



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION  
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ  
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ  
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

ICC 109-8

14 setembro 2012  
Original: inglês

P

Conselho Internacional do Café  
109ª sessão  
24 – 28 setembro 2012  
Londres, Reino Unido

**Tendências do consumo de café em  
países importadores selecionados**

### **Antecedentes**

1. O Acordo Internacional do Café de 2007 dispõe que a Organização Internacional do Café deve facilitar “a expansão e a transparência do comércio internacional de todos os tipos e formas de café” e promover “o preparo de estudos, pesquisas, relatórios técnicos e outros documentos relativos a aspectos relevantes do setor cafeeiro”.
2. Atendendo a essas disposições, o Programa de Atividades da Organização para o ano cafeeiro de 2011/12 (documento ICC-107-19) prevê o preparo de um estudo sobre as tendências do consumo de café. Este documento contém uma análise das tendências do consumo de café em uma seleção de países importadores.

### **Ação**

Solicita-se ao Conselho que tome nota deste documento.

## TRENDÊNCIAS DO CONSUMO DE CAFÉ EM PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

### INTRODUÇÃO

1. Este documento consolida dois estudos anteriores sobre a estrutura do consumo de café em países importadores selecionados (documentos ICC-107-11 e ICC-108-1). As informações contidas em ambos foram atualizadas para incluir dados relativos a 2011 e informações sobre pontos de compra de café (tanto para consumo em casa quanto fora de casa) e sobre vendas de café em cápsulas monodose. Os seguintes tópicos são cobertos:

- I. Importações e consumo de café
- II. Formas de consumo de café (torrado vs. solúvel; cápsulas vs. outras formas)
- III. Locais de consumo / compra de café (fora de casa vs. em casa; por local: estabelecimentos comerciais, redes de cafés, etc.)

2. A análise aqui apresentada se baseia em um banco de dados de pesquisa de mercado gerido pela Euromonitor International<sup>1</sup> e cobre o período de 1997 a 2011, embora em certas categorias só haja dados relativos a períodos mais curtos. Os seguintes 21 países importadores foram selecionados para análise: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, EUA, Finlândia, França, Grécia, Itália, Japão, Noruega, Países Baixos, Polônia, Portugal, Reino Unido, Rússia, Suécia, Suíça, Turquia e Ucrânia.

3. A metodologia que se usa consiste em tomar a participação percentual das várias formas de consumo de café em relação ao total do consumo apurado nas pesquisas de mercado da Euromonitor International. Essa participação é então aplicada ao volume total do consumo de cada país segundo os registros da OIC. Os dados sobre o consumo são convertidos no equivalente em café verde (ECV) usando os fatores de conversão da OIC<sup>2</sup>. Os dados da Euromonitor sobre as diferentes formas de café consumidas também são convertidos no ECV, para obter as respectivas participações percentuais, que são então aplicadas aos dados da OIC. Convém notar que o conceito de consumo da OIC se refere a todas as formas de café. Para os fins deste estudo, porém, e devido às limitações das informações disponíveis, os dados sobre o consumo que constam nos registros da OIC serão incluídos entre os dados referentes ao consumo de café processado.

---

<sup>1</sup> A Euromonitor International é uma empresa particular especializada em pesquisas de mercado através da qual foram obtidas as informações sobre as estruturas do mercado.

<sup>2</sup> Para converter café torrado no ECV, multiplicar o peso líquido do café torrado por 1,19. Para converter café solúvel no ECV, multiplicar o peso líquido do café solúvel por 2,6 (ver o Anexo do documento ED-2123/11).

## **I. IMPORTAÇÕES E CONSUMO DE CAFÉ**

### **I.1 Consumo e importações**

4. Durante o período de 1997 a 2011, o consumo anual médio nos países importadores selecionados foi de 69,1 milhões de sacas, representando 58,1% do total do consumo mundial e 79,5% do consumo em todos os países importadores (Anexo I). Notar, porém, que, como o consumo aumentou nos mercados emergentes e nos países produtores de café, a participação dos 21 países selecionados no total do consumo mundial caiu de 63,2% em 1997 para 53,4% em 2011. Os maiores países consumidores do grupo são os EUA, a Alemanha, o Japão, a Itália e a França. O consumo médio nos Estados Unidos foi de 20,3 milhões de sacas, representando, respectivamente, 17% e 23,3% do consumo mundial e do consumo em todos os países importadores. Na Alemanha, o consumo médio foi de 9,3 milhões de sacas, ou 7,8% e 10,7%, respectivamente, do consumo mundial e do consumo em todos os países importadores. No Japão, o consumo médio foi de 6,8 milhões de sacas, ou 5,8% do total do consumo mundial e 7,9% do consumo em todos os países importadores. A Itália e a França em média consumiram 5,4 milhões de sacas cada uma, ou seja, respectivamente 4,5% e 4,6% do consumo mundial e 6,2% cada uma do consumo em todos os países importadores.

5. Na maioria desses países, o consumo médio per capita (Anexo II) foi relativamente alto, particularmente na Finlândia (11,7 kg/ano), Noruega (9,4 kg), Dinamarca (8,9 kg), Suécia (8,1 kg), Suíça (7,4 kg), Alemanha (6,8 kg), Áustria (6,8 kg), Bélgica (6,4 kg) e Países Baixos (6,3 kg). O consumo per capita na Itália e na França foi de 5,6 kg e 5,4 kg, respectivamente. Os países importadores com médias relativamente baixas de consumo per capita são o Reino Unido (2,6 kg), a Rússia (1,2 kg), a Ucrânia (1 kg) e a Turquia (0,4 kg).

6. Durante o período estudado, a média das importações dos países importadores selecionados foi de 92,1 milhões de sacas, representando 77,9% do total das importações mundiais (Anexo III). Os maiores países importadores foram os EUA (23,1 milhões de sacas em média), Alemanha (17 milhões), Itália (7,1 milhões), Japão (7 milhões) e França (6,5 milhões). A Bélgica e a Espanha importaram em média 4,3 milhões de sacas cada uma, seguidas pelo Reino Unido (3,5 milhões) e a Rússia (3,1 milhões). Os Países Baixos e a Polônia importaram em média 2,9 e 2,7 milhões de sacas, respectivamente, enquanto os demais países importaram menos de 2 milhões de sacas em média.

## I.2 Origens das importações dos países importadores selecionados

7. O Anexo IV mostra as cinco principais origens do café consumido nos países importadores selecionados. As participações médias referidas na análise abaixo refletem a participação dessas origens no total das importações do país importador.

8. As cinco principais origens das importações da **Áustria**, que representam 66,9% do total das importações do país, incluem dois países importadores, na qualidade de reexportadores, a Alemanha (26,6% das importações austríacas) e a Itália (5,1%); e três países exportadores, o Brasil (18,8%), o Vietnã (10,2%) e a Colômbia (6,2%).

9. A **Bélgica** importou uma média de 4,3 milhões de sacas por ano das cinco principais origens, a saber, Brasil (19,7%), Vietnã (10,1%), Alemanha (8,7%), França (7,5%) e Colômbia (7,2%). As importações de café procedente dos três países exportadores responderam por 37% do total, em comparação com 16,2% das reexportações de café reexportado pelos dois países importadores (Alemanha e França).

10. A média anual das importações da **Dinamarca** foi de um pouco mais de um milhão de sacas e, dessa média, as cinco principais origens forneceram 66,9% do total importado. Três países exportadores responderam por 43,5% desse total e dois países importadores, por 23,5%, na forma de café reexportado. As cinco principais origens em questão foram o Brasil (30,1%), a Suécia (12,3%), a Alemanha (11,2%), a Colômbia (9,4%) e o Vietnã (3,9%).

11. A média das importações da **Finlândia** foi de 1,2 milhão de sacas por ano, seus principais fornecedores sendo o Brasil (37% do total das importações), a Colômbia (16%), a Guatemala (7,2%), o Quênia (4,6%) e Honduras (4,3%). Os cinco principais fornecedores da Finlândia foram países exportadores, que responderam por 69,1% do total importado.

12. A **França** tem uma base ampla de origens de importação, e as cinco principais origens só representaram 52,7% do total de suas importações, incluindo países exportadores (31,8%) e reexportações dos países importadores (20,9%). Os três principais países exportadores, o Brasil, o Vietnã e a Colômbia, responderam por 16,1%, 10,2% e 5,5% respectivamente, enquanto as restantes principais origens das importações francesas foram a Alemanha (10,7%) e a Bélgica (10,3%).

13. As cinco principais origens das importações da **Alemanha**, que responderam por 60% do total de suas importações, foram o Brasil (26,5%), o Vietnã (13,8%), a Colômbia (8,4%), a Indonésia (6%) e o Peru (5,3%), todos eles países exportadores.

14. A média das importações da **Grécia** foi de 930.000 sacas, e seus cinco principais fornecedores – Brasil (32,6%), Côte d’Ivoire (21,9%), Espanha (10,1%), Alemanha (8,6%) e Itália (6,1%) – responderam por 79,2% do total de suas importações.

15. As cinco principais origens das importações da **Itália**, que em média forneceram 65% do total de suas importações, foram exclusivamente países exportadores: Brasil (30,9%), Vietnã (14,1%), Índia (10,3%), Indonésia (5,1%) e Camarões (4,6%).

16. Os cinco principais fornecedores do **Japão** foram o Brasil (28% do total importado), a Colômbia (19%), a Indonésia (14,8%), o Vietnã (8,3%) e a Guatemala (6,9%). Esses cinco países exportadores responderam em média por 76,9% do total das importações do Japão.

17. A média das importações dos **Países Baixos** foi de 2,9 milhões de sacas por ano durante o período estudado. As cinco principais origens foram a Alemanha (16,3% do total das importações), o Brasil (15,3%), a Bélgica (14,6%), o Vietnã (7,3%) e a Colômbia (6,6%).

18. As cinco principais origens das importações da **Noruega** responderam por 72,2% do total importado, e quatro países exportadores responderam por 68,6% desse total. As cinco principais origens foram o Brasil (36,9%), a Colômbia (19,4%), a Guatemala (8,7%), a Suíça (3,6%) e o México (3,6%).

19. A **Polônia** importou uma média de 2,7 milhões de sacas por ano. As cinco maiores origens foram a Alemanha (22,8% do total das importações), o Vietnã (20,4%), a Indonésia (8,3%), Uganda (5,5%) e o Brasil (5,3%).

20. Durante o período em análise, a média anual das importações de **Portugal** foi de 855.000 sacas, procedentes de cinco fontes principais: Espanha (14,8% do total das importações), Brasil (12,6%), Vietnã (9,6%), Uganda (8,5%) e Côte d’Ivoire (7,4%).

21. As cinco principais origens das importações da **Rússia** foram a Índia (23,3% do total), o Brasil (16,8%), a Alemanha (13,6%), o Vietnã (6,9%) e a Indonésia (3,1%). A média do total das importações russas durante o período estudado foi de 3,1 milhões de sacas.

22. De 4,3 milhões de sacas das importações anuais médias da **Espanha** durante o período, 67,9% se originaram nos cinco principais fornecedores: Vietnã (27,2%), Brasil (18,3%), Uganda (9,3%), Alemanha (6,9%) e Colômbia (6,3%).

23. A **Suécia** importou em média 1,6 milhão de sacas por ano, do Brasil (43,2%), Colômbia (17,6%), Peru (7,3%), Quênia (6,4%) e Guatemala (4,3%). As cinco principais origens forneceram 78,8% do total do café importado pelo país.

24. A **Suíça** importou 1,6 milhão de sacas por ano em média durante o período de 1997 a 2011. Os cinco principais fornecedores foram todos países produtores: Brasil (22,7% do total das importações), Colômbia (11,1%), Índia (6,4%), Vietnã (5,4%) e Guatemala (5,3%).

25. A **Turquia** só importou 425.000 sacas por ano, 79,5% das quais procedentes de cinco principais fornecedores: Brasil (50,9%), Espanha (13,8%), Suíça (6,5%), Alemanha (4,6%) e Tailândia (3,8%).

26. As origens das importações da **Ucrânia**, de cerca de 818.000 sacas por ano em média, foram o Brasil (22%), a Alemanha (20,8%), a Índia (8,9%), a Polônia (7%) e a Rússia (6%).

27. As cinco principais origens das importações do **Reino Unido** foram o Vietnã (14% do total das importações), a Alemanha (13,9%), o Brasil (11,7%), a Colômbia (9,6%) e os Países Baixos (7,4%). A média anual das importações do Reino Unido durante o período estudado foi de 3,5 milhões de sacas.

28. Quanto aos **Estados Unidos da América**, o maior país importador de café, os cinco principais fornecedores foram: Brasil (21,2% do total das importações), Colômbia (16%), Vietnã (10,9%), México (9,9%) e Guatemala (7,8%). Os cinco principais fornecedores, todos eles países exportadores, responderam por 65,7% do total das importações do país.

## II. FORMAS DE CONSUMO DE CAFÉ

29. Após sua transformação no ECV, os dados da Euromonitor sobre o consumo mostram algumas discrepâncias com os da OIC (Anexo V). No quadro, uma diferença positiva significa que a cifra da OIC é maior que a da Euromonitor e vice-versa. Os resultados do presente estudo, portanto, devem ser considerados como simples indicação das tendências de determinadas formas do café consumido. A diferença entre os dois conjuntos de dados, porém, é relativamente pequena na maioria dos países cobertos.

30. O Anexo VI mostra a estrutura do consumo, indicada pelas participações relativas do café torrado e do café solúvel nos países importadores selecionados. Os quadros do Anexo VI também mostram o uso, no preparo da bebida, do café em cápsulas<sup>3</sup> e na forma padronizada de café torrado.

---

<sup>3</sup> A Euromonitor define cápsulas de café como porções de café fresco moído, encapsulado em um recipiente (de metal, plástico ou papel), que são usadas em máquinas especiais de baixa pressão para produzir monodoses. As cápsulas de café em geral só podem ser usadas em um tipo de máquina. Cada cápsula produz uma porção (às vezes duas) de café, depois do que a cápsula é descartada. Para os fins deste estudo, pressupôs-se que todas as cápsulas são consumidas em casa.

31. Na **Áustria** a média do consumo anual de café torrado durante o período estudado foi de 783.000 sacas, e a média do consumo de café solúvel, de 143.000 sacas. A participação do café torrado no consumo total foi de 84,5%, em comparação com apenas 15,5% do café solúvel. A participação do café solúvel no total do consumo na Áustria aumentou ligeiramente desde 1997, apesar de certa queda desde 2009. O uso de cápsulas vem aumentando depressa e, em 2011, respondeu por 6,2% do consumo total de café.

32. A **Bélgica**, embora importando mais de quatro milhões de sacas por ano, registrou um consumo líquido médio de 1,1 milhão de sacas por ano, das quais 995.000 sacas de café torrado (89,4% do total) e só 118.000 de solúvel (10,6%). A participação do solúvel no total do consumo aumentou um pouco nos últimos anos, passando de 8,9% em 1997 a 11,8% em 2011. O uso de cápsulas no preparo do café consumido em casa já está bem estabelecido, e a participação do café em cápsulas no mercado cresceu consideravelmente, passando de 4,1% em 2004 a 15% em 2011.

33. Na **Dinamarca**, o café torrado respondeu por 94,3% do total do consumo de café e o solúvel por apenas 5,7%. No período de 1997 a 2011 o volume médio do consumo de café torrado foi de 753.000 sacas, em comparação com 45.000 sacas do consumo de solúvel. Convém notar, porém, que o consumo de solúvel aumentou significativamente, respondendo por 9,1% do total em 2011, em comparação com 2,8% em 1997. A participação do café em cápsulas no total do mercado ainda é muito pequena (1% em 2011).

34. O consumo anual médio na **Finlândia** foi de pouco mais de um milhão de sacas, incluindo 984.000 sacas (96,1%) de café torrado e apenas 40.000 sacas (3,9%) de café solúvel. A participação do solúvel no total do consumo foi relativamente estável, mantendo-se abaixo de 4% entre 2004 e 2010, mas aumentando ligeiramente em 2011. Segundo os dados disponíveis, todo o café que se preparou em casa foi na forma tradicional de café torrado, e não há registro do uso de cápsulas de café.

35. Na **França**, o consumo foi principalmente na forma de café torrado, que respondeu por cerca de 4,6 milhões de sacas (85,9%), de um consumo total de 5,4 milhões de sacas. O café solúvel só registrou uma média de 760.000 sacas durante o período estudado, respondendo por 14,1% do mercado. Nos últimos anos, porém, a participação do solúvel aumentou, passando de 12,2% em 1997 a 14,5% em 2011. O uso de cápsulas é observado em toda parte e cresce rapidamente, e em 2011 representou 15,9% do consumo total, em contraste com 4,1% em 2004.

36. Na **Alemanha**, o consumo médio de café torrado foi de 7,3 milhões de sacas, ante 1,9 milhão de sacas de café solúvel. O consumo alemão, portanto, é dominado pelo uso de café torrado, que respondeu por 79% do total. A participação do café solúvel no consumo total, porém, aumentou de 13% em 1997 para 25,7% em 2011<sup>4</sup>. Com respeito ao consumo em casa, nota-se que o uso de cápsulas vem crescendo depressa (37% ao ano) e que a participação deste segmento no total do mercado passou de 0,7% em 2004 a 6,9% em 2011.

37. A **Grécia** acusa um consumo anual médio de 841.000 sacas, incluindo 359.000 sacas de café torrado (42,6% do total) e 483.000 sacas (57,4%) de solúvel. O solúvel predominou durante o período, mas sua participação no mercado caiu substancialmente, passando de 64,9% em 1997 a 49% em 2011. Isso pode estar ligado ao aumento contínuo do consumo em casa que se observa no país. O uso de cápsulas foi insignificante, só respondendo por 0,2% do total consumido.

38. Na **Itália**, a preferência foi pelo café torrado, que registrou um consumo médio de 5,1 milhões de sacas por ano durante o período estudado, equivalente a uma participação percentual de 94,1%, ante 5,9% do solúvel. A participação do solúvel no total do consumo, porém, aumentou de 4,3% em 1997 para 7,9% em 2011. Embora tenha aumentado depressa, o uso de cápsulas no preparo de café em casa continua pequeno, só constituindo 2,7% do consumo em 2011.

39. A média anual do consumo de café no **Japão** é de cerca de 6,8 milhões de sacas, compreendendo 4,4 milhões de café torrado e 2,4 milhões de café solúvel. O café torrado é a forma que mais se consome, respondendo por 64,4% do consumo do país, ante 35,6% do solúvel. A participação do solúvel caiu de 38,4% em 1997 para 32,6% em 2011. O uso de cápsulas é ainda extremamente limitado, com uma participação de apenas 0,3% em 2011.

40. Nos **Países Baixos**, a média anual do consumo de café foi de 1,7 milhão de sacas, com participações de 85,1% do café torrado e 14,9% do café solúvel. A participação do solúvel aumentou entre 1997 e 2003, quando ela alcançou 17% do consumo total, mas depois disso, ela diminuiu, vindo a registrar 12,4% em 2011. A participação do café em cápsulas no consumo aumentou muito, passando de 12,9% em 2004 a 21,9% em 2011.

