

## Setor cafeeiro vê mais consumo entre os jovens

Cristiane Marsola



*Dia Internacional do Café é comemorado nesta terça-feira (14)*

Nesta terça-feira (14), comemora-se o Dia Internacional do Café. O setor tem motivos para comemorar já que a crise não chegou com força ao mercado de café. De acordo com Ricardo Souza, diretor de marketing da Sara Lee, o crescimento deve continuar entre 3% e 4% ao ano, apesar dos problemas financeiros internacionais. "A crise não afetou muito. O consumo de café no Brasil tem crescido, principalmente, entre os jovens e a classe C", disse Souza.

A Sara Lee está no Brasil há 11 anos. Aqui a empresa está focada no mercado de café e é dona das marcas Café do Ponto, Pilão, Seletto, Caboclo, Jaraguá e Moka. "Nosso market share é de 21% no mercado de café brasileiro", falou Souza. Para a data especial, a empresa fará apenas ações de endomarketing.

A empresa tem investido mais em mídia tradicional, mas promete uma estratégia específica para mídia digital para o segundo semestre deste ano. "Nosso público é principalmente de mulheres da classe A/B, com idade entre 35 e 45 anos, e elas estão cada vez mais na internet", contou o executivo.

A Pilão acaba de relançar sua linha de cappuccino com novas embalagens e fórmulas. "Os sabores já existiam, mas foram revistos", contou Souza. Para estimular o consumo da bebida gelada, estão sendo realizadas blitz de verão em PDVs em São Paulo com degustação do drink. Além disso, no hotsite da marca é possível participar de um concurso de receitas.

Segundo a Abic (Associação Brasileira da Indústria de Café), o País é o maior produtor do mundo. No ano passado, foram 46 milhões de sacas e em 2008 foram exportadas 29,4 milhões. O Brasil detém 30% do mercado mundial.

O consumo interno não fica atrás. O País é o segundo mercado consumidor de café, atrás apenas dos Estados Unidos. A previsão é de que o consumo do mercado interno neste ano seja de 18,2 milhões de sacas.

De acordo com Souza, o consumo de café no Brasil acontece, principalmente, dentro de casa (75%) e de café coado (mais de 80%). "Nós atingimos todas as classes. Pilão e Café do Ponto são voltados às classes A e B, Caboclo e Moka são intermediários e Seletto e Jaraguá são mais populares", explicou Souza.

**Fonte: Propmark, São Paulo, 13 abr. 2009, p. 16.**