

CONSUMO: CAFÉ GOURMET DISPARA E MARCAS LOTAM ESTABELECIMENTOS COM NOVOS RÓTULOS



Setor identifica tendência de busca por qualidade e tenta alcançar consumidores mais exigentes.

O consumo de cafés do tipo gourmet no Brasil tem registrado altas expressivas, diferentemente do que tem sido observado nas linhas comuns, nas quais há estabilidade ou crescimento tímido.

Diante dessa tendência, as grandes empresas do setor, cujo carro-chefe são os cafés tradicionais, têm enchido as prateleiras dos supermercados com novas linhas superiores.

Dados fornecidos ao Café na Prensa pela Abic (Associação Brasileira da Indústria de Café) mostram que, em abril –período mais recente disponibilizado pela entidade–, a venda de cafés gourmet e especial cresceu 84,80% na comparação com o mesmo mês do ano passado, enquanto os tradicionais ficaram praticamente estáveis no mesmo período.

Embora os números disponibilizados pela Abic não compreendam um período muito significativo, fontes do setor confirmam que o mercado gourmet cresce em ritmo no mínimo quatro vezes maior do que o tradicional.

Segundo Vinícius Estrela, diretor executivo da BSCA, entidade que representa o setor de cafés especiais no Brasil, algumas das razões para essa tendência são os concursos de qualidade, que servem como incentivo para que agricultores se dediquem à produção de grãos superiores, e o aumento da oferta de bebidas gourmet em cafeterias.

Mas um dos principais fatores, segundo Estrela, foi a entrada de grandes empresas do setor no mercado dos gourmet. Hoje, quase todas as grandes marcas de café do Brasil têm ao menos uma linha dedicada a grãos de qualidade.

Nas prateleiras do supermercado, o consumidor se depara com uma diversidade de rótulos cada vez maior. Esses cafés são, muitas vezes, categorias melhores produzidas por empresas que já tinham forte atuação no mercado de produtos mais baratos.

Exemplo disso é a Melitta, uma das gigantes do setor e responsável por uma fatia de mercado significativa no âmbito dos tradicionais. Após adquirir 70 % da Caffè Corsini, a marca lançou uma linha em parceria com a empresa italiana chamada de Compagnia Dell'Arabica, que tem quatro grãos de diferentes origens Colômbia, Quênia, Índia e Costa Rica.

Segundo o CEO da Melitta na América do Sul, Marcelo Barbieri, a empresa, que já possuía

algumas iniciativas nas categorias gourmet, deve continuar avançando nessa área. Ele confirmou ao blog que esse mercado vem crescendo em um ritmo mais acelerado do que os cafés tradicionais.

Executivos do setor afirmam, contudo, que o consumidor não está substituindo completamente os tradicionais pelos gourmet.

Para Susana Hernández, diretora de marketing da JDE, grupo que tem marcas como Pilão e L'Or em seu portfólio, o mesmo consumidor recorre a vários tipos de café em diferentes momentos do dia. Há um momento para cada categoria, explica Hernández.

Em que pese o lançamento cada vez mais frequente de cafés superiores, a investida dessas grandes empresas é tímida por uma questão de volume. Mais de 90% dos brasileiros ainda consomem cafés tradicionais.

Como saber se um café é mesmo gourmet?

Tradicional/extraforte, superior, gourmet e especial são categorias de classificação do café. Elas são classes de qualidade estabelecidas pela Abic (Associação Brasileira da Indústria de Café), de modo geral, e pela BSCA (Brazilian Specialty Coffee Association), no caso dos cafés especiais.

Para identificar a categoria, basta procurar a informação na embalagem. Normalmente o rótulo trará o selo da Abic indicando a qual classe ele pertence. Se for um café especial, também pode ter o selo da BSCA.

Se há o selo (da Abic ou da BSCA), significa que o café foi avaliado pelas entidades e efetivamente possui os atributos necessários para pertencer àquela categoria.

Foto: Divulgação

<https://www.jornalpanfletus.com.br/cp3.masterix.inf.br/noticia/4736/consumo-cafe-gourmet-dispara-e-marcas-lotam-estabelecimentos-com-novos-rotulos> em 08/04/2026 05:48