41. O consumo de café torrado predominou na **Noruega**, respondendo por 93,5% do total nacional, ante apenas 6,5% de café solúvel. A participação do café torrado, porém, caiu de 96,1% em 1997 para 90,9% in 2011, e a participação do solúvel aumentou. O uso de cápsulas de café ainda é limitado, só representando 1% do total consumido em 2011.

---

<sup>4</sup> A participação do café solúvel no mercado alemão segundo a Euromonitor é significativamente maior que segundo outras fontes. A OIC está realizando consultas com a Euromonitor acerca da metodologia utilizada para a coleta de dados na Alemanha.



42. Na **Polônia**, o consumo anual médio de café foi ligeiramente superior a dois milhões de sacas. O café torrado respondeu por 61,2% do consumo nacional, e o solúvel, por 38,8%. O consumo de solúvel, porém, vem aumentando continuamente, tendo alcançado 42% do total em 2011, em comparação com 32% em 1997. O consumo de café em cápsulas só representou 0,4% do total em 2011.

43. **Portugal** consome um pouco menos de 700.000 sacas por ano. O café torrado respondeu por 85,3% do total do consumo nacional, e o café solúvel, por 14,7%. Apesar disso, a participação do café torrado no total do consumo caiu de 89,3% em 1997 para 82,6% em 2011. A participação do café em cápsulas está aumentando rapidamente, tendo passado de 0,2% em 2004 a 11,7% in 2011.

44. A **Rússia** é o mais importante país consumidor de café entre os mercados emergentes. O consumo médio girou em torno de três milhões de sacas durante o período estudado. Predominou o consumo de solúvel, que respondeu por 86,1% do total, ou 2,6 milhões de sacas, ante 414.000 de sacas (13,9%) do café torrado. A participação do café torrado, porém, aumentou substancialmente, passando de 5,9% em 1997 para 19,4% em 2011. O uso de café em cápsulas ainda representa uma proporção insignificante do consumo total.

45. Na **Espanha**, o consumo médio foi de 3,1 milhões de sacas durante o período de 1997 a 2011, com 2,5 milhões de café torrado (82,4% do consumo nacional) e 537.000 sacas (17,6%) de café solúvel. As participações das duas formas de café no consumo total permaneceram mais ou menos inalteradas durante todo o período estudado. O uso de café em cápsulas ainda é relativamente pequeno, mas aumentou de 0,5% em 2004 para 2,6% em 2011.

46. Na **Suécia** predominou o consumo de café torrado, que em média respondeu por 94,5% do total, em comparação com 5,5% do solúvel. O consumo anual médio foi de 1,22 milhão de sacas, das quais 1,15 milhão de café torrado e só 67.000 de café solúvel. O consumo de solúvel aumentou um pouco, passando de 4,9% do consumo nacional em 1997 a 6% em 2011. O café em cápsulas só respondeu por 0,5% do total consumido em 2011.

47. A **Suíça** consumiu em média 907.000 sacas por ano, das quais 793.000 de café torrado e 114.000 de solúvel. O café torrado é a forma predominante do café consumido, com uma participação de 87,4%, ante 12,6% do café solúvel. A proporção do café solúvel diminuiu lentamente durante o período, passando de 13,7% em 1997 a 11,4% em 2011. O uso de cápsulas, entretanto, aumentou muito, passando de 2% em 2004 a 8,7% em 2011.

48. Embora tenha uma população grande, estimada em 72,6 milhões de habitantes, a **Turquia** consumiu um volume baixo de café, registrando uma média de apenas 415.000 sacas por ano. O café solúvel respondeu por 83,9% do consumo nacional, em comparação com 16,1% do café torrado. A participação do café torrado no consumo nacional caiu muito, de 32,5% em 1997 para 8,2% em 2011. Os dados disponíveis não registram o uso de cápsulas de café.

49. Na **Ucrânia**, o consumo médio foi de pouco mais de 789.000 sacas, incluindo 113.000 sacas de café torrado e 675.000 sacas de café solúvel. O café solúvel predomina, respondendo por 85,6% do consumo nacional, em comparação com 14,4% do café torrado. A participação do solúvel aumentou de 83% em 1997 para 88,2% em 2011. Não há registros do uso de cápsulas no preparo de café.

50. O **Reino Unido** em média consumiu 2,6 milhões de sacas, a maior parte na forma de café solúvel (79,4% do total), e os restantes 20,6% na forma de café torrado. Durante o período estudado, porém, o consumo de café torrado cresceu, passando de 15,8% do consumo nacional em 1997 a 25,3% em 2011. O uso de cápsulas também vem aumentando, mas em 2011 só representou 1% do total consumido.

51. Os **EUA** são, de longe, o maior país consumidor entre os países importadores, com um consumo anual médio de 20,3 milhões de sacas. O café torrado é a forma predominante do café consumido, respondendo por 18,5 milhões de sacas (91,5% do total), em comparação com apenas 1,7 milhão de sacas (8,5%) de café solúvel. A participação do solúvel no total do consumo caiu de 12,8% em 1997 para 5,5% em 2011, talvez em resultado do desenvolvimento dos mercados de nicho dos cafés especiais, em que o café torrado predomina. O uso de cápsulas de café ainda é limitado, mas está crescendo rapidamente, e em 2011 respondeu por 1,6% do total consumido.

### III LOCAIS DE CONSUMO / COMPRA DE CAFÉ

52. Usando a metodologia descrita acima, é possível determinar o volume de café consumido tanto em casa quanto fora. O **consumo fora de casa** inclui o café tomado em locais comerciais, como restaurantes, bares, casas e quiosques de café, máquinas de venda automática e outros. Os dados da Euromonitor, além disso, dividem o consumo fora de casa em consumo em casas de café que fazem partes de redes e em outros locais. Os **cafés de redes** são definidos como pontos de venda que basicamente se concentram em servir café. Neles, o café é o principal produto oferecido, numa grande variedade de tipos, e com muitos produtos correlatos. As bebidas são vendidas sem acompanhamentos ou acompanhadas de bolachas, bolos, tortas e sanduíches, para consumo no local ou fora dele. As redes estão desenvolvendo mais produtos, como, por exemplo, saladas e lanches leves. O freguês pode levar os produtos ou consumi-los em um ambiente moderno e com

decoreção de designers. As redes consistem em dez pontos de venda no mínimo, com marca registrada. O designativo **outros locais** se refere a quaisquer outros lugares em que o café é consumido, com exceção dos cafés dessas redes. Esta seção também contém uma análise dos pontos de compra de café para **consumo em casa**, divididos por **compras a varejo em estabelecimentos comerciais** (lojas de descontos, supermercados, hipermercados, lojas de conveniência, pequenas casas de comércio independentes, postos de gasolina e outros estabelecimentos de venda a varejo); e **compras a varejo feitas em outros locais / por outros meios** (compras em máquinas automáticas, domiciliares, pela internet e através de vendas diretas). Os quadros do Anexo VII indicam os locais de consumo e pontos de compra em cada país importador selecionado no período de 1997 a 2011.

53. Na **Áustria**, o consumo de café em casa respondeu por 837.000 sacas (90,3%) do total do consumo no período de 1997 a 2011, em comparação com 89.000 sacas (9,7%) do consumo fora de casa. O consumo fora de casa, porém, aumentou continuamente durante todo o período, passando de 8% em 1997 a 12,1% em 2011. Só 0,5% do total do consumo foi através das redes, em comparação com 9,2% em outros locais fora de casa. A maior parte do café que se consumiu em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais (90,2% do total do consumo), mas a participação das vendas a varejo fora deles, que não havia no início do período, aumentou para 0,4% em 2011.

54. Na **Bélgica**, cerca de 79,1% do consumo de café acontece em casa, e os restantes 20,9%, fora de casa; ou seja, uma média de 880.000 sacas de café são consumidas em casa e 233.000 fora de casa. O aumento do consumo fora de casa nos primeiros anos do período estudado se inverteu nos últimos anos. Na verdade, a proporção do consumo fora de casa aumentou de 19,8% em 1997 para 22,8% em 2002, antes de cair para 18% em 2011. Em 2011, as redes responderam por 0,3% do consumo total, e outros locais de consumo fora de casa responderam por 17,8%. Em média, as compras de 74,2% de todo o café consumido foram feitas em estabelecimentos comerciais, mas as de uma proporção incomumente alta (4,9%) foram feitas em outros locais / por outros meios.

55. Na **Dinamarca**, as participações médias do consumo em casa e fora de casa foram, respectivamente, de 79,8% e 20,2%. O volume médio do consumo em casa foi de 638.000 sacas, em comparação com 161.000 sacas do consumo fora de casa. Entretanto, o consumo em casa caiu, em favor do consumo fora de casa, passando de 83,5% em 1997 a 78,3% em 2011. Em 2011, as redes de cafés tiveram uma participação minúscula no mercado, respondendo por 0,1% do total do consumo, em comparação com 21,6% do consumo em outros locais de consumo fora de casa. O café comprado em estabelecimentos comerciais representou 75,7% do total do consumo, em comparação com uma parcela significativa, de 4,1%, do café comprado em outros locais ou por outros meios.

56. O consumo em casa respondeu por 88,1% do consumo nacional na **Finlândia**, ante 11,9% do consumo fora de casa. Por outras palavras, de um consumo anual médio de pouco mais de um milhão de sacas, 902.000 sacas foram consumidas em casa e 122.000 sacas fora de casa. A participação do consumo em casa caiu ligeiramente, de 89,4% em 1997 para 87,9% em 2011. Quase todo o café consumido em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais, respondendo por 88% do total consumido. As redes de cafés não têm uma presença expressiva do mercado finlandês, só respondendo por 0,1% do consumo fora de casa, ante 11,8% em outros locais.

57. Na **França**, 4,3 milhões de sacas foram consumidas em casa, em média, durante o período estudado, representando 79,3% do total do consumo, em comparação com 1,1 milhão do consumo fora de casa (20,7%). A participação do consumo fora de casa no mercado se manteve constante, girando em torno de 21% entre 1997 e 2007, mas caiu nos anos seguintes, talvez em consequência da crise econômica em curso, e em 2011 era de 19,2%. O consumo nos cafés das redes representou 0,5% do total do consumo, e o consumo em outros locais fora de casa, 20,2%. As compras feitas em estabelecimentos comerciais responderam por 79,5% do total do consumo; as feitas em outros locais / por outros meios foram pequenas, mas estão crescendo (1,3% do total em 2011).

58. Em média, o consumo em casa na **Alemanha** foi de 7,8 milhões de sacas, ou 84,3% do total do consumo, ante 1,5 milhão de sacas (15,7%) do consumo fora de casa. As participações relativas do consumo em casa e fora de casa se mantiveram estáveis na maior parte do período analisado, embora as cifras referentes a 2010 e 2011 revelem um pequeno aumento do consumo fora de casa. A participação das redes de casas de café no mercado ainda é pequena (0,5% do total do consumo). Enquanto isso, o consumo em outros locais fora de casa chega a 15,2%. Em média, os estabelecimentos comerciais ainda são os pontos de venda predominantes de café para consumo em casa, mas a participação das compras em outros locais / por outros meios aumentou de 0,4% para 2,6% entre 1997 e 2011.

59. Na **Grécia**, a participação do consumo em casa aumentou continuamente, subindo de 57,6% em 1997 para 68,5% em 2011, em detrimento do consumo fora de casa, que caiu de 42,4% para 31,5% durante o mesmo período. O volume médio do consumo em casa foi de 526.000 sacas, ante 315.000 sacas do consumo fora de casa. Uma transferência gradual para o consumo em casa ocorreu ao longo de todo o período; este fenômeno, portanto, não parece diretamente atribuível à mais recente turbulência econômica, que, porém, parece tê-lo exacerbado, pois o consumo fora de casa caiu muito em 2010 e 2011. No entanto, o consumo fora de casa ainda representou uma parcela significativa do total consumido, em contraste com a situação observada em muitos outros países importadores; e o consumo nos cafés das redes representou 2,7% de todo o consumo fora de casa em 2011. Todo o café para consumo em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais.

60. Na **Itália**, a média do consumo em casa girou em torno de quatro milhões de sacas, representando 73,1% do total do consumo durante o período estudado. O volume médio do consumo fora de casa foi de quase 1,5 milhão de sacas (26,9%). O consumo fora de casa caiu de 30,3% em 1997 para 23,4% em 2011, e o consumo nas redes de cafés só respondeu por 0,6% do total consumido. Quase todo o café tomado em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais.

61. O **Japão** está entre os países com níveis relativamente altos de consumo fora de casa, cifrado em 2,4 milhões de sacas em média, ou 35,2% do total. Na verdade, o consumo fora de casa aumentou de 34,7% em 1997 para 37,1% em 2011. O consumo nas redes de cafés está entre os mais altos dos países selecionados, respondendo por 7,2% do total consumido. O consumo em casa foi de 4,4 milhões de sacas (64,8%) durante o período, a maior parte do café tendo sido comprada em estabelecimentos comerciais, embora os outros pontos de venda tenham mantido uma participação constante, numa faixa de 3,2% a 4%, durante todo o período.

62. Nos **Países Baixos**, o volume anual médio do consumo em casa foi de 1,3 milhão de sacas no período de 1997 a 2011, representando 74,1% do total nacional, em comparação com 442.000 sacas do consumo fora de casa, ou 25,9% do total. O consumo fora de casa nos Países Baixos se manteve constante de 1997 a 2003, mas caiu significativamente desde então, só representando 21,4% do total em 2011. A participação das redes de cafés no total do consumo subiu muito entre 1997 e 2008, mas permaneceu inalterada, à taxa de 1,1%, em anos recentes. As compras feitas em estabelecimentos comerciais responderam por 73,5% do consumo, e as compras em outros locais / por outros meios foram aumentando até alcançar uma participação de 5,2% em 2011.

63. O consumo em casa na **Noruega** foi de 560.000 sacas (77,6% do total), em comparação com 161.000 sacas (22,4%) do consumo fora de casa. A participação do consumo fora de casa aumentou, passando de 20,9% em 1997 a 24,4% em 2011, mas em 2011 a participação das redes no mercado ainda era muito pequena (0,2%). Todo o café que se consumiu em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais.

64. A participação média do consumo em casa na **Polônia** foi de 1,9 milhão de sacas (94,4% do total), em comparação com apenas 113.000 sacas (5,6%) do consumo fora de casa. A participação do consumo fora de casa, contudo, aumentou de 4,2% em 1997 para 7,1% em 2011. As casas de café das redes só responderam por 0,1% do total do consumo, e os pontos de venda independentes, por 7%. Em 2011, quase 90% do café consumido foi comprado em estabelecimentos comerciais, embora a participação dos outros pontos de venda tenha aumentado, alcançando 3%.

65. O consumo de café fora de casa é a forma predominante de consumo em **Portugal**, respondendo por 420.000 sacas (60,3%) do total nacional, em comparação com 276.000 sacas (39,7%) do consumo em casa. Portugal, assim, é um dos poucos países importadores de café em que o café é mais extensamente consumido fora de casa. O predomínio do consumo fora de casa, porém, declinou durante todo o período em estudo, passando de 64,7% em 1997 a 53,1% em 2011. A maior parte do consumo fora de casa ocorre em estabelecimentos independentes (57,7% do total), embora a participação das redes tenha aumentado de 0,8% em 1997 para 3,7% em 2011. Quase todo o café consumido em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais, embora a participação das compras feitas em outros locais / por outros meios esteja crescendo.

66. Na **Rússia**, o consumo de café em casa foi muito grande, com um volume médio de 2,7 milhões de sacas (89,7% do total), em comparação com 305.000 sacas (10,3%) do consumo fora de casa. No entanto, o consumo fora de casa subiu de 5,9% em 1997 para 11,6% em 2011, e desse consumo, só 0,2% foi nas redes de casas de café. As compras em estabelecimentos comerciais responderam por 87,3% do total do consumo. A participação das compras feitas em outros locais / por outros meios vem aumentando, mas ainda é relativamente pequena (1,1% em 2011).

67. O consumo em casa é relativamente pequeno na **Espanha**, em comparação com outros países importadores. O volume médio desse consumo foi de 1,7 milhão de sacas (55,6% do total), em comparação com 1,4 milhão (44,4%) do consumo fora de casa. Em 2011, 2,7% do total do consumo ocorreu nas redes, e 40,6% em outros pontos de consumo fora de casa. Após alcançar 46,4% em 2008, porém, o consumo fora de casa caiu, e em 2011 registrava 43,4%. Quase todo o café que se consumiu em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais.

68. Na **Suécia**, o consumo em casa respondeu por um milhão de sacas, representando 81,9% do total, em comparação com 221.000 sacas (18,1%) do consumo fora de casa. A participação deste último está aumentando, porém, e em 2011 respondia por 20% do total, em comparação com 15,3% em 1997. A importância das redes de cafés está crescendo, mas, durante o período, só 0,2% do consumo aconteceu através delas. Quase todo o café que se consumiu em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais.

69. Na **Suíça**, o café tomado em casa respondeu por 82,1% do total consumido, em comparação com 17,9% do consumo fora de casa. O volume anual médio do consumo em casa no período de 1997 a 2011 foi de 744.000 sacas, e do consumo fora de casa, de 163.000 sacas. A participação do consumo em casa só registrou pequenas flutuações (entre 80% e 83% do total) durante o período, e quase todo o café que se consumiu em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais. No segmento do consumo fora de casa, as redes cresceram com vigor e, em 2011, respondiam por 2,5% do total consumido no país.

70. Na **Turquia**, o consumo em casa ainda predomina e, no período estudado, manteve uma média de 67,2% (278.000 sacas) do total nacional. Nenhuma tendência precisa pode ser estabelecida para a evolução das participações relativas do consumo em casa e fora de casa. Entretanto, todo o café que se consome em casa é comprado em estabelecimentos comerciais, e quase todo o consumo fora de casa acontece em locais independentes, e não nos cafés das redes.

71. Na **Ucrânia**, o consumo em casa respondeu por 97,7% de um consumo total de 789.000 sacas, e o consumo fora de casa, por 2,3% (18.000 sacas) do total. A participação do consumo em casa é a mais expressiva de todos os países importadores estudados. O consumo fora de casa, portanto, foi insignificante durante o período de 1997 a 2011. Todo o café que se consumiu em casa foi comprado em estabelecimentos comerciais. A participação percentual do café que se consumiu nos cafés das redes é insignificante, e o consumo fora de casa aconteceu principalmente em pequenos estabelecimentos independentes.

