



"Em Angola, cerveja é CUCA". É com este "statement" que a Marca de cerveja líder em Angola procura consolidar o seu posicionamento no mercado e no coração dos angolanos. Deixou de se conseguir distinguir o produto da sua própria categoria e quando isso acontece, estamos perante uma Marca na sua plenitude. Com uma quota de mercado invejável, e um elevado capital de afinidade e confiança junto dos consumidores, a CUCA é um dos activos mais valiosos do Grupo Castel.

VALORES DA MARCA

A CUCA, Companhia União de Cervejas de Angola, fundada em 1952 por Manuel Brito

Vinhas, é desde a sua origem, uma presença incontornável no mercado cervejeiro nacional, consolidando a sua posição de líder no sector. A sua história confunde-se com a história de Angola, tendo a sua evolução enquanto Marca e produto de referência na escolha dos consumidores angolanos, acompanhado a prosperidade e a sustentabilidade do mercado em termos socio-económicos. Os angolanos não dispensam uma CUCA. Esta inconfundível Cerveja faz parte das suas vidas em todas as ocasiões de consumo, seja de festejo, celebração ou descontração. Beber ou pedir uma CUCA é sinónimo de beber ou pedir uma cerveja. Os seus valores estão assentes na Qualidade de um produto produzido em Angola, com os mais elevados standards de produção, e na Proximidade, representando um símbolo da própria história e cultura de um país e do seu povo. A CUCA é conhecida também pelas suas campanhas de comunicação, desde a década de 50 até aos dias de hoje, assumindo toda a força e responsabilidade de uma grande Marca alinhada com o desenvolvimento do próprio País.

Com o apoio dos seus proprietários, trabalhadores, consumidores e população em geral, a Marca CUCA continua a crescer em todas as vertentes. Com as novas fábricas inauguradas nos últimos anos, novos produtos, melhor presença nos pontos de venda e maior presença na vida dos angolanos, a CUCA continuará a ser "a" cerveja de Angola.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A CUCA já era comercializada em garrafas descartáveis e com retorno de 31 cl, em lata (desde 2002) e à pressão (barris de 10, 30 e 50 litros), e em Março de 2013 foi lançada a CUCA Mini, em garrafa de 25 cl. Um conjunto de produtos desenvolvidos para corresponder às sugestões e desejos dos seus consumidores, apresentando formatos mais práticos para se poder desfrutar do sabor inconfundível desta cerveja. Para acompanhar o sempre crescente desejo de CUCA por parte dos angolanos, o grupo Castel tem investido fortemente tanto em novas instalações de produção da cerveja, como em novas fábricas



e linhas, assim como num plano ambicioso de lançamento de novos produtos.

MERCADO

A nível de consumo interno de cerveja, o mercado angolano apresenta muita capacidade – é o décimo a nível mundial –, com valores que crescem sustentadamente de ano para ano. Neste campo, a CUCA, apoiada na sua longa história, na força da Marca e na capacidade de produção e distribuição por todas as províncias, é líder de mercado. Mas, num país com uma população de 24 milhões de pessoas, o potencial para crescimento não se esgotou, e a CUCA, sendo a Marca de cerveja favorita dos angolanos, continua a apostar em novas dinâmicas e formas de conseguir atingir quotas mais altas.

COMUNICAÇÃO

Em 2014, a CUCA lançou uma nova campanha de comunicação "above-the-line", com uma forte presença em TV, outdoor e imprensa, que teve como grande objectivo consolidar esta Marca iconográfica, reforçando os eixos de proximidade e de identificação com os valores sócio-culturais de Angola. Esta campanha teve ainda mais relevância por ter sido lançada no ano que antecede a celebração dos 40 anos da independência da República de Angola – 2015 –, constituindo, por isso, um dos pilares estratégicos da comunicação da Marca para o triénio 2014-2016, onde a proximidade com o povo angolano se assume como vector primordial

da comunicação da Marca.

Em 2015, serão lançados no mercado novos produtos que irão aumentar o portefólio de oferta das melhores soluções de cerveja para o Mercado angolano.

A Marca irá assim aumentar também a sua presença e visibilidade nos pontos de venda, tanto na distribuição moderna e mercado informal, como no canal horeca, garantindo com essa estratégia uma melhor visibilidade, melhor serviço e melhores soluções comerciais, promovendo cada vez mais uma melhor experiência cervejeira para os consumidores.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Estando integrada no Grupo Castel – um dos maiores grupos franceses ao nível de vinhos e águas minerais –, a CUCA afigura-se de consideráveis vantagens competitivas a nível de produção, distribuição, colocação de produto e comercialização. O grupo proprietário da CUCA é o maior aglomerado empresarial de produção de cerveja em África, e em Angola em particular, e também possui uma fábrica de vidros (Vidrul no Cacucaco, Luanda) que, para além de fornecer as garrafas para as cervejas das várias Marcas do grupo, pode ainda dedicar-se à produção para outras bebidas.

Uma das imagens de marca da CUCA é a qualidade dos materiais, quer sejam os orgânicos, utilizados na produção da própria bebida, quer sejam os que compõem a maquinaria das linhas de montagem. Tudo

isto é organizado, gerido e operado por uma equipa de profissionais escolhidos entre os melhores do País, que recebem regularmente formação acerca dos produtos que criam. Os postos de trabalho destes profissionais estão estrategicamente colocados junto da linha de produção da cerveja, o que lhes permite desenvolver ideias para a Marca que acreditam poder sempre melhorar.

SABIA QUE:

- A CUCA é a Marca de cerveja angolana com mais visibilidade nas redes sociais, contando com mais 70.000 seguidores no Facebook.
- A CUCA esteve sempre muito ligada às vertentes culturais e desportivas em Angola, tendo apoiado vários eventos e patrocinado, entre outros, Luis Sá Silva, o piloto angolano que procura entrar na Formula 1, disputando as provas de GP2 com a carteira de Macau, onde iniciou a sua carreira como profissional, em 2006.
- Em 2015, a Marca CUCA estará presente pela primeira vez na 56.ª edição da Bienal de Viena, um dos eventos mais importantes de mostra de arte contemporânea.
- Em 2013, a CUCA lançou o projecto CUCARTE que consistiu numa plataforma de promoção da arte inspirada nos valores da Marca.

1952

Manuel Vinhas funda a Companhia de Cervejas de Angola, que viria a tornar-se no maior grupo empresarial cervejeiro de Angola.

1992

O Grupo Castel assume a gestão da CUCA.

2002

Privatização da CUCA, ficando 50% para o Grupo Castel e o restante para os accionistas da angolana Ucerba.

2008

Inauguração da produção nas fábricas Cerbab, em Cabinda, e Cobeje, no Bom Jesus - Bengo.

2012

Comemorações dos 60 anos da CUCA e, um ano depois, lançamento da CUCA Mini, a primeira Mini de Angola.

2014

Lançamento de nova campanha "Em Angola, Cerveja é CUCA".