bares”, chegou também a moda de tomar café (sobretudo “expresso” ou “capuccino”) fora de casa – cada ano abrem cerca de 80 novos estabelecimentos.

Associações sectoriais

POHiD - Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji – Organização Polaca de Comércio e Distribuição
www.pohid.pl

Feiras sectoriais

IFE – INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION – Feira Internacional de Produtos Alimentares
www.ifepoland.com

POLAGRA-FOOD – Feira Internacional do Sector Alimentar
www.polagra-food.pl

EUROGASTRO – Feira Internacional de Gastronomia e Hotelaria
<http://mtpolska.com.pl>

TEA & COFFEE – Feira de Café e Chá
www.targi.lublin.pl

Revistas sectoriais

Web site sectorial sobre café
www.kawa-online.pl

Menu Smakosza – Revista mensal do sector gastronómico, hoteleiro e turístico
www.menu-smakosza.pl

Nowości Gastronomiczne – Revista mensal do sector gastronómico e alimentar
www.brog.com.pl

Nowy Rynek – Revista mensal do sector HORECA
www.nowyrynek.pl

Poradnik Handlowca – Revista mensal para retalhistas e grossistas do sector FMCG
www.poradnikhandlowca.com.pl

Poradnik Restauratora – Revista mensal dirigida aos chefes de restaurantes e outros estabelecimentos gastronómicos
www.poradnikrestauratora.com.pl

Przegląd Gastronomiczny – Revista mensal do sector alimentar e catering
www.przegląd-gastronomiczny.pl

Przy Stoliku – Revista bimensal do sector gastronómico, hoteleiro e catering
www.elamed.com.pl

Restaurator – Revista bimensal do sector gastronómico (restaurantes)
www.publikator.com.pl

Supermarket News – Revista bimensal para administradores de redes de retalho
www.supermarketnews.com.pl

Świat Hoteli – Revista mensal do sector hoteleiro
www.brog.com.pl

Trendy Food – Revista bimensal do sector alimentar
www.trendyfood.pl

Wiadomości Handlowe – Revista mensal de comércio e sector FMCG (Fast Moving Consumer Goods)
www.wiadomoscihandlowe.com.pl

Responsável pelo sector

Joanna Czarnecka

Delegação do Icep em Varsóvia, Polónia

E-mail: joanna.czarnecka@icep.pl

Data de elaboração: Março de 2006