72. No **Reino Unido**, a média do consumo em casa foi de 1,8 milhão de sacas durante o período de 1997 a 2011, representando 69,3% do total, e o consumo fora de casa, de 813.000 sacas, ou 30,7% do total. A participação do consumo fora de casa alcançou um pico em 2004 (31,9%), mas em 2011 havia caído para 28,6%. O Reino Unido registrou o nível mais alto de consumo fora de casa através das redes de cafés, de 14,4% do total no período. Houve uma concentração perceptível nas vendas fora de casa, e a participação no consumo total do café vendido através das redes subiu de 6,6% em 1997 para 17,3% em 2011, enquanto as vendas em outros locais caíram de 23,4% para 11,3%. As compras em estabelecimentos comerciais representaram uma parcela relativamente estável do mercado, variando entre 64,5% e 68,2% do total do consumo.

73. Nos **EUA**, a média do consumo em casa foi de 16,7 milhões de sacas (82,4% do total), em comparação com 3,6 milhões de sacas (17,6%) do consumo fora de casa. No entanto, o consumo fora de casa aumentou, passando de 16,2% em 1997 a 19,8% em 2008, antes de cair para 18,4% em 2011. É nos estabelecimentos comerciais que a maior parte do café para consumo em casa é comprado (81,6% do total do consumo). Os estabelecimentos que não pertencem a redes ainda são os principais lugares em que o café é consumido fora de casa, respondendo por 14,4% do total, mas a participação das redes de cafés subiu de 2,6% em 1997 para 3,6% em 2011.

## CONCLUSÕES

74. O quadro 1 apresenta dados consolidados sobre as participações de diversos tipos de café nos 21 países selecionados. O café torrado continua a ser a forma predominante do café consumido na maioria dos países importadores, representando 77,4% do total do consumo, embora diferenças significativas existam entre os países. Os países onde o café torrado responde por mais de 90% do total do consumo são a Finlândia (96,1%), a Suécia (94,5%), a Dinamarca (94,3%), a Itália (94,1%), a Noruega (93,5%) e os EUA (91,5%) (Anexo VIII-A).

**Quadro 1: Estrutura do consumo de café em países importadores selecionados**

ALL SELECTED COUNTRIES	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	63 536			50 268	13 268			79.1%	20.9%
1998	64 881			51 577	13 305			79.5%	20.5%
1999	64 914			51 744	13 170			79.7%	20.3%
2000	64 017			50 380	13 637			78.7%	21.3%
2001	66 239			51 571	14 667			77.9%	22.1%
2002	66 787			51 253	15 534			76.7%	23.3%
2003	69 207			52 996	16 211			76.6%	23.4%
2004	71 081	54 094	663	54 757	16 324	76.1%	0.9%	77.0%	23.0%
2005	70 077	52 743	866	53 609	16 468	75.3%	1.2%	76.5%	23.5%
2006	71 398	53 455	1 257	54 712	16 686	74.9%	1.8%	76.6%	23.4%
2007	72 391	53 933	1 615	55 547	16 843	74.5%	2.2%	76.7%	23.3%
2008	72 914	53 939	1 661	55 600	17 315	74.0%	2.3%	76.3%	23.7%
2009	71 583	53 048	1 917	54 965	16 618	74.1%	2.7%	76.8%	23.2%
2010	73 811	54 015	2 467	56 482	17 329	73.2%	3.3%	76.5%	23.5%
2011	73 696	53 791	2 903	56 694	17 003	73.0%	3.9%	76.9%	23.1%
<b>Average</b>	<b>69 102</b>	<b>53 627*</b>	<b>1 669*</b>	<b>53 477</b>	<b>15 625</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>77.4%</b>	<b>22.6%</b>

\* Média de 2004 a 2011  
Em milhares de sacas

75. Enquanto isso, o consumo médio de café solúvel foi de 15,6 milhões de sacas, ou seja, 22,6% do total do consumo nos países selecionados. A participação do café solúvel no total do consumo aumentou de 20,9% em 1997 para 23,3% em 2002 e permaneceu relativamente estável desde então. Entre os países importadores em que o consumo de café solúvel teve uma participação significativa no total do consumo estão a Rússia (86,1% do total), a Ucrânia (85,6%), a Turquia (83,9%), o Reino Unido (79,4%) e a Grécia (57,4%) (Anexo VIII-B). O café solúvel também teve uma participação expressiva na Polônia e no Japão, compreendendo 38,8% e 35,6% do total, respectivamente. De forma geral, a participação do solúvel no total do consumo caiu nos EUA, Grécia, Japão, Países Baixos, Reino Unido, Rússia e Suíça, mas, ao mesmo tempo, ela cresceu na Alemanha, Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Itália, Noruega, Polônia, Portugal, Suécia, Turquia e Ucrânia. Na Áustria, a participação do solúvel descrevia uma trajetória ascendente, mas declinou nos três últimos anos.



76. Em muitos países um segmento significativo do mercado se desenvolveu recentemente: o segmento das cápsulas de café, que em 2011 respondeu pelo consumo de 2,9 milhões de sacas nos 21 países selecionados, com uma taxa de crescimento anual composta de 23,5% desde 2004. Dados registrados durante o período de 2004 a 2011 mostram um consumo médio de cápsulas de café equivalente a 525.000 sacas na França, 352.000 na Alemanha e 292.000 nos Países Baixos. O consumo de cápsulas de café nos EUA e na Bélgica registram médias de 128.000 sacas e 103.000 sacas, respectivamente (Anexo VIII-C). De 2004 a 2011, os países onde houve aumentos significativos da participação do café em cápsulas no mercado incluem a Alemanha (de 0,7% para 6,9%), a Áustria (de 0,4% para 6,2%), a Bélgica (de 4,1% para 15%), a França (de 4,1% para 15,9%), os Países Baixos (de 12,9% para 21,9%), Portugal (de 0,2% para 11,7%) e a Suíça (de 2% para 8,7%). Em 2011 as menores participações das cápsulas de café no mercado ocorreram na Rússia (menos de 0,1%), Grécia (0,2%), Japão (0,3%), Polônia (0,4%) e Suécia (0,5%). De acordo com os dados disponíveis, não houve consumo de café em cápsulas na Finlândia, Turquia e Ucrânia. As conclusões acerca do uso de cápsulas devem ser tratadas com cautela, pois os dados disponíveis parecem deficientes em alguns casos – como pode ser natural quando se trata de um novo segmento do mercado – e podem subestimar o tamanho total do segmento.

77. O quadro 2 apresenta cifras consolidadas sobre as participações de diversos locais de compra / consumo nos 21 países selecionados. No geral, a participação do consumo em casa vs. fora de casa permaneceu estável, variando numa faixa de 77,4% e 78,8% durante o período estudado. O consumo em casa é o modo predominante de consumo em todos os países selecionados, com exceção de Portugal, onde o consumo fora de casa responde por 60,3% do total. No entanto, níveis relativamente altos de consumo fora de casa foram observados na Espanha (44,4%), Grécia (37,4%), Japão (35,2%), Turquia (32,8%) e Reino Unido (30,7%). Durante o período estudado, taxas elevadas de crescimento anual da participação do consumo fora de casa foram registradas na Rússia (5%), seguida pela Polônia (3,9%), Áustria (3%), Dinamarca e Suécia (2% cada). Em contraste, trajetórias descendentes significativas foram observadas na Ucrânia (-4,2%), Países Baixos (-2,2%) e Grécia (-2,1%). Além disso, trajetórias descendentes foram notadas nos quatro últimos anos em diversos países, em particular na Bélgica, Dinamarca, França, Grécia, Itália, Portugal, Ucrânia e Reino Unido. Esta queda do consumo fora de casa coincide com o período de crise econômica que eclodiu em 2008.

**Quadro 2: Locais de consumo de café nos países importadores selecionados**

ALL SELECTED COUNTRIES	Total	Percentage shares					
		At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>63 536</b>	76.9%	1.1%	78.0%	1.6%	20.4%	22.0%
1998	<b>64 881</b>	77.3%	1.1%	78.4%	1.7%	19.9%	21.6%
1999	<b>64 914</b>	77.5%	1.0%	78.5%	1.8%	19.7%	21.5%
2000	<b>64 017</b>	77.1%	1.1%	78.2%	1.9%	19.9%	21.8%
2001	<b>66 239</b>	77.7%	1.1%	78.8%	2.0%	19.2%	21.2%
2002	<b>66 787</b>	77.3%	1.1%	78.4%	2.2%	19.4%	21.6%
2003	<b>69 207</b>	77.2%	1.2%	78.3%	2.3%	19.4%	21.7%
2004	<b>71 081</b>	77.5%	1.2%	78.7%	2.4%	18.9%	21.3%
2005	<b>70 077</b>	77.0%	1.2%	78.2%	2.7%	19.1%	21.8%
2006	<b>71 398</b>	76.3%	1.3%	77.7%	2.9%	19.5%	22.3%
2007	<b>72 391</b>	76.0%	1.4%	77.4%	3.0%	19.6%	22.6%
2008	<b>72 914</b>	76.3%	1.4%	77.7%	3.1%	19.2%	22.3%
2009	<b>71 583</b>	76.4%	1.5%	77.9%	3.2%	18.9%	22.1%
2010	<b>73 811</b>	76.6%	1.6%	78.2%	3.2%	18.6%	21.8%
2011	<b>73 696</b>	76.9%	1.7%	78.6%	3.1%	18.3%	21.4%
<b>Average</b>	<b>69 102</b>	<b>76.9%</b>	<b>1.3%</b>	<b>78.2%</b>	<b>2.5%</b>	<b>19.3%</b>	<b>21.8%</b>

Em milhares de sacas

78. Os estabelecimentos comerciais continuam sendo os locais mais importantes onde se compra café para consumo doméstico em quase todos os países importadores estudados, com participações percentuais situadas numa faixa de 76 a 77,7% nos 21 países como um todo. Isso não obstante, a participação das compras em outros locais e por outros meios, embora ainda relativamente pequena, está crescendo em diversos países. É o que se passa na Alemanha (0,4% em 1997 e 2,6% em 2011), Bélgica (3,2% e 6,7%), Dinamarca (2,1% e 5,3%), França (0,2% e 1,3%), Países Baixos (3% e 5,2%), Polônia (0% e 3%), Reino Unido (2,1% e 3,1%) e Suíça (0,6% e 1,6%). Não há registros de compras de café em 2011 em outros locais e por outros meios na Grécia, Noruega, Turquia e Ucrânia, embora tenha havido participações relativamente pequenas desse tipo de compra na Espanha (0,1%), Finlândia (0,2%) e Áustria (0,4%).

79. Com respeito ao consumo fora de casa, os estabelecimentos independentes tiveram uma participação muito maior no mercado que as redes de casas de café. No entanto, a participação destas no mercado às custas de outros locais subiu de 1,6% do total em 1997 para 3,1% em 2011, enquanto o consumo fora de casa em outros locais caiu de 20,4% para 18,3% no mesmo período. Em 2011, níveis relativamente altos de vendas de café pelas redes foram observados no Reino Unido (17,3% do consumo total), Japão (8,5%) e Estados Unidos da América (3,6%). Além da Ucrânia, onde não se registraram compras nas redes, os países onde estas tiveram participações muito pequenas no consumo (menos de 0,5%) em 2011 foram a Polônia, a Dinamarca, a Finlândia, a Rússia, a Noruega e a Bélgica.

## LISTA DE ANEXOS

- ANEXO I: CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO II: CONSUMO PER CAPITA NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO III: IMPORTAÇÕES DOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO IV: PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO V: DIFERENÇA ENTRE OS DADOS SOBRE O CONSUMO DA OIC E DA EUROMONITOR
- ANEXO VI: ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO VII: LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO VIII-A: CONSUMO DE CAFÉ TORRADO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO VIII-B: CONSUMO DE CAFÉ SOLÚVEL NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS
- ANEXO VIII-C: CONSUMO DE CAFÉ EM CÁPSULAS NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

## CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% share in world total	% share in all importing countries
Austria	1 087	1 105	1 123	875	1 013	926	720	996	772	612	847	908	886	903	1 117	926	0.8	1.1
Belgium	886	1 309	834	1 133	884	1 484	1 579	1 396	1 158	1 537	1 103	650	934	871	934	1 113	0.9	1.3
Denmark	808	854	869	791	868	805	724	849	795	822	794	688	679	847	790	799	0.7	0.9
Finland	939	1 001	979	967	947	970	966	1 034	1 102	1 047	1 057	1 115	1 058	1 080	1 093	1 024	0.9	1.2
France	5 487	5 351	5 578	5 402	5 253	5 526	5 394	4 929	4 787	5 278	5 628	5 152	5 677	5 713	5 960	5 408	4.5	6.2
Germany	9 670	9 976	9 748	8 770	9 059	8 498	9 499	10 445	8 665	9 151	8 627	9 535	8 897	9 292	9 460	9 286	7.8	10.7
Greece	739	668	641	687	548	827	929	871	870	857	1 015	978	974	994	1 023	841	0.7	1.0
Italy	4 913	4 936	4 919	5 149	5 243	5 182	5 507	5 469	5 552	5 593	5 821	5 892	5 806	5 781	5 689	5 430	4.6	6.2
Japan	5 968	6 052	6 273	6 626	6 936	6 875	6 770	7 117	7 128	7 268	7 282	7 065	7 130	7 192	7 015	6 846	5.8	7.9
Netherlands	2 367	1 961	1 471	1 860	1 677	1 574	1 743	1 978	1 927	2 129	2 292	1 324	898	1 347	1 024	1 705	1.4	2.0
Norway	675	702	785	657	710	692	683	709	743	721	771	715	715	746	785	721	0.6	0.8
Poland	1 966	1 965	1 985	2 046	2 222	2 201	2 242	2 281	2 267	1 993	1 554	1 681	2 001	2 156	2 042	2 040	1.7	2.3
Portugal	603	696	737	646	745	720	657	685	656	671	684	654	709	750	834	697	0.6	0.8
Russia	1 857	1 647	1 352	1 863	2 983	3 446	3 582	3 086	3 212	3 263	4 055	3 716	3 131	3 661	3 695	2 970	2.5	3.4
Spain	2 977	2 996	3 324	2 991	2 795	2 833	2 740	2 705	3 007	3 017	3 198	3 485	3 352	3 232	3 149	3 054	2.6	3.5
Sweden	1 241	1 248	1 279	1 173	1 251	1 224	1 178	1 234	1 170	1 315	1 244	1 272	1 133	1 221	1 125	1 221	1.0	1.4
Switzerland	712	811	863	827	816	821	852	722	1 099	932	989	1 149	966	1 012	1 035	907	0.8	1.0
Turkey	236	286	265	287	290	359	367	403	464	497	516	484	521	610	633	415	0.3	0.5
Ukraine	167	126	253	179	228	440	647	739	1 025	968	1 057	1 733	1 460	1 485	1 324	789	0.7	0.9
United Kingdom	2 441	2 588	2 276	2 342	2 215	2 261	2 236	2 458	2 680	3 059	2 824	3 067	3 220	3 134	2 926	2 648	2.2	3.0
USA	17 795	18 604	19 359	18 746	19 554	19 125	20 193	20 973	20 998	20 667	21 033	21 652	21 436	21 783	22 043	20 264	17.0	23.3
<b>Selected countries</b>	<b>63 536</b>	<b>64 881</b>	<b>64 914</b>	<b>64 017</b>	<b>66 239</b>	<b>66 787</b>	<b>69 207</b>	<b>71 081</b>	<b>70 077</b>	<b>71 398</b>	<b>72 391</b>	<b>72 914</b>	<b>71 583</b>	<b>73 811</b>	<b>73 696</b>	<b>69 102</b>	<b>58.1</b>	<b>79.5</b>
<b>All importing countries</b>	<b>76 380</b>	<b>78 037</b>	<b>80 313</b>	<b>79 113</b>	<b>82 002</b>	<b>82 929</b>	<b>84 533</b>	<b>89 106</b>	<b>88 179</b>	<b>90 367</b>	<b>93 161</b>	<b>95 013</b>	<b>92 666</b>	<b>96 114</b>	<b>95 484</b>	<b>86 893</b>	<b>73.0</b>	<b>100.0</b>
<b>World total</b>	<b>100 539</b>	<b>103 018</b>	<b>105 853</b>	<b>105 496</b>	<b>109 801</b>	<b>111 378</b>	<b>113 919</b>	<b>120 005</b>	<b>120 796</b>	<b>124 740</b>	<b>129 337</b>	<b>132 956</b>	<b>132 464</b>	<b>137 154</b>	<b>137 900</b>	<b>119 024</b>	<b>100.0</b>	
<b>% share of selected countries</b>	<b>63.2</b>	<b>63.0</b>	<b>61.3</b>	<b>60.7</b>	<b>60.3</b>	<b>60.0</b>	<b>60.8</b>	<b>59.2</b>	<b>58.0</b>	<b>57.2</b>	<b>56.0</b>	<b>54.8</b>	<b>54.0</b>	<b>53.8</b>	<b>53.4</b>	<b>58.1</b>		

Em milhares de sacas

## ANEXO II

## CONSUMO PER CAPITA NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	8.2	8.3	8.4	6.6	7.6	6.9	5.3	7.3	5.6	4.4	6.1	6.5	6.4	6.5	8.0	6.8
Belgium	5.2	7.7	4.9	6.7	5.2	8.7	9.2	8.1	6.7	8.8	6.3	3.7	5.3	4.9	5.2	6.4
Denmark	9.2	9.7	9.8	8.9	9.7	9.0	8.1	9.4	8.8	9.1	8.7	7.6	7.4	9.3	8.7	8.9
Finland	11.0	11.7	11.4	11.2	11.0	11.2	11.1	11.9	12.6	11.9	12.0	12.6	11.9	12.1	12.3	11.7
France	5.6	5.5	5.7	5.5	5.3	5.5	5.4	4.9	4.7	5.2	5.5	5.0	5.5	5.5	5.7	5.4
Germany	7.1	7.3	7.1	6.4	6.6	6.2	6.9	7.6	6.3	6.7	6.3	7.0	6.5	6.8	6.9	6.8
Greece	4.1	3.7	3.5	3.8	3.0	4.5	5.1	4.7	4.7	4.6	5.5	5.3	5.2	5.3	5.5	4.6
Italy	5.2	5.2	5.2	5.4	5.5	5.4	5.7	5.6	5.7	5.7	5.9	5.9	5.8	5.8	5.7	5.6
Japan	2.8	2.9	3.0	3.1	3.3	3.2	3.2	3.4	3.4	3.4	3.4	3.3	3.4	3.4	3.3	3.2
Netherlands	9.1	7.5	5.6	7.0	6.3	5.9	6.5	7.3	7.1	7.8	8.4	4.8	3.2	4.9	3.7	6.3
Norway	9.2	9.5	10.6	8.8	9.4	9.1	9.0	9.2	9.6	9.2	9.8	9.0	8.9	9.2	9.7	9.4
Poland	3.1	3.1	3.1	3.2	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.1	2.4	2.6	3.2	3.4	3.2	3.2
Portugal	3.6	4.1	4.3	3.8	4.3	4.2	3.8	3.9	3.7	3.8	3.9	3.7	4.0	4.2	4.7	4.0
Russia	0.8	0.7	0.6	0.8	1.2	1.4	1.5	1.3	1.3	1.4	1.7	1.6	1.3	1.6	1.6	1.2
Spain	4.5	4.5	5.0	4.5	4.1	4.1	3.9	3.8	4.2	4.2	4.4	4.7	4.5	4.3	4.2	4.3
Sweden	8.4	8.5	8.7	7.9	8.4	8.2	7.9	8.2	7.7	8.7	8.2	8.3	7.3	7.9	7.3	8.1
Switzerland	6.0	6.8	7.2	6.9	6.8	6.8	7.0	5.9	8.9	7.5	7.9	9.1	7.7	8.0	8.2	7.4
Turkey	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4
Ukraine	0.2	0.2	0.3	0.2	0.3	0.6	0.8	0.9	1.3	1.2	1.4	2.3	1.9	2.0	1.7	1.0
United Kingdom	2.5	2.7	2.3	2.4	2.2	2.3	2.2	2.5	2.7	3.0	2.8	3.0	3.1	3.0	2.8	2.6
USA	3.8	4.0	4.1	3.9	4.0	3.9	4.1	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1

