



Ginga é a Marca de café da empresa Angonabeiro, uma unidade de negócio do Grupo Delta Cafés, criada em 1998 e cuja alteração de imagem em 2011, teve como objectivo devolver o prestígio internacional ao café angolano. A Angonabeiro é hoje líder do mercado de cafés torrados em Angola, assegurando a compra da produção para o seu abastecimento em Angola.



VALORES DA MARCA

Sendo uma unidade de negócio do Grupo Delta Cafés, a Angonabeiro opera de acordo com as boas práticas do grupo a que pertence. Assim, a empresa procura implementar normas e procedimentos idênticos aos praticados pela Delta Cafés em Portugal, ajustando-os, naturalmente, ao contexto social, económico e político de Angola. A Angonabeiro assegura a sustentabilidade dos produtores de café em Angola, apostando na construção de infra-estruturas tais como furos, poços e fornos, nas zonas de café. Um investimento que se insere na política de responsabilidade social da empresa, e que visa o apoio a projectos comunitários, com o objectivo de melhorar a qualidade de vida dos pequenos e médios produtores de cafés, assim como das respectivas famílias e restantes moradores das aldeias. Para além disso, contribui para o desenvolvimento das comunidades produtoras, fomentando a escolarização e a capacitação dos produtores, promovendo também a gestão racional de recursos naturais e a não poluição dos solos. No fundo, este compromisso social decorre da política de responsabilidade social do Grupo Delta Cafés, resumida na expressão “Gestão de Rosto Humano”, bem demonstrativa da importância das questões sociais e ambientais na

definição das orientações de negócio do grupo. Assente em valores genuínos como a Humildade, a Solidariedade, a Lealdade, a Transparência e a Integridade, a Marca Ginga procura conquistar o seu espaço em Angola.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A actividade comercial da Angonabeiro está orientada para três mercados distintos: o canal Horeca, o Retalho Alimentar e o Institucional. No canal Horeca, a Angonabeiro tem reforçado a capacidade de cobertura no terreno, o nível de serviço aos clientes e a visibilidade e acessibilidade da Marca. Neste sector a Marca comercializa Café Torrado em Grão, o lote Premium – Muata, feito a partir do melhor café angolano. No canal de Retalho Alimentar, a Angonabeiro está presente nos momentos promocionais-chave dos clientes, contribuindo para fazer crescer a categoria de café no retalho. A empresa comercializa embalagens de café moído e em grão, bem como os cafés instantâneos, com e sem cafeína, das Marca Ginga Bwe, Ginga Lobito e Ginga Muata Prestígio, disponíveis em embalagens de 1 Kg, 500 g, 200 g e 125 g. Para além do café Ginga, a Angonabeiro é hoje uma verdadeira empresa multi-categoria,

presente em várias categorias de produto. Ainda nas bebidas quentes comercializa os Cafés Delta e também as Marcas de chá Deltea e Tetley. Está presente nas categorias de vinhos, azeites e vinagres com a Marca Adega Mayor. Comercializa ainda a Marca Agrodelta cuja gama engloba azeitonas, tremoços e pickles e representa as águas Vimeiro, a cerveja Cintra e os sumos Hero. Em termos de serviços, a empresa oferece aos seus clientes uma linha de apoio 24 horas, para prestar assistência técnica nos pontos de venda.

MERCADO

Após a independência de Angola, o café angolano perdeu muito do seu prestígio nos mercados internacionais. Quando em 1998 a Angonabeiro entrou no mercado angolano, verificava-se uma falta de formação de quadros e uma significativa falta de matéria-prima. Para contrariar esta conjuntura, a empresa apostou na recuperação de infra-estruturas, na formação de recursos humanos e na oferta de meios técnicos para recuperar a cafeicultura em Angola. Para além disso, a empresa acompanha os produtores locais, desde a plantação à colheita, para garantir que a qualidade do café é a melhor possível e financia, inclusivamente, pequenos produtores sem

