



Grupo NewCoffee renova imagem das quatro marcas de café em Portugal

Nuno Miguel Silva / Ontem 19:41

Grupo reclama ter uma faturação anual de cerca de 23 milhões de euros e uma quota do mercado nacional dos cafés na ordem dos 10%.



O Grupo NewCoffee, uma dos principais operadores do mercado nacional de cafés, concluiu a renovação das suas quatro marcas de café: Bogani, A Caféeira, Caffêcel e Sanzala.

Bogani, A Caféeira, Caffêcel e Sanzala aparecem com um design diferenciado e um novo posicionamento, mantendo os mesmos valores. O processo de 'rebranding' surge da necessidade de potenciar a identidade de cada marca num portefólio alargado de especialistas em café, que inclui ainda a Lavazza e a Novo Dia.

"A estratégia de modernização não implicou, no entanto, uma rutura com a tradição. Prova disso é o facto de as quatro marcas renovadas terem sido das primeiras, no âmbito nacional, a obter o selo "The Portuguese Coffee – a blend of stories", marca institucional da Associação Industrial e Comercial do Café (AICC), que foi criada precisamente para promover, difundir e aumentar a notoriedade do "Café Português", um café de alta qualidade com um conjunto de características únicas e uma cultura própria.

O grupo NewCoffee reclama que é um dos mais relevantes 'players' do setor de café em Portugal, com 23 milhões de euros de faturação e cerca de 10% do mercado HoReCa (hotelaria, restauração e cafetaria).

Reexpedição de Correspondências

Se está de férias ou a mudar de casa reencaminhe o seu correio para uma nova morada.

Onde você estiver, nós enviamos.

Salba mais

PUB

Novo tap | corporate

tapcorporate.com Adira já

PUB

ÚLTIMAS

Sabe onde ficam as estradas mais mortais do mundo?

16:00

Exército admite possível fuga de informação em roubo de Tancos

15:48

Há sons no silêncio este fim-de-semana na Gulbenkian

15:30

Aprovada expansão do projeto "BUS&MOTO". Motociclos e ciclomotores passam a poder usar faixas BUS em Lisboa

15:12

Certificados de Poubança atingem 224

mercado HoReCa (hoteleira, restauração e catering).

Para Pedro Oliveira, CEO da NewCoffee, o processo de 'rebranding' de um leque tão alargado de marcas foi um desafio, que só foi possível através do respeito pela identidade de cada marca.

“Num mundo em constante evolução, a inovação é necessária, mas não a qualquer custo” – refere o CEO, acrescentado que “beber café é um ato profundamente cultural e os regionalismos não podem ser ignorados”.

A NewCoffee tem vindo a conquistar quota de mercado através de uma estratégia de aquisição de pequenas e médias empresas – Sanzala em 2007, Caffècel e os direitos de exploração da marca Lavazza para o canal HoReCa em 2008, a integração da Bogani e Caféeira em 2009 e a aquisição da Novo Dia em 2016, que veio reforçar ainda mais a sua posição no mercado.

TAGS

BOGANI CAFÉ CAFÉIRA CAFFÉCEL LAVAZZA NEW COFFEE NOVO DIA SANZALA

Certificados de Poupança atingem 224 milhões de euros em maio

15:05

3D Ways vence concurso de empreendedorismo da Comissão Europeia em Portugal

15:05

Quem são os protagonistas da semana? (não por boas razões)

15:00

Budapeste e Bucareste são as novas rotas da TAP a partir de hoje

14:43

Norte abre este fim-de-semana as portas à arquitetura

14:23

Já pode reclamar online dos serviços de água ou luz

14:00

Azeredo Lopes assume

responsabilidade pelo rescaldo a nível