Em quilogramas

## IMPORTAÇÕES DOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% share in world total	% share in selected countries
Austria	1 294	1 293	1 500	1 257	1 432	1 447	1 336	1 538	1 577	1 601	1 968	1 901	1 309	1 369	1 452	1 485	1.3	1.6
Belgium	2 544	3 580	3 003	3 491	3 209	3 792	3 818	3 968	4 063	4 605	4 014	6 792	5 916	5 924	5 828	4 303	3.6	4.7
Denmark	949	1 014	1 094	1 022	1 103	1 076	1 002	1 119	993	1 004	995	900	870	1 057	945	1 010	0.9	1.1
Finland	1 186	1 168	1 209	1 063	1 084	1 075	1 105	1 152	1 156	1 168	1 207	1 285	1 243	1 274	1 287	1 177	1.0	1.3
France	6 704	6 576	6 676	6 520	6 753	6 925	6 652	5 940	5 714	6 191	6 420	6 252	6 670	6 717	6 990	6 513	5.5	7.1
Germany	13 905	13 740	14 320	13 895	14 753	15 516	15 727	17 356	16 716	18 543	19 564	19 876	19 416	20 603	20 926	16 990	14.4	18.5
Greece	789	704	733	798	868	897	998	942	931	897	1 081	1 056	1 046	1 061	1 155	930	0.8	1.0
Italy	5 743	5 889	5 943	6 315	6 542	6 523	6 929	7 032	7 269	7 548	8 028	8 172	8 078	8 236	8 362	7 107	6.0	7.7
Japan	5 921	6 027	6 547	6 908	6 996	7 307	6 923	7 254	7 408	7 632	7 086	7 060	7 090	7 407	7 544	7 007	5.9	7.6
Netherlands	2 924	2 862	2 566	2 966	2 794	2 760	3 176	3 159	2 988	3 293	3 531	2 304	2 502	2 583	2 775	2 879	2.4	3.1
Norway	684	707	790	662	716	698	691	716	753	731	780	722	724	759	795	729	0.6	0.8
Poland	2 253	2 293	2 404	2 576	2 719	2 643	2 664	2 687	2 792	2 654	2 264	2 460	3 162	3 279	3 397	2 683	2.3	2.9
Portugal	727	762	817	811	843	838	834	838	831	862	911	885	887	945	1 030	855	0.7	0.9
Russia	2 185	1 732	1 368	1 890	3 008	3 494	3 661	3 195	3 333	3 461	4 318	4 057	3 487	3 991	4 034	3 148	2.7	3.4
Spain	3 777	3 718	3 986	3 768	4 058	4 026	4 136	4 173	4 356	4 538	4 875	4 864	4 811	5 034	4 821	4 329	3.7	4.7
Sweden	1 473	1 440	1 456	1 344	1 432	1 463	1 435	1 495	1 693	1 820	1 770	1 804	1 659	1 727	1 647	1 577	1.3	1.7
Switzerland	971	1 112	1 139	1 171	1 255	1 217	1 322	1 236	1 641	1 503	1 823	1 978	2 101	2 318	2 498	1 552	1.3	1.7
Turkey	253	296	268	292	294	363	372	411	472	509	530	500	534	625	656	425	0.4	0.5
Ukraine	171	136	266	184	233	443	651	744	1 033	989	1 085	1 829	1 541	1 588	1 372	818	0.7	0.9
United Kingdom	2 929	3 142	2 907	3 012	3 062	2 971	3 002	3 329	3 433	4 046	3 781	3 967	4 131	4 302	4 183	3 480	2.9	3.8
USA	20 343	21 030	22 746	23 767	21 415	21 639	22 760	23 184	23 042	23 709	24 219	24 277	23 578	24 378	26 088	23 078	19.5	25.1
<b>Selected countries</b>	<b>77 724</b>	<b>79 220</b>	<b>81 738</b>	<b>83 714</b>	<b>84 568</b>	<b>87 115</b>	<b>89 192</b>	<b>91 469</b>	<b>92 194</b>	<b>97 302</b>	<b>100 249</b>	<b>102 942</b>	<b>100 754</b>	<b>105 177</b>	<b>107 785</b>	<b>92 076</b>	<b>77.9</b>	<b>100.0</b>
<b>World total</b>	<b>94 459</b>	<b>96 162</b>	<b>100 791</b>	<b>104 062</b>	<b>107 067</b>	<b>110 899</b>	<b>112 911</b>	<b>117 814</b>	<b>120 174</b>	<b>125 177</b>	<b>130 608</b>	<b>134 598</b>	<b>133 046</b>	<b>140 319</b>	<b>145 764</b>	<b>118 257</b>	<b>100.0</b>	

Em milhares de sacas

## ANEXO IV

**PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS**  
(em milhares de sacas)

Country of origin	Austria															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	144	113	273	316	254	283	286	425	479	489	566	551	541	633	573	395	26.6
Brazil	231	261	403	284	438	420	306	341	257	288	329	250	140	140	102	279	18.8
Vietnam	36	33	71	78	117	131	123	164	257	269	334	359	91	121	98	152	10.2
Colombia	158	215	80	92	126	135	159	102	66	54	70	69	25	16	7	92	6.2
Italy	17	15	20	20	27	29	29	31	38	92	174	113	202	155	162	75	5.1
Selected total	585	637	847	791	962	998	903	1 063	1 097	1 192	1 473	1 343	1 000	1 066	941	993	66.9
Total imports	1 294	1 293	1 500	1 257	1 432	1 447	1 336	1 538	1 577	1 601	1 968	1 901	1 309	1 369	1 452	1 485	100.0

Country of origin	Belgium															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	381	424	478	489	537	706	687	666	716	780	754	1 634	1 536	1 533	1 363	846	19.7
Vietnam	69	194	142	185	240	353	304	317	268	531	369	1 081	762	839	854	434	10.1
Germany	429	346	240	262	337	317	303	410	410	492	418	394	384	425	454	375	8.7
France	309	372	249	268	222	572	693	609	452	564	167	92	76	87	94	322	7.5
Colombia	181	441	317	375	315	291	300	324	270	322	339	507	305	200	192	312	7.2
Selected total	1 369	1 777	1 426	1 579	1 653	2 240	2 286	2 325	2 116	2 688	2 047	3 708	3 064	3 084	2 957	2 288	53.2
Total imports	2 544	3 580	3 003	3 491	3 209	3 792	3 818	3 968	4 063	4 605	4 014	6 792	5 916	5 924	5 828	4 303	100.0

Country of origin	Denmark															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	377	357	465	386	423	448	401	417	277	253	228	238	104	96	93	304	30.1
Sweden	0	0	5	8	12	13	17	44	230	242	275	262	237	256	258	124	12.3
Germany	51	27	27	39	80	56	76	89	83	90	94	98	327	405	155	113	11.2
Colombia	166	197	160	112	112	117	114	123	79	75	60	44	23	26	22	95	9.4
Vietnam	6	8	22	30	41	44	52	83	53	50	45	37	34	40	45	39	3.9
Selected total	601	589	679	576	668	678	659	755	722	711	701	679	725	822	573	676	66.9
Total imports	949	1 014	1 094	1 022	1 103	1 076	1 002	1 119	993	1 004	995	900	870	1 057	945	1 010	100.0

Country of origin	Finland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	286	344	386	346	426	451	444	476	473	461	466	501	469	496	520	436	37.0
Colombia	215	240	212	116	148	189	191	206	198	238	262	239	113	117	144	188	16.0
Guatemala	119	124	132	142	105	38	62	46	51	76	87	79	79	73	54	84	7.2
Kenya	70	32	49	43	39	42	68	49	51	57	63	59	91	71	37	55	4.6
Honduras	48	44	48	43	36	60	44	64	36	42	34	67	99	51	38	50	4.3
Selected total	738	784	827	689	754	780	810	840	810	873	912	945	851	806	793	814	69.1
Total imports	1 186	1 168	1 209	1 063	1 084	1 075	1 105	1 152	1 156	1 168	1 207	1 285	1 243	1 274	1 287	1 177	100.0

**PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Country of origin	France															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	955	895	1 074	1 002	1 120	1 327	1 262	1 077	1 019	1 065	1 049	918	1 001	932	994	1 046	16.1
Germany	319	371	409	473	494	549	627	687	643	752	879	1 002	985	1 072	1 210	698	10.7
Belgium	0	0	741	718	696	722	773	796	982	807	546	579	955	856	898	671	10.3
Vietnam	494	502	677	700	953	907	930	661	529	592	819	545	669	498	487	664	10.2
Colombia	596	716	547	393	403	337	327	270	226	273	306	321	282	187	150	356	5.5
Selected total	2 364	2 484	3 449	3 285	3 666	3 842	3 919	3 491	3 400	3 490	3 600	3 365	3 891	3 546	3 739	3 435	52.7
Total imports	6 704	6 576	6 676	6 520	6 753	6 925	6 652	5 940	5 714	6 191	6 420	6 252	6 670	6 717	6 990	6 513	100.0

Country of origin	Germany															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	2 555	2 451	3 610	2 789	3 610	4 673	4 606	4 536	4 423	4 923	5 010	5 360	6 090	6 465	6 375	4 498	26.5
Vietnam	967	1 125	1 105	1 357	1 933	1 795	1 933	2 969	2 549	3 103	3 907	2 863	2 962	3 386	3 301	2 350	13.8
Colombia	2 086	2 323	1 821	1 458	1 659	1 567	1 644	1 436	1 495	1 574	1 522	1 437	631	378	468	1 433	8.4
Indonesia	866	900	752	764	914	945	1 000	1 038	1 405	1 034	791	1 539	1 395	1 095	793	1 015	6.0
Peru	370	439	754	664	753	830	756	916	742	1 247	1 036	1 132	1 219	1 336	1 372	904	5.3
Selected total	6 843	7 237	8 042	7 032	8 869	9 810	9 939	10 895	10 614	11 882	12 266	12 331	12 296	12 660	12 309	10 202	60.0
Total imports	13 905	13 740	14 320	13 895	14 753	15 516	15 727	17 356	16 716	18 543	19 564	19 876	19 416	20 603	20 926	16 990	100.0

Country of origin	Greece															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	312	216	230	297	355	351	312	339	328	295	328	301	314	288	282	303	32.6
Côte d'Ivoire	237	281	289	250	275	266	170	122	104	190	244	226	183	120	93	203	21.9
Spain	8	11	15	22	16	19	145	149	173	122	129	131	125	173	175	94	10.1
Germany	46	49	62	61	59	73	80	85	109	76	84	83	84	124	125	80	8.6
Italy	24	18	21	23	23	32	48	48	54	59	78	94	105	116	105	57	6.1
Selected total	627	576	617	654	729	741	755	743	768	743	863	835	809	820	780	737	79.2
Total imports	789	704	733	798	868	897	998	942	931	897	1 081	1 056	1 046	1 061	1 155	930	100.0

Country of origin	Italy															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	1 435	1 454	1 531	1 626	1 778	2 071	2 444	2 356	2 434	2 571	2 642	2 653	2 654	2 670	2 619	2 196	30.9
Vietnam	329	505	704	810	863	907	832	901	981	1 118	1 362	1 323	1 366	1 516	1 552	1 005	14.1
India	418	505	515	574	567	633	698	842	747	896	962	783	738	1 002	1 074	730	10.3
Indonesia	292	258	326	221	246	254	377	369	485	467	326	400	520	453	455	363	5.1
Cameroon	432	335	408	562	635	397	276	336	297	250	250	202	164	185	153	325	4.6
Selected total	2 905	3 056	3 484	3 792	4 088	4 263	4 625	4 804	4 944	5 302	5 542	5 362	5 440	5 826	5 853	4 619	65.0
Total imports	5 743	5 889	5 943	6 315	6 542	6 523	6 929	7 032	7 269	7 548	8 028	8 172	8 078	8 236	8 362	7 107	100.0



**PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Country of origin	Japan															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	1 507	1 529	1 765	1 744	1 849	1 852	1 954	1 876	2 097	2 216	2 214	1 889	2 119	2 314	2 465	1 959	28.0
Colombia	1 139	1 104	1 134	1 245	1 191	1 507	1 291	1 597	1 638	1 516	1 293	1 483	1 345	1 361	1 118	1 331	19.0
Indonesia	1 130	1 040	1 182	1 186	1 140	982	983	1 032	959	1 069	870	912	922	1 029	1 074	1 034	14.8
Vietnam	267	317	391	422	496	509	375	431	472	524	742	918	975	926	905	578	8.3
Guatemala	282	318	435	469	522	563	455	460	556	463	417	584	558	574	633	486	6.9
Selected total	4 326	4 309	4 907	5 066	5 197	5 414	5 058	5 396	5 722	5 789	5 537	5 786	5 919	6 205	6 195	5 388	76.9
Total imports	5 921	6 027	6 547	6 908	6 996	7 307	6 923	7 254	7 408	7 632	7 086	7 060	7 090	7 407	7 544	7 007	100.0

Country of origin	Netherlands															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	363	403	382	414	431	354	513	462	455	579	555	545	594	528		470	16.3
Brazil	352	289	150	309	542	539	555	568	531	572	712	301	345	416		441	15.3
Belgium	657	546	490	396	162	196	228	211	198	230	337	639	766	809		419	14.6
Vietnam	88	93	116	150	216	176	216	260	278	470	448	130	134	180		211	7.3
Colombia	343	442	250	197	189	158	200	183	165	174	224	89	31	15		190	6.6
Selected total	1 802	1 773	1 388	1 466	1 541	1 424	1 711	1 684	1 628	2 025	2 277	1 704	1 870	1 948		1 731	60.1
Total imports	2 924	2 862	2 566	2 966	2 794	2 760	3 176	3 159	2 988	3 293	3 531	2 304	2 502	2 583	2 775	2 879	100.0

Country of origin	Norway															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	247	208	298	228	256	287	244	232	269	286	307	272	279	284	336	269	36.9
Colombia	130	168	146	94	141	148	162	179	141	143	175	150	116	109	116	141	19.4
Guatemala	73	79	70	60	70	42	56	51	60	65	70	69	59	73	57	64	8.7
Switzerland	20	20	29	31	28	24	27	23	25	23	28	25	30	31	34	27	3.6
Mexico	54	54	38	33	48	2	5	9	12	11	13	21	37	40	11	26	3.6
Selected total	524	529	582	445	542	503	494	494	507	529	592	538	522	538	554	526	72.2
Total imports	684	707	790	662	716	698	691	716	753	731	780	722	724	759	795	729	100.0

Country of origin	Poland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	114	128	114	187	254	390	457	539	539	561	677	640	1 167	1 172	2 219	611	22.8
Vietnam	203	292	272	448	661	793	742	781	818	629	386	579	722	709	181	548	20.4
Indonesia	442	384	573	543	398	289	204	133	149	90	68	24	14	14	2	222	8.3
Uganda	240	229	240	141	134	145	191	181	232	101	93	63	82	91	41	147	5.5
Brazil	69	50	46	47	77	93	125	149	201	366	182	126	260	290	55	142	5.3
Selected total	1 069	1 083	1 245	1 366	1 524	1 709	1 719	1 783	1 939	1 747	1 406	1 432	2 245	2 276	2 498	1 669	62.2
Total imports	2 253	2 293	2 404	2 576	2 719	2 643	2 664	2 687	2 792	2 654	2 264	2 460	3 162	3 279	3 397	2 683	100.0

**PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Country of origin	Portugal															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Spain	104	146	148	157	215	142	133	110	102	103	89	93	70	133	155	127	14.8
Brazil	110	95	104	98	100	109	123	123	107	115	122	95	98	116	104	108	12.6
Vietnam	33	42	49	57	65	62	60	67	95	85	108	102	120	143	146	82	9.6
Uganda	81	62	77	74	55	71	70	64	59	58	67	81	90	77	107	73	8.5
Côte d'Ivoire	102	107	83	81	60	85	62	64	63	64	63	38	27	36	9	63	7.4
Selected total	431	452	462	467	493	469	448	429	426	425	450	409	405	505	521	453	53.0
Total imports	727	762	817	811	843	838	834	838	831	862	911	885	887	945	1 030	855	100.0

Country of origin	Russia															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
India	626	732	771	1 001	1 003	919	757	753	680	634	708	570	496	643	715	734	23.3
Brazil	323	230	63	74	393	516	417	521	562	578	929	824	768	871	855	528	16.8
Germany	240	224	166	218	542	955	863	497	503	519	625	426	150	232	255	428	13.6
Vietnam	1	0	20	65	102	120	120	67	135	347	394	403	334	538	609	217	6.9
Indonesia	81	137	7	72	78	63	63	27	49	35	34	135	317	154	217	98	3.1
Selected total	1 271	1 323	1 028	1 430	2 118	2 573	2 220	1 865	1 930	2 113	2 691	2 357	2 066	2 439	2 650	2 005	63.7
Total imports	2 185	1 732	1 368	1 890	3 008	3 494	3 661	3 195	3 333	3 461	4 318	4 057	3 487	3 991	4 034	3 148	100.0

Country of origin	Spain															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Vietnam	461	596	563	772	1 107	977	962	1 293	1 429	1 579	1 758	1 551	1 579	1 578	1 432	1 176	27.2
Brazil	539	555	801	591	705	1 014	871	698	762	739	861	1 018	913	957	864	793	18.3
Uganda	788	554	627	409	382	459	499	352	324	228	256	311	297	246	299	402	9.3
Germany	111	112	274	141	166	211	242	254	322	435	384	353	418	521	521	298	6.9
Colombia	300	334	297	266	237	254	280	242	239	293	323	333	241	207	236	272	6.3
Selected total	2 199	2 152	2 563	2 179	2 597	2 916	2 853	2 840	3 075	3 275	3 583	3 566	3 447	3 508	3 352	2 940	67.9
Total imports	3 777	3 718	3 986	3 768	4 058	4 026	4 136	4 173	4 356	4 538	4 875	4 864	4 811	5 034	4 821	4 329	100.0