SABIA QUE:

- A Angonabeiro lidera o mercado de cafés torrados em Angola e promove a produção de café verde, mediante apoio directo aos pequenos e médios produtores, assegurando a compra da sua produção para abastecer a empresa em Angola, assim como para exportar para Portugal.
- A Angonabeiro produz mais de 200 toneladas de café torrado por ano, utilizando apenas metade da capacidade instalada e tem mais de 100 colaboradores (95% contratados localmente).
- O economista Manuel Ricardo Miranda decidiu escrever a história da Rainha Ginga, numa obra intitulada "A primeira nacionalista angolana."

comissões adicionais. No sentido de garantir o escoamento do produto dos seus fornecedores, a Angonabeiro celebra contratos de compra de café, nos quais são definidos os preços em função das cotações do mercado internacional. Esta iniciativa oferece segurança ao produtor, uma vez que lhe permite, logo à partida, assegurar uma margem para o seu negócio. Este procedimento contribuiu, definitivamente, para que muitos camponeses, agricultores e produtores tenham voltado à cafeicultura, que até aí estava praticamente abandonada.

COMUNICAÇÃO

A Marca Ginga é uma homenagem à Rainha Ginga, que governou os reinos de Ngongo e Matamba, ficando conhecida pela sua excentricidade e espírito guerreiro. Para comemorar os 10 anos da Marca, em 2011, e comunicar o seu "rebranding", foi lançada a campanha "Há 10 anos no coração de Angola". A nova imagem dos cafés Ginga teve como base a



reinterpretação de uma das representações mais populares da Rainha Ginga. A ilustração da rainha e o logótipo da Marca foram criados de forma a tornar mais icónica e expressiva toda a gama de cafés. O rejuvenescimento da imagem da Marca é transversal a toda a gama de produtos e reforça a sua ligação a Angola, uma vez que do ponto de vista gráfico, todo o "packaging" foi reformulado com as cores marcantes de Angola – Vermelho, Amarelo e Preto.

Ginga é uma Marca que estimula a proximidade com os seus clientes e consumidores. Tal como a Marca portuguesa, a Marca angolana aposta numa criteriosa estratégia de patrocínios, apoiando projectos de interesse local, promovendo, dessa forma, o envolvimento emocional do consumidor com a Marca. Em 2013, Ginga continua empenhada em contribuir activamente para o desenvolvimento da indústria angolana de café, reforçando a notoriedade da Marca.

VANTAGENS COMPETITIVAS

A Angonabeiro é uma empresa que assegura a sua competitividade com base no equilíbrio das variáveis económicas, sociais e ambientais, tendo contribuído significativamente para a recuperação do prestígio internacional do café angolano. Há 12 anos que a empresa desenvolve um trabalho pioneiro ao nível da



cultura de café angolano, identificando as zonas com potencial para plantação do café, promovendo parcerias com agricultores locais, concedendo apoios financeiros para o arranque da campanha e contribuindo logisticamente na fase de descasque e benefício do café. Este trabalho continuado tem contribuído para o desenvolvimento económico de populações agrícolas no interior do país e estimulado a fixação das mesmas no meio rural.

Depois de restaurada a unidade fabril Limoca e estimulada a produção de café nacional, a Angonabeiro tem actualmente uma produção mensal de 30 toneladas de café, assegura o escoamento anual de 600 toneladas de café verde e perspectiva consolidar a sua actividade em Angola e internacionalizar o negócio noutros países africanos.



2001

Inauguração da fábrica do café Ginga.

2010

A Angonabeiro foi premiada pela feira "Alimentícia", realizada em Luanda, como o melhor expositor.

2011

Renovação do portfólio Ginga e relançamento da Marca com a campanha "Há 10 anos no coração de Angola".

2012

Lançamento do projecto de crescimento na fileira de café verde e na distribuição de produtos alimentares em Angola.