

Sair para tomar um cafezinho vira símbolo de status na China

No país do chá, o café cresce como nunca. A China se tornou um mina de ouro para os produtores de café mundo afora. É uma tendência, e, ao mesmo tempo, uma mudança de hábito cada vez mais clara. Sair para um cafezinho virou moda. Cafés pequenos ou grandes, de cadeias internacionais ou marcas exclusivas têm aberto pelas principais cidades do país sem parar. E estão sempre cheios.

Todo mundo na China carrega a tira colo a sua garrafinha de chá. São garrafas térmicas, que eles levam para cima e para baixo. Até quando viajam de avião. Claro, não se pode embarcar com líquidos. Mas levam o chá nas garrafas e, a bordo, pedem depressa água quente. Os motoristas de táxi têm as suas presas debaixo do freio de mão para não perdê-las de vista.

A China é o maior produtor e consumidor de chá do mundo. São 400 xícaras por pessoa, por ano, na média. Mas, no país do chá, o café parece a nova tendência.

Mesmo se eles ainda vão continuar tomando chá por muito tempo, o café virou símbolo de status. Caiu no gosto popular, sobretudo de jovens e mulheres, segundo pesquisas, e está ditando os novos hábitos da crescente classe média. O consumo dos chineses praticamente triplicou nos últimos quatro anos.

UM NOVO ELDORADO

O que é ainda mais impressionante em um momento em que a economia como um todo cresce mais devagar. Considerando o tamanho da população, de 1,380 bilhão de pessoas, é um potencial gigantesco de novos negócios. Hoje, os chineses tomam o equivalente a três xícaras de café por ano, em média. Os americanos, trezentas e sessenta e três. O que se espera é que o país, que está entre os menores consumidores de café do mundo, venha a se tornar rapidamente um dos principais mercados. Hoje, a China consome 2% do café produzido no mundo.

Muitas empresas já têm se posicionado. A expectativa é de que esse mercado cresça a 20% ao ano. Ou seja, o boom ignora a redução do ritmo da economia. Isso explica a proliferação de cafés, que estão sempre lotados, pelas principais cidades do país. A americana Starbucks, por exemplo, diz que vai criar 10 mil empregos por ano nos próximos cinco anos. E que pretende abrir 500 lojas por ano no mesmo período. Parece que a meta é ter 5 mil novas lojas até 2021. Em Xangai, já há mil. É uma das cidades com a maior concentração de cafés da marca do mundo.

PRODUTO DE LUXO

O café continua sendo um produto considerado de luxo na China. E talvez por isso mesmo tenha virado um símbolo de status. Tem gente que traz na mala quando viaja ao exterior. Mas nada isso impede que os jovens chineses se produzam para frequentar os cafés da moda, ver e ser vistos. Há cada vez mais cursos para baristas. O negócio está cada vez mais incrementado e exige novidades por parte das lojas.