Country of origin	Sweden															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	602	531	625	574	614	659	666	710	783	818	768	752	729	739	651	681	43.2
Colombia	380	395	313	236	295	293	285	279	296	316	317	299	209	140	123	278	17.6
Peru	37	59	54	81	103	113	94	97	128	125	147	200	143	162	176	115	7.3
Kenya	98	75	90	90	102	96	85	93	108	105	129	114	126	119	89	101	6.4
Guatemala	160	134	149	129	98	62	57	23	28	32	56	43	18	10	16	68	4.3
Selected total	1 277	1 195	1 231	1 110	1 211	1 223	1 187	1 202	1 342	1 398	1 417	1 410	1 224	1 169	1 055	1 243	78.8
Total imports	1 473	1 440	1 456	1 344	1 432	1 463	1 435	1 495	1 693	1 820	1 770	1 804	1 659	1 727	1 647	1 577	100.0

**PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Country of origin	Switzerland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	165	172	187	156	215	200	264	313	446	323	513	478	593	597	676	353	22.7
Colombia	77	113	96	114	131	123	117	129	160	189	223	244	263	298	308	172	11.1
India	64	74	73	84	77	71	82	55	96	85	105	115	153	161	193	99	6.4
Vietnam	6	7	18	37	32	54	27	13	91	118	174	170	162	173	187	85	5.4
Guatemala	60	89	88	75	99	68	87	57	81	68	75	84	91	103	115	83	5.3
Selected total	372	456	462	465	554	517	578	567	873	783	1 089	1 090	1 261	1 332	1 479	792	51.0
Total imports	971	1 112	1 139	1 171	1 255	1 217	1 322	1 236	1 641	1 503	1 823	1 978	2 101	2 318	2 498	1 552	100.0

Country of origin	Turkey															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	130	148	132	146	158	214	203	197	235	251	281	230	287	325	308	216	50.9
Spain	42	51	48	46	51	51	48	62	71	81	69	61	66	77	58	59	13.8
Switzerland	24	39	37	29	29	27	30	35	15	14	13	31	14	21	57	28	6.5
Germany	20	24	26	27	29	20	16	15	22	18	14	15	13	12	20	20	4.6
Thailand	0	0	0	0	0	0	5	32	47	63	58	35	0	0	0	16	3.8
Selected total	216	262	243	247	266	312	302	342	389	426	436	372	380	435	443	338	79.5
Total imports	253	296	268	292	294	363	372	411	472	509	530	500	534	625	656	425	100.0

Country of origin	Ukraine															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	0	8	2	2	0	100	228	260	306	213	235	400	310	368	261	179	22.0
Germany	0	0	0	0	0	35	61	92	174	231	305	526	393	372	364	170	20.8
India	0	1	5	5	0	39	80	88	123	121	107	170	106	108	133	72	8.9
Poland	0	0	1	3	0	79	58	47	110	110	86	123	94	71	74	57	7.0
Russia	0	0	0	1	0	17	27	33	53	58	63	69	110	162	138	49	6.0
Selected total	0	9	7	11	0	271	454	521	766	733	797	1 287	1 013	1 081	970	528	64.6
Total imports	171	136	266	184	233	443	651	744	1 033	989	1 085	1 829	1 541	1 588	1 372	818	100.0

Country of origin	United Kingdom															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Vietnam	403	557	444	550	588	331	447	661	394	409	550	489	444	460	559	486	14.0
Germany	383	364	402	490	534	530	329	344	416	555	442	472	569	725	703	484	13.9
Brazil	190	183	207	177	245	581	451	498	400	445	539	537	641	510	502	407	11.7
Colombia	276	292	253	245	247	343	306	282	305	375	470	472	348	297	471	332	9.6
Netherlands	175	189	139	140	116	118	155	144	229	556	312	603	488	260	249	258	7.4
Selected total	1 427	1 584	1 444	1 603	1 731	1 904	1 689	1 929	1 745	2 340	2 313	2 573	2 490	2 252	2 485	1 967	56.5
Total imports	2 929	3 142	2 907	3 012	3 062	2 971	3 002	3 329	3 433	4 046	3 781	3 967	4 131	4 302	4 183	3 480	100.0

**PRINCIPAIS ORIGENS DO CAFÉ IMPORTADO PELOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Country of origin	USA															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	2 617	2 982	5 121	2 991	3 287	5 308	5 629	4 749	4 802	5 108	5 333	5 360	5 989	6 666	7 347	<b>4 886</b>	<b>21.2</b>
Colombia	3 307	3 566	3 479	3 243	3 334	3 643	3 929	3 772	4 167	3 985	4 119	4 324	3 543	3 153	3 672	<b>3 682</b>	<b>16.0</b>
Vietnam	1 367	1 512	1 253	2 500	2 914	1 899	1 838	2 818	3 102	2 806	3 236	2 398	2 876	3 833	3 386	<b>2 516</b>	<b>10.9</b>
Mexico	3 148	2 735	3 388	3 868	2 226	2 246	1 740	1 789	1 705	1 891	1 837	1 777	2 027	1 789	1 977	<b>2 276</b>	<b>9.9</b>
Guatemala	1 923	1 565	2 150	2 380	2 041	1 627	2 023	1 624	1 753	1 655	1 816	1 902	1 740	1 312	1 582	<b>1 806</b>	<b>7.8</b>
Selected total	12 362	12 360	15 391	14 982	13 803	14 722	15 159	14 751	15 528	15 444	16 342	15 762	16 175	16 754	17 964	<b>15 167</b>	<b>65.7</b>
Total imports	20 343	21 030	22 746	23 767	21 415	21 639	22 760	23 184	23 042	23 709	24 219	24 277	23 578	24 378	26 088	<b>23 078</b>	<b>100.0</b>

## ANEXO V

## DIFERENÇA ENTRE OS DADOS SOBRE O CONSUMO DA OIC E DA EUROMONITOR

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	-36	-28	-10	-261	-122	-215	-434	-143	-355	-510	-260	-149	-160	-124	101	-180
Belgium	-319	90	-337	-22	-288	352	439	228	-8	352	-87	-525	-224	-277	-247	-58
Denmark	44	59	99	44	67	7	-58	70	32	69	58	-46	-46	128	82	41
Finland	-1	22	-27	16	-41	-4	-29	17	79	11	24	53	-2	1	44	11
France	1 264	1 145	1 360	1 152	1 011	1 311	1 190	744	627	1 064	1 420	932	1 455	1 460	1 630	1 184
Germany	185	443	134	-914	-790	-1 634	-835	47	-1 560	-1 240	-1 888	-1 113	-1 843	-1 480	-1 216	-914
Greece	-62	-139	-171	-128	-278	-6	195	119	105	73	216	169	175	220	284	51
Italy	1 054	1 074	1 043	1 255	1 277	1 158	1 515	1 347	1 343	1 371	1 581	1 654	1 536	1 448	1 334	1 333
Japan	2 089	2 078	2 165	2 505	2 728	2 563	2 388	2 630	2 590	2 717	2 733	2 543	2 694	2 735	2 578	2 516
Netherlands	547	120	-334	95	-176	-354	-209	-150	-249	-17	88	-907	-1 335	-916	-1 252	-337
Norway	20	42	118	-17	21	-4	-31	-17	6	-27	14	-47	-50	-26	8	1
Poland	-226	-258	-299	-303	-146	-284	-295	-269	-339	-710	-1 270	-1 251	-979	-861	-988	-565
Portugal	44	128	158	55	140	103	27	44	2	5	8	8	83	136	225	78
Russia	-681	-973	-655	-215	618	905	922	189	-85	-183	375	-207	-831	-440	-523	-119
Spain	32	-25	234	-180	-402	-365	-319	-289	20	57	269	443	355	351	365	36
Sweden	-142	-127	-127	-206	-141	-128	-232	-279	-317	-195	-261	-223	-366	-295	-398	-229
Switzerland	79	208	237	186	156	159	190	53	422	244	299	464	296	345	364	247
Turkey	48	91	63	87	104	97	30	-25	-117	-381	-510	-654	-714	-723	-793	-227
Ukraine	-289	-346	-227	-328	-309	-150	-36	-113	-145	-233	-168	148	209	195	-67	-124
United Kingdom	-271	-85	-425	-363	-495	-451	-470	-253	-118	218	-61	150	221	58	-221	-171
USA	4 549	3 599	3 402	2 506	2 710	2 631	4 018	3 756	4 271	3 654	4 149	4 794	4 046	3 883	3 201	3 678

Em milhares de sacas

**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS**  
(em milhares de sacas)

Austria	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 087			938	149			86.3%	13.7%
1998	1 105			950	154			86.0%	14.0%
1999	1 123			964	159			85.8%	14.2%
2000	875			746	129			85.3%	14.7%
2001	1 013			860	153			84.9%	15.1%
2002	926			785	141			84.7%	15.3%
2003	720			607	112			84.4%	15.6%
2004	996	831	4	835	161	83.4%	0.4%	83.8%	16.2%
2005	772	639	5	644	128	82.8%	0.6%	83.4%	16.6%
2006	612	499	10	509	103	81.5%	1.6%	83.1%	16.9%
2007	847	680	25	705	142	80.3%	3.0%	83.2%	16.8%
2008	908	721	35	756	152	79.4%	3.9%	83.3%	16.7%
2009	886	699	38	737	149	78.9%	4.3%	83.2%	16.8%
2010	903	713	46	759	144	79.0%	5.1%	84.0%	16.0%
2011	1 117	877	69	946	171	78.5%	6.2%	84.7%	15.3%
<b>Average</b>	<b>926</b>	<b>707*</b>	<b>29*</b>	<b>783</b>	<b>143</b>	--	--	<b>84.5%</b>	<b>15.5%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Belgium	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	886			808	79			91.1%	8.9%
1998	1 309			1 195	114			91.3%	8.7%
1999	834			756	79			90.6%	9.4%
2000	1 133			1 021	113			90.1%	9.9%
2001	884			795	90			89.9%	10.1%
2002	1 484			1 326	158			89.3%	10.7%
2003	1 579			1 410	170			89.3%	10.7%
2004	1 396	1 192	57	1 249	148	85.4%	4.1%	89.4%	10.6%
2005	1 158	964	67	1 031	127	83.2%	5.8%	89.0%	11.0%
2006	1 537	1 244	121	1 365	172	80.9%	7.9%	88.8%	11.2%
2007	1 103	864	115	979	124	78.3%	10.5%	88.8%	11.2%
2008	650	497	79	576	74	76.5%	12.1%	88.6%	11.4%
2009	934	704	123	827	107	75.3%	13.2%	88.5%	11.5%
2010	871	645	125	770	101	74.1%	14.3%	88.4%	11.6%
2011	934	685	140	824	110	73.3%	15.0%	88.2%	11.8%
<b>Average</b>	<b>1 113</b>	<b>849*</b>	<b>103*</b>	<b>995</b>	<b>118</b>	--	--	<b>89.4%</b>	<b>10.6%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Denmark	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	808			786	22			97.2%	2.8%
1998	854			828	26			97.0%	3.0%
1999	869			842	27			96.9%	3.1%
2000	791			764	27			96.6%	3.4%
2001	868			839	30			96.6%	3.4%
2002	805			772	33			95.9%	4.1%
2003	724			684	40			94.5%	5.5%
2004	849	796	1	797	52	93.7%	0.1%	93.9%	6.1%
2005	795	738	2	741	54	92.9%	0.3%	93.2%	6.8%
2006	822	757	3	760	62	92.0%	0.4%	92.4%	7.6%
2007	794	732	4	736	58	92.2%	0.5%	92.6%	7.4%
2008	688	632	3	635	53	91.8%	0.5%	92.3%	7.7%
2009	679	621	3	624	54	91.5%	0.5%	92.0%	8.0%
2010	847	768	7	775	72	90.7%	0.8%	91.5%	8.5%
2011	790	710	8	718	72	89.9%	1.0%	90.9%	9.1%
<b>Average</b>	<b>799</b>	<b>719*</b>	<b>4*</b>	<b>753</b>	<b>45</b>	--	--	<b>94.3%</b>	<b>5.7%</b>

\* Média de 2004 a 2011

**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Finland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	939			900	39			95.9%	4.1%
1998	1 001			963	39			96.1%	3.9%
1999	979			943	36			96.3%	3.7%
2000	967			927	40			95.8%	4.2%
2001	947			909	39			95.9%	4.1%
2002	970			927	42			95.6%	4.4%
2003	966			924	42			95.7%	4.3%
2004	1 034			999	35			96.6%	3.4%
2005	1 102			1 063	39			96.4%	3.6%
2006	1 047			1 008	39			96.3%	3.7%
2007	1 057			1 016	41			96.1%	3.9%
2008	1 115			1 072	43			96.1%	3.9%
2009	1 058	1 018	0	1 018	40	96.2%	0.0%	96.2%	3.8%
2010	1 080	1 039	0	1 039	41	96.2%	0.0%	96.2%	3.8%
2011	1 093	1 049	0	1 049	44	96.0%	0.0%	96.0%	4.0%
<b>Average</b>	<b>1 024</b>	<b>1 036*</b>		<b>984</b>	<b>40</b>	--	--	<b>96.1%</b>	<b>3.9%</b>

\* Média de 2009 a 2011

France	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	5 487			4 818	669			87.8%	12.2%
1998	5 351			4 672	678			87.3%	12.7%
1999	5 578			4 845	733			86.9%	13.1%
2000	5 402			4 686	716			86.7%	13.3%
2001	5 253			4 545	708			86.5%	13.5%
2002	5 526			4 754	772			86.0%	14.0%
2003	5 394			4 626	768			85.8%	14.2%
2004	4 929	4 016	202	4 218	711	81.5%	4.1%	85.6%	14.4%
2005	4 787	3 833	246	4 078	709	80.1%	5.1%	85.2%	14.8%
2006	5 278	4 138	361	4 498	779	78.4%	6.8%	85.2%	14.8%
2007	5 628	4 309	482	4 791	837	76.6%	8.6%	85.1%	14.9%
2008	5 152	3 871	512	4 383	769	75.1%	9.9%	85.1%	14.9%
2009	5 677	4 158	672	4 830	847	73.2%	11.8%	85.1%	14.9%
2010	5 713	4 086	782	4 868	845	71.5%	13.7%	85.2%	14.8%
2011	5 960	4 151	947	5 098	862	69.6%	15.9%	85.5%	14.5%
<b>Average</b>	<b>5 408</b>	<b>4 070*</b>	<b>525*</b>	<b>4 647</b>	<b>760</b>	--	--	<b>85.9%</b>	<b>14.1%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Germany	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	9 670			8 411	1 260			87.0%	13.0%
1998	9 976			8 651	1 325			86.7%	13.3%
1999	9 748			8 372	1 376			85.9%	14.1%
2000	8 770			7 436	1 334			84.8%	15.2%
2001	9 059			7 525	1 534			83.1%	16.9%
2002	8 498			6 763	1 735			79.6%	20.4%
2003	9 499			7 367	2 131			77.6%	22.4%
2004	10 445	7 892	72	7 964	2 481	75.6%	0.7%	76.2%	23.8%
2005	8 665	6 388	107	6 494	2 170	73.7%	1.2%	75.0%	25.0%
2006	9 151	6 626	215	6 840	2 311	72.4%	2.3%	74.7%	25.3%
2007	8 627	6 155	311	6 467	2 160	71.3%	3.6%	75.0%	25.0%
2008	9 535	6 713	434	7 147	2 387	70.4%	4.6%	75.0%	25.0%
2009	8 897	6 210	462	6 671	2 226	69.8%	5.2%	75.0%	25.0%
2010	9 292	6 389	563	6 951	2 341	68.8%	6.1%	74.8%	25.2%
2011	9 460	6 375	655	7 030	2 430	67.4%	6.9%	74.3%	25.7%
<b>Average</b>	<b>9 286</b>	<b>6 593*</b>	<b>352*</b>	<b>7 339</b>	<b>1 947</b>	--	--	<b>79.0%</b>	<b>21.0%</b>

\* Média de 2004 a 2011

**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Greece	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	739			259	480			35.1%	64.9%
1998	668			235	433			35.1%	64.9%
1999	641			226	415			35.3%	64.7%
2000	687			245	442			35.7%	64.3%
2001	548			196	352			35.7%	64.3%
2002	827			300	527			36.3%	63.7%
2003	929			399	529			43.0%	57.0%
2004	871	382	1	382	489	43.8%	0.1%	43.9%	56.1%
2005	870	386	1	386	484	44.3%	0.1%	44.4%	55.6%
2006	857	384	1	384	472	44.8%	0.1%	44.9%	55.1%
2007	1 015	459	1	460	555	45.2%	0.1%	45.3%	54.7%
2008	978	445	1	446	532	45.5%	0.1%	45.6%	54.4%
2009	974	452	1	453	521	46.4%	0.1%	46.5%	53.5%
2010	994	486	2	488	506	48.9%	0.2%	49.1%	50.9%
2011	1 023	519	2	521	501	50.8%	0.2%	51.0%	49.0%
<b>Average</b>	<b>841</b>	<b>439*</b>	<b>1*</b>	<b>359</b>	<b>483</b>	--	--	<b>42.6%</b>	<b>57.4%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Italy	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	4 913			4 701	212			95.7%	4.3%
1998	4 936			4 714	222			95.5%	4.5%
1999	4 919			4 696	222			95.5%	4.5%
2000	5 149			4 906	243			95.3%	4.7%
2001	5 243			4 976	267			94.9%	5.1%
2002	5 182			4 911	271			94.8%	5.2%
2003	5 507			5 209	298			94.6%	5.4%
2004	5 469	5 131	38	5 169	300	93.8%	0.7%	94.5%	5.5%
2005	5 552	5 180	42	5 222	330	93.3%	0.8%	94.1%	5.9%
2006	5 593	5 188	51	5 239	354	92.8%	0.9%	93.7%	6.3%
2007	5 821	5 367	65	5 433	388	92.2%	1.1%	93.3%	6.7%
2008	5 892	5 417	71	5 488	404	91.9%	1.2%	93.1%	6.9%
2009	5 806	5 289	91	5 380	426	91.1%	1.6%	92.7%	7.3%
2010	5 781	5 206	128	5 334	448	90.0%	2.2%	92.3%	7.7%
2011	5 689	5 087	155	5 242	447	89.4%	2.7%	92.1%	7.9%
<b>Average</b>	<b>5 430</b>	<b>5 233*</b>	<b>80*</b>	<b>5 108</b>	<b>322</b>	--	--	<b>94.1%</b>	<b>5.9%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Japan	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	5 968			3 679	2 290			61.6%	38.4%
1998	6 052			3 715	2 337			61.4%	38.6%
1999	6 273			3 825	2 448			61.0%	39.0%
2000	6 626			4 103	2 523			61.9%	38.1%
2001	6 936			4 323	2 612			62.3%	37.7%
2002	6 875			4 325	2 550			62.9%	37.1%
2003	6 770			4 265	2 505			63.0%	37.0%
2004	7 117	4 486	0	4 486	2 631	63.0%	0.0%	63.0%	37.0%
2005	7 128	4 551	2	4 553	2 574	63.9%	0.0%	63.9%	36.1%
2006	7 268	4 754	2	4 757	2 512	65.4%	0.0%	65.4%	34.6%
2007	7 282	4 904	2	4 906	2 376	67.3%	0.0%	67.4%	32.6%
2008	7 065	4 746	6	4 753	2 312	67.2%	0.1%	67.3%	32.7%
2009	7 130	4 810	13	4 823	2 307	67.5%	0.2%	67.6%	32.4%
2010	7 192	4 833	17	4 851	2 341	67.2%	0.2%	67.4%	32.6%
2011	7 015	4 708	21	4 729	2 286	67.1%	0.3%	67.4%	32.6%
<b>Average</b>	<b>6 846</b>	<b>4 724*</b>	<b>8*</b>	<b>4 406</b>	<b>2 440</b>	--	--	<b>64.4%</b>	<b>35.6%</b>

