



SÍNTESE DA MISSÃO



LUXEMBURGO

O mercado Luxemburguês apresenta-se como um mercado com uma oferta vasta. Devido à sua localização, é um mercado estratégico para vários países da Europa como França, Alemanha, Bélgica, Itália, entre outros. O efeito da oferta destes países torna o mercado luxemburguês altamente competitivo a todos os níveis desde a apresentação, preço, qualidade, diferenciação em todos os segmentos desde o produto de gama baixa, média e alta.

Apesar do importante contributo da comunidade portuguesa para o desenvolvimento económico, social e cultural daquele país, o efeito não se faz sentir ao nível do consumo e procura de produtos portugueses, apesar de existir oferta nos principais canais de distribuição com maior destaque nos produtos de gama baixa.

No decorrer da missão foi possível visitar a Expogast 12th International Trade Show for Gastronomy e verificar que existem vários canais de distribuição, com destaque para a Bexeb S.A., empresa que detém a maior quota na distribuição de produtos portugueses. Atualmente com o grande número de referências, tem uma grande dificuldade em aceitar novos produtos devido ao enorme esforço comercial que um novo produto obriga e ainda pelo facto de o lançamento de um novo produto, diminuir a venda de um produto já comercializado.

A melhor abordagem a este mercado passa pelo aumento da conotação dos produtos portugueses, através da sua promoção direta no mercado. Comercialização de produtos de qualidade, pensada num cliente alvo da classe média/alta com um poder de compra acima da média e que procura um produto diferente, visualmente atrativo, boa qualidade, autêntico e exclusivo.

Qualquer outra abordagem ao mercado, que por atividade direta ou por um agente necessitará de um grande investimento comercial, pelo que se torna difícil a concretização.

Abordagens Facilitadoras

O Luxemburgo é um país com uma das áreas mais pequenas da União Europeia, com uma economia aberta e muito dependente do exterior, nomeadamente das economias europeias vizinhas (Bélgica, Alemanha e França), mas possui inigualáveis qualidades e pontos fortes:

- A sua localização estratégica, no coração da Europa, entre a Bélgica, a Alemanha e a França, a sua abertura para o mundo, a sua forte estabilidade político-social fundamentada numa cultura política consensual bem como uma elevada qualidade de vida são aspetos que atraem investidores do mundo todo;
- Os investidores encontram no Luxemburgo órgãos públicos favoráveis aos empreendimentos, além de mão-de-obra qualificada proveniente de vários países (43,8% do total de habitantes e 71% da população economicamente ativa são estrangeiros). Além dos três idiomas oficiais, luxemburguês, francês e alemão, o inglês é amplamente difundido no mundo dos negócios;
- O enquadramento jurídico e regulamentar é suficientemente estável para que seja confiável e, ao mesmo tempo, suficientemente flexível para poder adaptar-se rapidamente a um ambiente em constante alteração. Estes fatores, combinados com uma excelente infraestrutura logística e de comunicação, tornam Luxemburgo um portal ideal de entrada para o mercado europeu que conta com 500 milhões de consumidores;
- Como praça financeira, Luxemburgo é atualmente o principal polo de fundos de investimento da Europa (ocupando o segundo lugar do mundo depois dos EUA), o maior centro de banco privado da zona do euro e a mais importante sede de empresas cativas de resseguro da Europa.

Constrangimentos de Abordagem ao Mercado

Num modo geral, pouco se tem a apontar ao país relativamente a entraves no seu mercado, alguns aspetos menos positivos serão:

- Mercado doméstico de pequena dimensão;
- Não é suficientemente competitivo para a criação de um mercado em massa;
- Necessidade de criar acordos internacionais (devido à sua pequena dimensão);
- Falta de canais de provisionamento de energia sendo dependente do fornecimento externo;
- Os produtos portugueses estão muito ligados ao “mercado da saúde”;
- Apoios limitados na incubação de novas empresas de TIC (pouco reconhecimento do *cluster*);
- A mão-de-obra qualificada encontra-se empregue nos mercados vizinhos (existem muitos movimentos pendulares entre Luxemburgo e os países transfronteiriços);
- Pouca capacidade do país em se focar noutras indústrias adicionais para além do setor bancário, transmissões via satélite, aço e ferro e radiodifusão (muito focado no setor financeiro);
- País rico culturalmente, o que por vezes poderá provocar alguns confrontos devido a desentendimentos linguísticos;
- Falta de massa crítica no I&D.

Contatos estabelecidos:

Bexeb S.A.

Administrador: Manuel Cunha
13, op Zaemer, L-4959 Bascharage
Luxembourg
T: 00352 22 70 70 | 00352 50 96 23
E: info@bexeb.lu
W: www.bexeb.lu

- A Bexeb SA é conhecida no mercado como uma distribuidora especializada na venda de vinhos portugueses de várias regiões, vinhos do Porto, bebidas espirituosas, cervejas, café, soft-drinks, alimentação geral, produtos frescos e congelados.

Principais notas da reunião: o mercado de ação da Bexeb SA é fundamentalmente, e por ordem decrescente de volume de negócios, o canal Horesca (hotéis, restaurante e cafés); canal alimentar (essencialmente os grupos da grande distribuição, tais como Auchan, Match&Smartch, Cora, Cactus, Delhaize e Colruyt), grossistas-revendedores, pequeno retalho, mercearias, estações de serviço; entregas diretas e particulares a empresas. A Bexeb é conhecida no mercado luxemburguês como uma distribuidora especializada na venda de produtos portugueses: 65% dos produtos comercializados pela Bexeb SA são de importação direta de Portugal.

Cactus, S.A.

Route des 3 Cantons
L-8399 Windhof
G.-D de Luxembourg
T: 00352 2828-3461 (clientes)
00352 31 03 71 1
E: servisse.clients@cactus.lu
max.leesch@cactus.lu
marc.hoffmann@cactus.lu
robert.faymonville@cactus.lu
W: www.cactus.lu

- O CACTUS, a maior cadeia de supermercados no país, iniciou a ofensiva em 1990. Hoje comercializa 450 artigos portugueses nos seus 26 supermercados. Os produtos portugueses são um sucesso, com um crescimento em volume de negócios superior à média dos outros produtos. Para o gigante luxemburguês da distribuição alimentar, a necessidade de seduzir os consumidores portugueses é uma evidência.

Câmara de Comércio de Luxemburgo

Contato: Anne-Marie Loesch, Advisor International Affairs
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg, L-2981
T: 00352 42 39 39 -1
E: chamcom@cc.lu
W: www.cc.lu

Câmara de Comércio e Indústria Luso-Luxemburgo

Contato: Francisco da Silva, Presidente da CCILL

13, Op Zaemer L-4959 Bascharage

T: 00352 26 12 35 17

E: francis.dasilva@ccill.lu

W: www.ccill.lu

Ministério da Economia e do Comércio Externo

Contato: Vera Soares, Direção Geral da promoção do comércio externo e dos investimentos

19-21, Boulevard Royal

L-2449 Luxembourg

T: 00352 24 78 84 19

E: vera.soares@eco.etat.lu

W: www.cc.lu

Luxembourg for Business

19-21, Boulevard Royal

L-2449 Luxembourg

T: 00352 24 78 41 16

E: info@luxembourgforbusiness.lu

W: www.investinluxembourg.lu/en