



GINGA é a Marca de café angolano da Angonabeiro, uma empresa do Grupo Nabeiro / 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 no País.

#### VALORES DA MARCA

Sendo uma empresa 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. Trata-se de 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 café, 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. Um compromisso em linha com a política de responsabilidade social do Grupo.

#### 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 sua capacidade de cobertura no terreno, o nível de serviço aos clientes e a visibilidade e acessibilidade da Marca. Neste sector, a Marca GINGA 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 em todos os clientes do retalho formal, contribuindo

Em 2014, a Marca GINGA renovou o portfólio de solúveis, introduzindo uma lata de 100gr no seu portfólio, destinada ao mercado informal. Este novo produto tem como missão garantir o abastecimento do mercado informal através de uma proposta muito competitiva em termos de preço e, simultaneamente, garantindo a qualidade que define o café GINGA.

#### 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, deparou-se com a falta de formação dos 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 tem acompanhado os produtores locais, desde a plantação



para fazer crescer a categoria de café neste segmento. A empresa comercializa embalagens de café moído e em grão, bem como cafés instantâneos, das Marca GINGA Bwe, GINGA Lobito e GINGA Muata Prestígio, disponíveis em embalagens de 1kg, 500gr, 200gr, 125gr e 100gr.

à colheita, para garantir que a qualidade do café é a melhor possível e financia, inclusivamente, pequenos produtores sem comissões adicionais. No sentido de garantir o escoamento do produto dos seus fornecedores, a Angonabeiro celebra contratos de compra de café, nos quais são



com as cores marcantes do País – 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 2016, GINGA continua empenhada em contribuir activamente para o desenvolvimento da indústria angolana de café, reforçando a notoriedade da Marca. De destacar a adesão ao programa "Feito em Angola", que potencia o desenvolvimento da indústria nacional. A acção "GINGA às Custas" percorreu vários mercados informais de Luanda e promoveu a degustação do café GINGA junto dos consumidores.

#### VANTAGENS COMPETITIVAS

A Angonabeiro é uma empresa que assegura a sua competitividade com base no equilíbrio das variáveis económica, social e ambiental, tendo contribuído significativamente para a recuperação do prestígio internacional do café angolano. Há 15 anos que a empresa desenvolve um trabalho pioneiro ao nível da cultura de café angolano, identificando as zonas com potencial para plantação de 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.

O café GINGA é vendido exclusivamente em Angola mas a empresa perspectiva consolidar a sua actividade através da internacionalização da Marca. O facto de ser produzida em Angola e de utilizar café 100% angolano é a principal vantagem competitiva da GINGA. Os consumidores angolanos reconhecem no café GINGA uma Marca genuína e irreverente mas é o facto de ser angolana, de incorporar os valores angolanos e de contribuir activamente para o desenvolvimento da indústria nacional de café, que fortalece, verdadeiramente, a ligação da Marca com os seus consumidores.

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. Em 2011, para comemorar os 10 anos da Marca 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 foi 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



#### SABIA QUE

- A Angonabeiro lidera o mercado de cafés torrados em Angola e promove a produção de café verde, mediante o 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 GINGA 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."
- A inauguração da fábrica de café GINGA dá-se em 2000 e em 2010 a Marca renova o seu portfólio, relançando a Marca com a campanha "Há 10 anos no coração de Angola".
- Em 2012, a Marca lança um projecto de crescimento na fileira do café verde e na distribuição de produtos alimentares em Angola e, em 2014, dá-se a renovação do portfólio de café solúvel e a adesão da GINGA ao programa "Feito em Angola".