\* Média de 2004 a 2011



**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Netherlands	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 367			2 031	336			85.8%	14.2%
1998	1 961			1 667	294			85.0%	15.0%
1999	1 471			1 247	224			84.8%	15.2%
2000	1 860			1 558	302			83.8%	16.2%
2001	1 677			1 405	272			83.8%	16.2%
2002	1 574			1 313	261			83.4%	16.6%
2003	1 743			1 447	296			83.0%	17.0%
2004	1 978	1 414	256	1 669	309	71.5%	12.9%	84.4%	15.6%
2005	1 927	1 333	306	1 639	288	69.2%	15.9%	85.1%	14.9%
2006	2 129	1 456	358	1 814	315	68.4%	16.8%	85.2%	14.8%
2007	2 292	1 530	439	1 969	323	66.7%	19.1%	85.9%	14.1%
2008	1 324	870	272	1 143	181	65.7%	20.6%	86.3%	13.7%
2009	898	588	190	778	120	65.5%	21.1%	86.6%	13.4%
2010	1 347	884	290	1 174	173	65.6%	21.5%	87.1%	12.9%
2011	1 024	672	225	897	127	65.6%	21.9%	87.6%	12.4%
<b>Average</b>	<b>1 705</b>	<b>1 093*</b>	<b>292*</b>	<b>1 450</b>	<b>255</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>85.1%</b>	<b>14.9%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Norway	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	675			649	26			96.1%	3.9%
1998	702			675	28			96.0%	4.0%
1999	785			753	32			96.0%	4.0%
2000	657			630	27			95.9%	4.1%
2001	710			680	30			95.8%	4.2%
2002	692			662	31			95.6%	4.4%
2003	683			636	47			93.2%	6.8%
2004	709			659	50			92.9%	7.1%
2005	743			689	54			92.7%	7.3%
2006	721	664	2	667	55	92.1%	0.3%	92.4%	7.6%
2007	771	706	3	709	62	91.5%	0.4%	92.0%	8.0%
2008	715	650	5	654	60	90.9%	0.6%	91.5%	8.5%
2009	715	647	5	652	63	90.5%	0.7%	91.2%	8.8%
2010	746	672	6	678	67	90.1%	0.8%	91.0%	9.0%
2011	785	706	8	714	71	89.9%	1.0%	90.9%	9.1%
<b>Average</b>	<b>721</b>	<b>674*</b>	<b>5*</b>	<b>674</b>	<b>47</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>93.5%</b>	<b>6.5%</b>

\* Média de 2006 a 2011

Poland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 966			1 337	629			68.0%	32.0%
1998	1 965			1 295	669			65.9%	34.1%
1999	1 985			1 266	719			63.8%	36.2%
2000	2 046			1 266	779			61.9%	38.1%
2001	2 222			1 361	862			61.2%	38.8%
2002	2 201			1 363	838			61.9%	38.1%
2003	2 242			1 378	864			61.5%	38.5%
2004	2 281			1 394	887			61.1%	38.9%
2005	2 267			1 374	894			60.6%	39.4%
2006	1 993			1 196	797			60.0%	40.0%
2007	1 554	920	1	921	634	59.2%	0.1%	59.2%	40.8%
2008	1 681	980	2	982	700	58.3%	0.1%	58.4%	41.6%
2009	2 001	1 159	4	1 163	838	57.9%	0.2%	58.1%	41.9%
2010	2 156	1 248	6	1 254	902	57.9%	0.3%	58.1%	41.9%
2011	2 042	1 176	8	1 184	858	57.6%	0.4%	58.0%	42.0%
<b>Average</b>	<b>2 040</b>	<b>1 097*</b>	<b>4*</b>	<b>1 249</b>	<b>791</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>61.2%</b>	<b>38.8%</b>

\* Média de 2007 a 2011

**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Portugal	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	603			539	64			89.3%	10.7%
1998	696			618	78			88.8%	11.2%
1999	737			649	88			88.1%	11.9%
2000	646			566	81			87.5%	12.5%
2001	745			649	97			87.0%	13.0%
2002	720			622	98			86.4%	13.6%
2003	657			564	93			85.9%	14.1%
2004	685	583	1	584	101	85.0%	0.2%	85.3%	14.7%
2005	656	553	2	555	100	84.3%	0.4%	84.7%	15.3%
2006	671	562	3	565	106	83.7%	0.5%	84.2%	15.8%
2007	684	566	6	572	112	82.8%	0.9%	83.6%	16.4%
2008	654	527	13	541	114	80.6%	2.0%	82.6%	17.4%
2009	709	559	25	584	125	78.8%	3.6%	82.3%	17.7%
2010	750	568	50	618	132	75.7%	6.7%	82.4%	17.6%
2011	834	591	98	689	145	70.9%	11.7%	82.6%	17.4%
<b>Average</b>	<b>697</b>	<b>564*</b>	<b>25*</b>	<b>594</b>	<b>102</b>	--	--	<b>85.3%</b>	<b>14.7%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Russia	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 857			109	1 748			5.9%	94.1%
1998	1 647			104	1 543			6.3%	93.7%
1999	1 352			85	1 267			6.3%	93.7%
2000	1 863			142	1 721			7.6%	92.4%
2001	2 983			262	2 721			8.8%	91.2%
2002	3 446			350	3 095			10.2%	89.8%
2003	3 582			427	3 155			11.9%	88.1%
2004	3 086	411	1	412	2 674	13.3%	0.0%	13.3%	86.7%
2005	3 212	452	1	453	2 760	14.1%	0.0%	14.1%	85.9%
2006	3 263	520	1	522	2 741	15.9%	0.0%	16.0%	84.0%
2007	4 055	710	2	711	3 344	17.5%	0.0%	17.5%	82.5%
2008	3 716	679	2	681	3 035	18.3%	0.0%	18.3%	81.7%
2009	3 131	554	1	555	2 576	17.7%	0.0%	17.7%	82.3%
2010	3 661	675	2	676	2 985	18.4%	0.0%	18.5%	81.5%
2011	3 695	716	2	718	2 977	19.4%	0.0%	19.4%	80.6%
<b>Average</b>	<b>2 970</b>	<b>589*</b>	<b>1*</b>	<b>414</b>	<b>2 556</b>	--	--	<b>13.9%</b>	<b>86.1%</b>

\* Média de 2004 a 2011

Spain	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 977			2 499	478			83.9%	16.1%
1998	2 996			2 515	481			83.9%	16.1%
1999	3 324			2 731	593			82.1%	17.9%
2000	2 991			2 447	544			81.8%	18.2%
2001	2 795			2 282	513			81.7%	18.3%
2002	2 833			2 310	523			81.5%	18.5%
2003	2 740			2 247	493			82.0%	18.0%
2004	2 705	2 213	13	2 226	480	81.8%	0.5%	82.3%	17.7%
2005	3 007	2 464	18	2 483	525	81.9%	0.6%	82.6%	17.4%
2006	3 017	2 466	24	2 491	526	81.8%	0.8%	82.6%	17.4%
2007	3 198	2 605	35	2 640	558	81.5%	1.1%	82.6%	17.4%
2008	3 485	2 833	47	2 880	606	81.3%	1.3%	82.6%	17.4%
2009	3 352	2 715	56	2 771	581	81.0%	1.7%	82.7%	17.3%
2010	3 232	2 584	71	2 655	576	80.0%	2.2%	82.2%	17.8%
2011	3 149	2 491	83	2 574	574	79.1%	2.6%	81.8%	18.2%
<b>Average</b>	<b>3 054</b>	<b>2 546*</b>	<b>43*</b>	<b>2 517</b>	<b>537</b>	--	--	<b>82.4%</b>	<b>17.6%</b>

\* Média de 2004 a 2011

**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Sweden	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 241			1 180	61			95.1%	4.9%
1998	1 248			1 183	65			94.8%	5.2%
1999	1 279			1 214	65			94.9%	5.1%
2000	1 173			1 111	62			94.7%	5.3%
2001	1 251			1 186	66			94.8%	5.2%
2002	1 224			1 157	67			94.5%	5.5%
2003	1 178			1 113	65			94.5%	5.5%
2004	1 234			1 167	66			94.6%	5.4%
2005	1 170			1 103	67			94.3%	5.7%
2006	1 315	1 242	0	1 242	73	94.4%	0.0%	94.4%	5.6%
2007	1 244	1 176	0	1 176	69	94.5%	0.0%	94.5%	5.5%
2008	1 272	1 202	0	1 202	71	94.4%	0.0%	94.4%	5.6%
2009	1 133	1 067	1	1 067	65	94.2%	0.1%	94.2%	5.8%
2010	1 221	1 147	3	1 149	72	93.9%	0.2%	94.1%	5.9%
2011	1 125	1 051	6	1 057	68	93.4%	0.5%	94.0%	6.0%
<b>Average</b>	<b>1 221</b>	<b>1 147*</b>	<b>2*</b>	<b>1 154</b>	<b>67</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>94.5%</b>	<b>5.5%</b>

\* Média de 2006 a 2011

Switzerland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	712			615	98			86.3%	13.7%
1998	811			703	108			86.7%	13.3%
1999	863			749	114			86.8%	13.2%
2000	827			717	110			86.7%	13.3%
2001	816			708	108			86.7%	13.3%
2002	821			714	107			86.9%	13.1%
2003	852			742	110			87.0%	13.0%
2004	722	615	15	630	92	85.2%	2.0%	87.2%	12.8%
2005	1 099	931	29	961	139	84.7%	2.7%	87.4%	12.6%
2006	932	784	32	817	115	84.2%	3.5%	87.6%	12.4%
2007	989	823	46	869	120	83.2%	4.7%	87.9%	12.1%
2008	1 149	948	64	1 012	137	82.5%	5.6%	88.1%	11.9%
2009	966	791	61	851	114	81.9%	6.3%	88.2%	11.8%
2010	1 012	818	76	894	118	80.8%	7.5%	88.4%	11.6%
2011	1 035	827	90	917	118	79.9%	8.7%	88.6%	11.4%
<b>Average</b>	<b>907</b>	<b>817*</b>	<b>52*</b>	<b>793</b>	<b>114</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>87.4%</b>	<b>12.6%</b>

\* Média de 2004-2011

Turkey	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	236			77	160			32.5%	67.5%
1998	286			92	194			32.3%	67.7%
1999	265			83	181			31.5%	68.5%
2000	287			94	192			32.9%	67.1%
2001	290			94	196			32.3%	67.7%
2002	359			86	273			23.9%	76.1%
2003	367			72	295			19.7%	80.3%
2004	403	66	0	66	338	16.3%	0.0%	16.3%	83.7%
2005	464	60	0	60	405	12.8%	0.0%	12.8%	87.2%
2006	497	47	0	47	450	9.5%	0.0%	9.5%	90.5%
2007	516	45	0	45	471	8.7%	0.0%	8.7%	91.3%
2008	484	40	0	40	444	8.3%	0.0%	8.3%	91.7%
2009	521	42	0	42	478	8.1%	0.0%	8.1%	91.9%
2010	610	49	0	49	560	8.1%	0.0%	8.1%	91.9%
2011	633	52	0	52	582	8.2%	0.0%	8.2%	91.8%
<b>Average</b>	<b>415</b>	<b>50*</b>		<b>67</b>	<b>348</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>16.1%</b>	<b>83.9%</b>

\* Média de 2004 a 2011

**ESTRUTURA DO CONSUMO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Ukraine	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	167			28	139			17.0%	83.0%
1998	126			22	104			17.2%	82.8%
1999	253			43	210			17.1%	82.9%
2000	179			32	147			17.7%	82.3%
2001	228			41	188			17.8%	82.2%
2002	440			77	364			17.4%	82.6%
2003	647			107	540			16.6%	83.4%
2004	739			113	627			15.2%	84.8%
2005	1 025			155	870			15.1%	84.9%
2006	968			152	817			15.7%	84.3%
2007	1 057			173	884			16.3%	83.7%
2008	1 733			208	1 525			12.0%	88.0%
2009	1 460			198	1 262			13.6%	86.4%
2010	1 485	198	0	198	1 287	13.3%	0.0%	13.3%	86.7%
2011	1 324	157	0	157	1 167	11.8%	0.0%	11.8%	88.2%
<b>Average</b>	<b>789</b>	<b>177*</b>		<b>113</b>	<b>675</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>14.4%</b>	<b>85.6%</b>

\* Média de 2010 a 2011

United Kingdom	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 441			385	2 056			15.8%	84.2%
1998	2 588			413	2 175			15.9%	84.1%
1999	2 276			369	1 907			16.2%	83.8%
2000	2 342			390	1 952			16.7%	83.3%
2001	2 215			387	1 828			17.5%	82.5%
2002	2 261			412	1 849			18.2%	81.8%
2003	2 236			429	1 807			19.2%	80.8%
2004	2 458	490	3	493	1 965	19.9%	0.1%	20.1%	79.9%
2005	2 680	542	5	547	2 133	20.2%	0.2%	20.4%	79.6%
2006	3 059	646	10	656	2 403	21.1%	0.3%	21.5%	78.5%
2007	2 824	632	14	645	2 178	22.4%	0.5%	22.9%	77.1%
2008	3 067	712	18	729	2 338	23.2%	0.6%	23.8%	76.2%
2009	3 220	765	24	789	2 431	23.8%	0.7%	24.5%	75.5%
2010	3 134	755	27	782	2 352	24.1%	0.9%	24.9%	75.1%
2011	2 926	711	29	740	2 185	24.3%	1.0%	25.3%	74.7%
<b>Average</b>	<b>2 648</b>	<b>656*</b>	<b>16*</b>	<b>544</b>	<b>2 104</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>20.6%</b>	<b>79.4%</b>

\* Média de 2004 a 2011

USA	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	17 795			15 522	2 274			87.2%	12.8%
1998	18 604			16 366	2 237			88.0%	12.0%
1999	19 359			17 085	2 275			88.3%	11.7%
2000	18 746			16 593	2 153			88.5%	11.5%
2001	19 554			17 552	2 002			89.8%	10.2%
2002	19 125			17 325	1 800			90.6%	9.4%
2003	20 193			18 342	1 851			90.8%	9.2%
2004	20 973	19 246	0	19 246	1 726	91.8%	0.0%	91.8%	8.2%
2005	20 998	19 347	32	19 379	1 619	92.1%	0.2%	92.3%	7.7%
2006	20 667	19 121	62	19 183	1 485	92.5%	0.3%	92.8%	7.2%
2007	21 033	19 563	63	19 626	1 408	93.0%	0.3%	93.3%	6.7%
2008	21 652	20 177	98	20 274	1 378	93.2%	0.5%	93.6%	6.4%
2009	21 436	20 003	146	20 149	1 287	93.3%	0.7%	94.0%	6.0%
2010	21 783	20 253	266	20 519	1 264	93.0%	1.2%	94.2%	5.8%
2011	22 043	20 479	358	20 837	1 206	92.9%	1.6%	94.5%	5.5%
<b>Average</b>	<b>20 264</b>	<b>19 774*</b>	<b>128*</b>	<b>18 533</b>	<b>1 731</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>91.5%</b>	<b>8.5%</b>

\* Média de 2004 a 2011

**LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS**  
(em milhares de sacas)

Austria	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>1 087</b>	1 001	0	1 001	3	84	86	92.0%	0.0%	92.0%	0.3%	7.7%	8.0%
1998	<b>1 105</b>	1 015	0	1 015	3	87	90	91.8%	0.0%	91.8%	0.3%	7.9%	8.2%
1999	<b>1 123</b>	1 028	0	1 028	4	92	95	91.5%	0.0%	91.5%	0.3%	8.1%	8.5%
2000	<b>875</b>	799	0	799	3	72	75	91.4%	0.0%	91.4%	0.4%	8.3%	8.6%
2001	<b>1 013</b>	923	0	923	4	85	90	91.1%	0.0%	91.1%	0.4%	8.4%	8.9%
2002	<b>926</b>	843	0	843	4	79	83	91.0%	0.0%	91.0%	0.4%	8.5%	9.0%
2003	<b>720</b>	654	0	654	3	62	65	90.9%	0.0%	90.9%	0.5%	8.6%	9.1%
2004	<b>996</b>	902	0	902	5	88	94	90.6%	0.0%	90.6%	0.5%	8.9%	9.4%
2005	<b>772</b>	697	1	698	4	70	74	90.3%	0.2%	90.4%	0.5%	9.1%	9.6%
2006	<b>612</b>	551	1	552	3	57	60	90.0%	0.2%	90.2%	0.5%	9.3%	9.8%
2007	<b>847</b>	758	2	760	4	82	87	89.5%	0.3%	89.8%	0.5%	9.7%	10.2%
2008	<b>908</b>	805	2	808	5	95	100	88.7%	0.3%	89.0%	0.6%	10.5%	11.0%
2009	<b>886</b>	782	3	785	5	96	101	88.3%	0.4%	88.6%	0.6%	10.8%	11.4%
2010	<b>903</b>	793	3	796	6	101	106	87.9%	0.4%	88.2%	0.6%	11.2%	11.8%
2011	<b>1 117</b>	977	5	982	7	128	135	87.5%	0.4%	87.9%	0.6%	11.5%	12.1%
<b>Average</b>	<b>926</b>	<b>835</b>	<b>1</b>	<b>837</b>	<b>4</b>	<b>85</b>	<b>89</b>	<b>90.2%</b>	<b>0.1%</b>	<b>90.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>9.2%</b>	<b>9.7%</b>

Belgium	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>886</b>	683	28	711	2	174	175	77.0%	3.2%	80.2%	0.2%	19.6%	19.8%
1998	<b>1 309</b>	1 006	44	1 050	2	257	259	76.9%	3.4%	80.2%	0.2%	19.6%	19.8%
1999	<b>834</b>	630	28	659	2	174	176	75.5%	3.4%	78.9%	0.2%	20.9%	21.1%
2000	<b>1 133</b>	840	41	881	2	250	252	74.1%	3.7%	77.8%	0.2%	22.0%	22.2%
2001	<b>884</b>	649	37	686	2	197	199	73.3%	4.2%	77.5%	0.2%	22.3%	22.5%
2002	<b>1 484</b>	1 077	69	1 145	3	336	339	72.5%	4.6%	77.2%	0.2%	22.6%	22.8%
2003	<b>1 579</b>	1 148	78	1 226	4	350	353	72.7%	5.0%	77.6%	0.2%	22.1%	22.4%
2004	<b>1 396</b>	1 020	73	1 093	3	300	303	73.1%	5.2%	78.3%	0.2%	21.5%	21.7%
2005	<b>1 158</b>	847	62	909	2	247	249	73.2%	5.3%	78.5%	0.2%	21.3%	21.5%
2006	<b>1 537</b>	1 132	85	1 218	3	318	320	73.6%	5.5%	79.2%	0.2%	20.7%	20.8%
2007	<b>1 103</b>	817	63	880	2	221	223	74.0%	5.7%	79.8%	0.2%	20.1%	20.2%
2008	<b>650</b>	483	38	521	1	128	129	74.3%	5.9%	80.2%	0.2%	19.7%	19.8%
2009	<b>934</b>	698	57	754	2	178	180	74.8%	6.1%	80.7%	0.2%	19.1%	19.3%
2010	<b>871</b>	651	54	706	2	163	165	74.8%	6.2%	81.1%	0.2%	18.7%	18.9%
2011	<b>934</b>	703	63	766	3	166	169	75.2%	6.7%	82.0%	0.3%	17.8%	18.0%
<b>Average</b>	<b>1 113</b>	<b>826</b>	<b>55</b>	<b>880</b>	<b>2</b>	<b>231</b>	<b>233</b>	<b>74.2%</b>	<b>4.9%</b>	<b>79.1%</b>	<b>0.2%</b>	<b>20.7%</b>	<b>20.9%</b>

## LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)

(em milhares de sacas)

Denmark	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	808	658	17	675	0	134	134	81.4%	2.1%	83.5%	0.0%	16.5%	16.5%
1998	854	688	21	710	0	144	144	80.6%	2.5%	83.1%	0.0%	16.9%	16.9%
1999	869	686	25	711	0	158	158	79.0%	2.9%	81.8%	0.0%	18.1%	18.2%
2000	791	617	22	639	0	152	152	78.0%	2.8%	80.8%	0.0%	19.2%	19.2%
2001	868	681	28	709	0	159	159	78.4%	3.3%	81.7%	0.0%	18.3%	18.3%
2002	805	619	33	652	0	152	153	77.0%	4.1%	81.0%	0.0%	18.9%	19.0%
2003	724	548	32	580	0	144	144	75.7%	4.4%	80.1%	0.0%	19.8%	19.9%
2004	849	634	39	673	0	176	176	74.6%	4.6%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
2005	795	584	38	622	0	172	173	73.5%	4.8%	78.3%	0.0%	21.7%	21.7%
2006	822	598	40	638	1	184	184	72.7%	4.9%	77.6%	0.1%	22.3%	22.4%
2007	794	575	39	614	1	180	181	72.4%	4.9%	77.2%	0.1%	22.7%	22.8%
2008	688	497	35	532	1	155	156	72.1%	5.1%	77.3%	0.1%	22.6%	22.7%
2009	679	493	35	528	1	150	150	72.6%	5.2%	77.8%	0.1%	22.1%	22.2%
2010	847	616	46	662	1	184	185	72.8%	5.4%	78.1%	0.1%	21.8%	21.9%
2011	790	576	42	618	1	171	172	72.9%	5.3%	78.3%	0.1%	21.6%	21.7%
<b>Average</b>	<b>799</b>	<b>605</b>	<b>33</b>	<b>638</b>	<b>0</b>	<b>161</b>	<b>161</b>	<b>75.7%</b>	<b>4.1%</b>	<b>79.8%</b>	<b>0.0%</b>	<b>20.1%</b>	<b>20.2%</b>

Finland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	939	840	0	840	1	99	99	89.4%	0.0%	89.4%	0.1%	10.5%	10.6%
1998	1 001	884	0	884	1	117	118	88.3%	0.0%	88.3%	0.1%	11.7%	11.7%
1999	979	866	0	866	1	112	113	88.5%	0.0%	88.5%	0.1%	11.4%	11.5%
2000	967	852	0	852	1	114	115	88.1%	0.0%	88.1%	0.1%	11.8%	11.9%
2001	947	833	0	833	1	114	115	87.9%	0.0%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
2002	970	865	1	866	1	103	104	89.2%	0.1%	89.3%	0.1%	10.6%	10.7%
2003	966	854	1	854	1	111	111	88.4%	0.1%	88.5%	0.1%	11.4%	11.5%
2004	1 034	911	2	912	1	121	122	88.0%	0.2%	88.2%	0.1%	11.7%	11.8%
2005	1 102	968	2	969	1	132	133	87.8%	0.2%	88.0%	0.1%	11.9%	12.0%
2006	1 047	917	2	919	1	127	128	87.6%	0.2%	87.7%	0.1%	12.1%	12.3%
2007	1 057	922	2	924	1	132	133	87.3%	0.2%	87.4%	0.1%	12.4%	12.6%
2008	1 115	973	2	975	1	139	140	87.3%	0.2%	87.4%	0.1%	12.5%	12.6%
2009	1 058	926	2	928	1	129	131	87.5%	0.2%	87.6%	0.1%	12.2%	12.4%
2010	1 080	948	2	950	1	129	131	87.7%	0.2%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
2011	1 093	959	2	961	1	131	132	87.7%	0.2%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
<b>Average</b>	<b>1 024</b>	<b>901</b>	<b>1</b>	<b>902</b>	<b>1</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>88.0%</b>	<b>0.1%</b>	<b>88.1%</b>	<b>0.1%</b>	<b>11.8%</b>	<b>11.9%</b>

**LOCAIS DO CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**

(em milhares de sacas)

France	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>5 487</b>	4 315	9	4 323	5	1 159	1 164	78.6%	0.2%	78.8%	0.1%	21.1%	21.2%
1998	<b>5 351</b>	4 212	8	4 220	5	1 126	1 131	78.7%	0.2%	78.9%	0.1%	21.0%	21.1%
1999	<b>5 578</b>	4 394	9	4 403	6	1 169	1 175	78.8%	0.2%	78.9%	0.1%	21.0%	21.1%
2000	<b>5 402</b>	4 266	9	4 275	7	1 121	1 128	79.0%	0.2%	79.1%	0.1%	20.7%	20.9%
2001	<b>5 253</b>	4 146	8	4 155	7	1 091	1 098	78.9%	0.2%	79.1%	0.1%	20.8%	20.9%
2002	<b>5 526</b>	4 357	9	4 366	9	1 152	1 160	78.9%	0.2%	79.0%	0.2%	20.8%	21.0%
2003	<b>5 394</b>	4 252	13	4 265	16	1 113	1 129	78.8%	0.2%	79.1%	0.3%	20.6%	20.9%
2004	<b>4 929</b>	3 881	19	3 897	14	1 018	1 032	78.7%	0.4%	79.1%	0.3%	20.7%	20.9%
2005	<b>4 787</b>	3 757	23	3 779	17	991	1 008	78.5%	0.5%	78.9%	0.4%	20.7%	21.1%
2006	<b>5 278</b>	4 137	42	4 179	22	1 078	1 099	78.4%	0.8%	79.2%	0.4%	20.4%	20.8%
2007	<b>5 628</b>	4 404	49	4 453	39	1 136	1 175	78.3%	0.9%	79.1%	0.7%	20.2%	20.9%
2008	<b>5 152</b>	4 048	45	4 093	46	1 013	1 058	78.6%	0.9%	79.5%	0.9%	19.7%	20.5%
2009	<b>5 677</b>	4 481	59	4 541	53	1 083	1 136	78.9%	1.0%	80.0%	0.9%	19.1%	20.0%
2010	<b>5 713</b>	4 521	69	4 589	57	1 066	1 124	79.1%	1.2%	80.3%	1.0%	18.7%	19.7%
2011	<b>5 960</b>	4 737	77	4 814	64	1 082	1 147	79.5%	1.3%	80.8%	1.1%	18.2%	19.2%
<b>Average</b>	<b>5 408</b>	<b>4 260</b>	<b>30</b>	<b>4 290</b>	<b>24</b>	<b>1 093</b>	<b>1 118</b>	<b>78.8%</b>	<b>0.6%</b>	<b>79.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>20.2%</b>	<b>20.7%</b>

Germany	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>9 670</b>	7 915	40	7 955	17	1 698	1 715	81.9%	0.4%	82.3%	0.2%	17.6%	17.7%
1998	<b>9 976</b>	8 187	49	8 228	26	1 722	1 748	82.1%	0.5%	82.5%	0.3%	17.3%	17.5%
1999	<b>9 748</b>	8 020	48	8 068	32	1 648	1 680	82.3%	0.5%	82.8%	0.3%	16.9%	17.2%
2000	<b>8 770</b>	7 248	44	7 292	34	1 444	1 478	82.6%	0.5%	83.1%	0.4%	16.5%	16.9%
2001	<b>9 059</b>	7 521	53	7 574	40	1 445	1 486	83.0%	0.6%	83.6%	0.4%	16.0%	16.4%
2002	<b>8 498</b>	7 104	43	7 155	40	1 303	1 343	83.6%	0.5%	84.2%	0.5%	15.3%	15.8%
2003	<b>9 499</b>	7 995	48	8 044	45	1 410	1 455	84.2%	0.5%	84.7%	0.5%	14.8%	15.3%
2004	<b>10 445</b>	8 811	53	8 864	51	1 530	1 580	84.4%	0.5%	84.9%	0.5%	14.6%	15.1%
2005	<b>8 665</b>	7 305	44	7 349	42	1 273	1 315	84.3%	0.5%	84.8%	0.5%	14.7%	15.2%
2006	<b>9 151</b>	7 746	47	7 793	53	1 305	1 358	84.6%	0.5%	85.2%	0.6%	14.3%	14.8%
2007	<b>8 627</b>	7 274	103	7 377	52	1 197	1 250	84.3%	1.2%	85.5%	0.6%	13.9%	14.5%
2008	<b>9 535</b>	8 016	147	8 163	59	1 312	1 371	84.1%	1.5%	85.6%	0.6%	13.8%	14.4%
2009	<b>8 897</b>	7 448	183	7 631	54	1 211	1 266	83.7%	2.1%	85.8%	0.6%	13.6%	14.2%
2010	<b>9 292</b>	7 721	198	7 919	60	1 312	1 373	83.1%	2.1%	85.2%	0.6%	14.1%	14.8%
2011	<b>9 460</b>	7 758	248	8 006	70	1 384	1 454	82.0%	2.6%	84.6%	0.7%	14.6%	15.4%
<b>Average</b>	<b>9 286</b>	<b>7 738</b>	<b>90</b>	<b>7 828</b>	<b>45</b>	<b>1 413</b>	<b>1 458</b>	<b>83.3%</b>	<b>1.0%</b>	<b>84.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>15.2%</b>	<b>15.7%</b>

## LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)

(em milhares de sacas)

Greece	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	739	425	0	425	1	313	314	57.6%	0.0%	57.6%	0.1%	42.4%	42.4%
1998	668	387	0	387	1	280	281	57.9%	0.0%	57.9%	0.1%	42.0%	42.1%
1999	641	372	0	372	1	267	269	58.1%	0.0%	58.1%	0.2%	41.7%	41.9%
2000	687	402	0	402	2	284	286	58.5%	0.0%	58.5%	0.3%	41.2%	41.5%
2001	548	320	0	320	2	226	228	58.4%	0.0%	58.4%	0.4%	41.2%	41.6%
2002	827	484	0	484	5	338	343	58.5%	0.0%	58.5%	0.6%	40.8%	41.5%
2003	929	601	0	601	7	320	328	64.7%	0.0%	64.7%	0.8%	34.5%	35.3%
2004	871	556	0	556	12	303	315	63.9%	0.0%	63.9%	1.4%	34.7%	36.1%
2005	870	553	0	553	17	300	318	63.5%	0.0%	63.5%	2.0%	34.5%	36.5%
2006	857	545	0	545	22	289	311	63.7%	0.0%	63.7%	2.6%	33.8%	36.3%
2007	1 015	647	0	647	29	339	368	63.7%	0.0%	63.7%	2.9%	33.4%	36.3%
2008	978	624	0	624	30	324	354	63.8%	0.0%	63.8%	3.1%	33.1%	36.2%
2009	974	627	0	627	32	314	347	64.4%	0.0%	64.4%	3.3%	32.3%	35.6%
2010	994	653	0	653	31	310	340	65.7%	0.0%	65.7%	3.1%	31.2%	34.3%
2011	1 023	700	0	700	28	294	322	68.5%	0.0%	68.5%	2.7%	28.8%	31.5%
<b>Average</b>	<b>841</b>	<b>526</b>	<b>0</b>	<b>526</b>	<b>15</b>	<b>300</b>	<b>315</b>	<b>62.6%</b>	<b>0.0%</b>	<b>62.6%</b>	<b>1.7%</b>	<b>35.7%</b>	<b>37.4%</b>

Italy	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	4 913	3 373	51	3 424	0	1 489	1 489	68.7%	1.0%	69.7%	0.0%	30.3%	30.3%
1998	4 936	3 436	28	3 464	0	1 472	1 472	69.6%	0.6%	70.2%	0.0%	29.8%	29.8%
1999	4 919	3 447	28	3 475	0	1 444	1 444	70.1%	0.6%	70.6%	0.0%	29.4%	29.4%
2000	5 149	3 623	29	3 652	0	1 497	1 497	70.4%	0.6%	70.9%	0.0%	29.1%	29.1%
2001	5 243	3 716	30	3 746	1	1 495	1 497	70.9%	0.6%	71.4%	0.0%	28.5%	28.6%
2002	5 182	3 688	33	3 721	1	1 460	1 461	71.2%	0.6%	71.8%	0.0%	28.2%	28.2%
2003	5 507	3 909	36	3 945	3	1 559	1 562	71.0%	0.6%	71.6%	0.1%	28.3%	28.4%
2004	5 469	3 937	36	3 972	9	1 488	1 497	72.0%	0.7%	72.6%	0.2%	27.2%	27.4%
2005	5 552	4 033	41	4 074	18	1 460	1 478	72.6%	0.7%	73.4%	0.3%	26.3%	26.6%
2006	5 593	4 085	41	4 127	19	1 447	1 466	73.0%	0.7%	73.8%	0.3%	25.9%	26.2%
2007	5 821	4 283	48	4 331	27	1 463	1 490	73.6%	0.8%	74.4%	0.5%	25.1%	25.6%
2008	5 892	4 377	49	4 425	29	1 436	1 467	74.3%	0.8%	75.1%	0.5%	24.4%	24.9%
2009	5 806	4 351	48	4 399	31	1 376	1 407	74.9%	0.8%	75.8%	0.5%	23.7%	24.2%
2010	5 781	4 364	49	4 413	34	1 336	1 368	75.5%	0.8%	76.3%	0.6%	23.1%	23.7%
2011	5 689	4 302	57	4 358	36	1 295	1 331	75.6%	1.0%	76.6%	0.6%	22.8%	23.4%
<b>Average</b>	<b>5 430</b>	<b>3 928</b>	<b>40</b>	<b>3 968</b>	<b>14</b>	<b>1 448</b>	<b>1 462</b>	<b>72.3%</b>	<b>0.7%</b>	<b>73.1%</b>	<b>0.3%</b>	<b>26.7%</b>	<b>26.9%</b>



**LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Japan	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>5 968</b>	3 673	226	3 899	352	1 717	2 069	61.5%	3.8%	65.3%	5.9%	28.8%	34.7%
1998	<b>6 052</b>	3 762	236	3 998	370	1 684	2 054	62.2%	3.9%	66.1%	6.1%	27.8%	33.9%
1999	<b>6 273</b>	3 947	252	4 198	373	1 701	2 074	62.9%	4.0%	66.9%	6.0%	27.1%	33.1%
2000	<b>6 626</b>	4 160	266	4 425	418	1 782	2 201	62.8%	4.0%	66.8%	6.3%	26.9%	33.2%
2001	<b>6 936</b>	4 373	274	4 647	435	1 854	2 288	63.1%	4.0%	67.0%	6.3%	26.7%	33.0%
2002	<b>6 875</b>	4 321	261	4 582	459	1 834	2 293	62.9%	3.8%	66.6%	6.7%	26.7%	33.4%
2003	<b>6 770</b>	4 214	264	4 478	458	1 833	2 292	62.2%	3.9%	66.1%	6.8%	27.1%	33.9%
2004	<b>7 117</b>	4 412	267	4 679	488	1 950	2 438	62.0%	3.7%	65.7%	6.9%	27.4%	34.3%
2005	<b>7 128</b>	4 370	254	4 624	526	1 978	2 503	61.3%	3.6%	64.9%	7.4%	27.7%	35.1%
2006	<b>7 268</b>	4 379	245	4 624	555	2 089	2 645	60.2%	3.4%	63.6%	7.6%	28.7%	36.4%
2007	<b>7 282</b>	4 283	240	4 523	607	2 152	2 759	58.8%	3.3%	62.1%	8.3%	29.6%	37.9%
2008	<b>7 065</b>	4 204	235	4 439	586	2 040	2 626	59.5%	3.3%	62.8%	8.3%	28.9%	37.2%
2009	<b>7 130</b>	4 285	240	4 525	594	2 012	2 606	60.1%	3.4%	63.5%	8.3%	28.2%	36.5%
2010	<b>7 192</b>	4 291	235	4 527	613	2 053	2 666	59.7%	3.3%	62.9%	8.5%	28.5%	37.1%
2011	<b>7 015</b>	4 185	225	4 410	594	2 011	2 605	59.7%	3.2%	62.9%	8.5%	28.7%	37.1%
<b>Average</b>	<b>6 846</b>	<b>4 191</b>	<b>248</b>	<b>4 439</b>	<b>495</b>	<b>1 913</b>	<b>2 408</b>	<b>61.2%</b>	<b>3.6%</b>	<b>64.8%</b>	<b>7.2%</b>	<b>27.9%</b>	<b>35.2%</b>

Netherlands	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>2 367</b>	1 606	72	1 678	4	684	689	67.9%	3.0%	70.9%	0.2%	28.9%	29.1%
1998	<b>1 961</b>	1 335	63	1 398	3	559	563	68.1%	3.2%	71.3%	0.2%	28.5%	28.7%
1999	<b>1 471</b>	993	49	1 042	3	426	429	67.5%	3.3%	70.8%	0.2%	29.0%	29.2%
2000	<b>1 860</b>	1 245	64	1 309	5	546	551	66.9%	3.4%	70.4%	0.3%	29.4%	29.6%
2001	<b>1 677</b>	1 145	64	1 209	5	463	468	68.3%	3.8%	72.1%	0.3%	27.6%	27.9%
2002	<b>1 574</b>	1 054	63	1 117	6	452	457	67.0%	4.0%	70.9%	0.4%	28.7%	29.1%
2003	<b>1 743</b>	1 177	74	1 251	7	484	491	67.6%	4.2%	71.8%	0.4%	27.8%	28.2%
2004	<b>1 978</b>	1 389	90	1 479	9	490	499	70.2%	4.6%	74.8%	0.5%	24.8%	25.2%
2005	<b>1 927</b>	1 378	86	1 465	11	451	462	71.5%	4.5%	76.0%	0.6%	23.4%	24.0%
2006	<b>2 129</b>	1 535	89	1 624	14	490	504	72.1%	4.2%	76.3%	0.7%	23.0%	23.7%
2007	<b>2 292</b>	1 665	104	1 769	19	504	523	72.6%	4.6%	77.2%	0.8%	22.0%	22.8%
2008	<b>1 324</b>	967	64	1 031	14	278	292	73.1%	4.8%	77.9%	1.1%	21.0%	22.1%
2009	<b>898</b>	659	46	704	10	184	193	73.4%	5.1%	78.5%	1.1%	20.5%	21.5%
2010	<b>1 347</b>	988	70	1 059	15	273	288	73.4%	5.2%	78.6%	1.1%	20.3%	21.4%
2011	<b>1 024</b>	752	53	805	12	208	220	73.5%	5.2%	78.6%	1.1%	20.3%	21.4%
<b>Average</b>	<b>1 705</b>	<b>1 193</b>	<b>70</b>	<b>1 263</b>	<b>9</b>	<b>433</b>	<b>442</b>	<b>70.0%</b>	<b>4.1%</b>	<b>74.1%</b>	<b>0.5%</b>	<b>25.4%</b>	<b>25.9%</b>

**LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Norway	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	675	534	0	534	0	141	141	79.1%	0.0%	79.1%	0.0%	20.8%	20.9%
1998	702	556	0	556	0	146	146	79.2%	0.0%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
1999	785	622	0	622	0	163	163	79.2%	0.0%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
2000	657	521	0	521	0	136	136	79.2%	0.0%	79.2%	0.1%	20.7%	20.8%
2001	710	564	0	564	0	146	146	79.4%	0.0%	79.4%	0.1%	20.5%	20.6%
2002	692	549	0	549	0	143	143	79.3%	0.0%	79.3%	0.1%	20.6%	20.7%
2003	683	528	0	528	1	154	155	77.4%	0.0%	77.4%	0.1%	22.6%	22.6%
2004	709	548	0	548	1	160	161	77.3%	0.0%	77.3%	0.1%	22.6%	22.7%
2005	743	574	0	574	1	169	170	77.2%	0.0%	77.2%	0.1%	22.7%	22.8%
2006	721	555	0	555	1	166	166	76.9%	0.0%	76.9%	0.1%	23.0%	23.1%
2007	771	592	0	592	1	179	180	76.7%	0.0%	76.7%	0.1%	23.2%	23.3%
2008	715	546	0	546	1	167	168	76.5%	0.0%	76.5%	0.1%	23.4%	23.5%
2009	715	545	0	545	1	169	170	76.2%	0.0%	76.2%	0.2%	23.6%	23.8%
2010	746	566	0	566	1	179	180	75.9%	0.0%	75.9%	0.2%	23.9%	24.1%
2011	785	593	0	593	2	190	192	75.6%	0.0%	75.6%	0.2%	24.2%	24.4%
<b>Average</b>	<b>721</b>	<b>560</b>	<b>0</b>	<b>560</b>	<b>1</b>	<b>160</b>	<b>161</b>	<b>77.6%</b>	<b>0.0%</b>	<b>77.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>22.3%</b>	<b>22.4%</b>

Poland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 966	1 884	0	1 884	0	82	82	95.8%	0.0%	95.8%	0.0%	4.2%	4.2%
1998	1 965	1 877	0	1 877	0	87	87	95.6%	0.0%	95.6%	0.0%	4.4%	4.4%
1999	1 985	1 892	0	1 892	0	94	94	95.3%	0.0%	95.3%	0.0%	4.7%	4.7%
2000	2 046	1 942	4	1 946	0	99	100	94.9%	0.2%	95.1%	0.0%	4.9%	4.9%
2001	2 222	2 098	8	2 107	0	115	116	94.4%	0.4%	94.8%	0.0%	5.2%	5.2%
2002	2 201	2 077	10	2 087	0	113	114	94.4%	0.5%	94.8%	0.0%	5.1%	5.2%
2003	2 242	2 103	19	2 122	1	119	120	93.8%	0.9%	94.6%	0.0%	5.3%	5.4%
2004	2 281	2 128	24	2 152	1	128	129	93.3%	1.0%	94.3%	0.0%	5.6%	5.7%
2005	2 267	2 103	32	2 136	1	131	132	92.8%	1.4%	94.2%	0.0%	5.8%	5.8%
2006	1 993	1 830	45	1 875	1	117	118	91.8%	2.3%	94.1%	0.0%	5.9%	5.9%
2007	1 554	1 423	37	1 461	1	93	94	91.5%	2.3%	94.0%	0.1%	6.0%	6.0%
2008	1 681	1 536	43	1 578	1	102	103	91.3%	2.5%	93.9%	0.1%	6.1%	6.1%
2009	2 001	1 821	53	1 875	1	124	126	91.0%	2.6%	93.7%	0.1%	6.2%	6.3%
2010	2 156	1 953	60	2 013	2	141	142	90.6%	2.8%	93.4%	0.1%	6.5%	6.6%
2011	2 042	1 836	61	1 897	2	143	145	89.9%	3.0%	92.9%	0.1%	7.0%	7.1%
<b>Average</b>	<b>2 040</b>	<b>1 900</b>	<b>26</b>	<b>1 927</b>	<b>1</b>	<b>113</b>	<b>113</b>	<b>93.1%</b>	<b>1.3%</b>	<b>94.4%</b>	<b>0.0%</b>	<b>5.5%</b>	<b>5.6%</b>

**LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Portugal	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>603</b>	213	0	213	5	385	390	35.3%	0.0%	35.3%	0.8%	63.8%	64.7%
1998	<b>696</b>	253	1	253	7	436	443	36.3%	0.1%	36.4%	1.0%	62.6%	63.6%
1999	<b>737</b>	271	1	271	7	458	465	36.8%	0.1%	36.8%	1.0%	62.2%	63.2%
2000	<b>646</b>	241	0	242	7	397	404	37.3%	0.1%	37.4%	1.1%	61.4%	62.6%
2001	<b>745</b>	281	1	281	12	452	464	37.7%	0.1%	37.7%	1.6%	60.6%	62.3%
2002	<b>720</b>	274	1	275	17	427	445	38.1%	0.1%	38.2%	2.4%	59.4%	61.8%
2003	<b>657</b>	254	1	254	19	384	403	38.6%	0.1%	38.7%	2.8%	58.5%	61.3%
2004	<b>685</b>	269	2	271	21	394	415	39.3%	0.2%	39.5%	3.0%	57.5%	60.5%
2005	<b>656</b>	259	2	261	21	373	394	39.5%	0.4%	39.9%	3.2%	56.9%	60.1%
2006	<b>671</b>	266	3	270	23	379	402	39.7%	0.5%	40.2%	3.4%	56.5%	59.8%
2007	<b>684</b>	269	4	273	24	386	410	39.3%	0.6%	40.0%	3.5%	56.5%	60.0%
2008	<b>654</b>	263	3	266	23	365	388	40.2%	0.5%	40.7%	3.6%	55.8%	59.3%
2009	<b>709</b>	293	3	296	25	388	413	41.3%	0.5%	41.8%	3.6%	54.7%	58.2%
2010	<b>750</b>	324	4	328	29	394	423	43.1%	0.6%	43.7%	3.8%	52.5%	56.3%
2011	<b>834</b>	386	5	391	31	412	442	46.3%	0.7%	46.9%	3.7%	49.4%	53.1%
<b>Average</b>	<b>697</b>	<b>274</b>	<b>2</b>	<b>276</b>	<b>18</b>	<b>402</b>	<b>420</b>	<b>39.4%</b>	<b>0.3%</b>	<b>39.7%</b>	<b>2.6%</b>	<b>57.7%</b>	<b>60.3%</b>

Russia	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>1 857</b>	1 749	0	1 749	1	108	109	94.1%	0.0%	94.1%	0.1%	5.8%	5.9%
1998	<b>1 647</b>	1 539	0	1 539	1	107	109	93.4%	0.0%	93.4%	0.1%	6.5%	6.6%
1999	<b>1 352</b>	1 257	0	1 257	0	94	94	93.0%	0.0%	93.0%	0.0%	7.0%	7.0%
2000	<b>1 863</b>	1 711	0	1 711	0	152	152	91.8%	0.0%	91.8%	0.0%	8.1%	8.2%
2001	<b>2 983</b>	2 718	0	2 718	1	265	265	91.1%	0.0%	91.1%	0.0%	8.9%	8.9%
2002	<b>3 446</b>	3 118	0	3 118	1	327	328	90.5%	0.0%	90.5%	0.0%	9.5%	9.5%
2003	<b>3 582</b>	3 213	0	3 213	2	367	369	89.7%	0.0%	89.7%	0.1%	10.2%	10.3%
2004	<b>3 086</b>	2 759	0	2 759	2	325	328	89.4%	0.0%	89.4%	0.1%	10.5%	10.6%
2005	<b>3 212</b>	2 877	0	2 877	3	333	335	89.6%	0.0%	89.6%	0.1%	10.4%	10.4%
2006	<b>3 263</b>	2 876	23	2 899	3	360	364	88.1%	0.7%	88.9%	0.1%	11.0%	11.1%
2007	<b>4 055</b>	3 548	36	3 584	5	466	471	87.5%	0.9%	88.4%	0.1%	11.5%	11.6%
2008	<b>3 716</b>	3 241	36	3 277	6	432	438	87.2%	1.0%	88.2%	0.2%	11.6%	11.8%
2009	<b>3 131</b>	2 740	33	2 773	5	353	358	87.5%	1.1%	88.6%	0.2%	11.3%	11.4%
2010	<b>3 661</b>	3 206	36	3 242	8	412	419	87.6%	1.0%	88.5%	0.2%	11.2%	11.5%
2011	<b>3 695</b>	3 225	39	3 264	9	422	430	87.3%	1.1%	88.4%	0.2%	11.4%	11.6%
<b>Average</b>	<b>2 970</b>	<b>2 652</b>	<b>14</b>	<b>2 665</b>	<b>3</b>	<b>301</b>	<b>305</b>	<b>89.3%</b>	<b>0.5%</b>	<b>89.7%</b>	<b>0.1%</b>	<b>10.1%</b>	<b>10.3%</b>

## LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)

(em milhares de sacas)

Spain	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 977	1 688	2	1 690	23	1 264	1 287	56.7%	0.1%	56.8%	0.8%	42.5%	43.2%
1998	2 996	1 696	2	1 698	29	1 270	1 299	56.6%	0.1%	56.7%	1.0%	42.4%	43.3%
1999	3 324	1 870	2	1 872	36	1 414	1 452	56.3%	0.1%	56.3%	1.1%	42.5%	43.7%
2000	2 991	1 678	2	1 680	39	1 272	1 312	56.1%	0.1%	56.1%	1.3%	42.5%	43.9%
2001	2 795	1 592	2	1 593	43	1 159	1 202	56.9%	0.1%	57.0%	1.5%	41.5%	43.0%
2002	2 833	1 630	2	1 632	50	1 151	1 201	57.5%	0.1%	57.6%	1.8%	40.6%	42.4%
2003	2 740	1 513	2	1 515	53	1 173	1 226	55.2%	0.1%	55.3%	1.9%	42.8%	44.7%
2004	2 705	1 473	1	1 475	58	1 173	1 231	54.5%	0.1%	54.5%	2.1%	43.4%	45.5%
2005	3 007	1 646	2	1 647	67	1 293	1 360	54.7%	0.1%	54.8%	2.2%	43.0%	45.2%
2006	3 017	1 654	2	1 655	69	1 292	1 361	54.8%	0.1%	54.9%	2.3%	42.8%	45.1%
2007	3 198	1 756	2	1 757	79	1 361	1 441	54.9%	0.1%	55.0%	2.5%	42.6%	45.0%
2008	3 485	1 867	2	1 869	94	1 523	1 616	53.6%	0.1%	53.6%	2.7%	43.7%	46.4%
2009	3 352	1 809	2	1 813	92	1 447	1 539	54.0%	0.1%	54.1%	2.8%	43.2%	45.9%
2010	3 232	1 795	4	1 799	89	1 344	1 433	55.5%	0.1%	55.7%	2.7%	41.6%	44.3%
2011	3 149	1 782	2	1 784	86	1 279	1 365	56.6%	0.1%	56.6%	2.7%	40.6%	43.4%
<b>Average</b>	<b>3 054</b>	<b>1 697</b>	<b>2</b>	<b>1 698</b>	<b>61</b>	<b>1 294</b>	<b>1 355</b>	<b>55.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>55.6%</b>	<b>2.0%</b>	<b>42.4%</b>	<b>44.4%</b>

Sweden	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 241	1 035	17	1 051	0	189	189	83.4%	1.4%	84.7%	0.0%	15.2%	15.3%
1998	1 248	1 030	18	1 048	0	200	200	82.5%	1.4%	84.0%	0.0%	16.0%	16.0%
1999	1 279	1 050	17	1 067	0	211	212	82.1%	1.3%	83.4%	0.0%	16.5%	16.6%
2000	1 173	953	15	968	0	204	205	81.2%	1.3%	82.6%	0.0%	17.4%	17.4%
2001	1 251	1 012	18	1 030	1	221	222	80.9%	1.4%	82.3%	0.1%	17.6%	17.7%
2002	1 224	975	18	993	1	230	231	79.7%	1.5%	81.1%	0.1%	18.8%	18.9%
2003	1 178	945	17	962	1	215	216	80.2%	1.5%	81.7%	0.1%	18.2%	18.3%
2004	1 234	999	18	1 018	2	214	216	81.0%	1.5%	82.5%	0.1%	17.4%	17.5%
2005	1 170	936	18	955	2	213	215	80.0%	1.6%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2006	1 315	1 052	20	1 073	3	240	242	80.0%	1.6%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2007	1 244	989	20	1 009	3	233	236	79.4%	1.6%	81.1%	0.2%	18.7%	18.9%
2008	1 272	1 005	22	1 026	3	243	246	79.0%	1.7%	80.7%	0.3%	19.1%	19.3%
2009	1 133	894	18	912	4	217	221	78.9%	1.6%	80.5%	0.3%	19.2%	19.5%
2010	1 221	960	22	981	5	235	240	78.6%	1.8%	80.3%	0.4%	19.3%	19.7%
2011	1 125	880	20	900	6	220	225	78.2%	1.8%	80.0%	0.5%	19.5%	20.0%
<b>Average</b>	<b>1 221</b>	<b>981</b>	<b>19</b>	<b>1 000</b>	<b>2</b>	<b>219</b>	<b>221</b>	<b>80.4%</b>	<b>1.5%</b>	<b>81.9%</b>	<b>0.2%</b>	<b>17.9%</b>	<b>18.1%</b>

**LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

Switzerland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>712</b>	567	5	571	0	141	141	79.6%	0.6%	80.2%	0.0%	19.8%	19.8%
1998	<b>811</b>	651	6	656	0	154	154	80.3%	0.7%	81.0%	0.0%	19.0%	19.0%
1999	<b>863</b>	694	6	700	0	162	162	80.4%	0.7%	81.2%	0.0%	18.8%	18.8%
2000	<b>827</b>	668	6	673	0	154	154	80.7%	0.7%	81.4%	0.0%	18.6%	18.6%
2001	<b>816</b>	660	6	666	1	148	150	80.9%	0.7%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2002	<b>821</b>	669	6	675	5	141	147	81.5%	0.7%	82.2%	0.6%	17.2%	17.8%
2003	<b>852</b>	696	6	703	6	144	150	81.7%	0.7%	82.4%	0.7%	16.9%	17.6%
2004	<b>722</b>	589	7	596	6	120	126	81.6%	1.0%	82.6%	0.8%	16.6%	17.4%
2005	<b>1 099</b>	896	13	908	12	179	191	81.5%	1.2%	82.6%	1.1%	16.3%	17.4%
2006	<b>932</b>	761	11	772	13	147	160	81.7%	1.2%	82.8%	1.4%	15.8%	17.2%
2007	<b>989</b>	806	12	818	17	154	171	81.5%	1.2%	82.7%	1.7%	15.5%	17.3%
2008	<b>1 149</b>	933	15	949	24	176	201	81.2%	1.3%	82.5%	2.1%	15.4%	17.5%
2009	<b>966</b>	782	14	795	23	148	170	80.9%	1.4%	82.3%	2.3%	15.3%	17.7%
2010	<b>1 012</b>	817	15	832	25	156	180	80.7%	1.5%	82.2%	2.4%	15.4%	17.8%
2011	<b>1 035</b>	834	17	850	26	159	185	80.6%	1.6%	82.2%	2.5%	15.3%	17.8%
<b>Average</b>	<b>907</b>	<b>735</b>	<b>10</b>	<b>744</b>	<b>10</b>	<b>152</b>	<b>163</b>	<b>81.0%</b>	<b>1.1%</b>	<b>82.1%</b>	<b>1.2%</b>	<b>16.8%</b>	<b>17.9%</b>

Turkey	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>236</b>	150	0	150	0	86	86	63.6%	0.0%	63.6%	0.2%	36.2%	36.4%
1998	<b>286</b>	183	0	183	1	103	103	63.8%	0.0%	63.8%	0.2%	36.0%	36.2%
1999	<b>265</b>	170	0	170	1	95	95	64.1%	0.0%	64.1%	0.2%	35.7%	35.9%
2000	<b>287</b>	178	0	178	1	108	109	62.0%	0.0%	62.0%	0.2%	37.7%	38.0%
2001	<b>290</b>	179	0	179	1	111	111	61.6%	0.0%	61.6%	0.3%	38.1%	38.4%
2002	<b>359</b>	248	0	248	1	110	111	69.0%	0.0%	69.0%	0.2%	30.7%	31.0%
2003	<b>367</b>	264	0	264	1	102	103	71.8%	0.0%	71.8%	0.2%	27.9%	28.2%
2004	<b>403</b>	297	0	297	1	105	106	73.6%	0.0%	73.6%	0.2%	26.1%	26.4%
2005	<b>464</b>	338	0	338	1	125	126	72.9%	0.0%	72.9%	0.3%	26.9%	27.1%
2006	<b>497</b>	355	0	355	2	140	142	71.5%	0.0%	71.5%	0.3%	28.1%	28.5%
2007	<b>516</b>	345	0	345	3	168	171	66.8%	0.0%	66.8%	0.5%	32.6%	33.2%
2008	<b>484</b>	318	0	318	3	163	166	65.6%	0.0%	65.6%	0.7%	33.6%	34.4%
2009	<b>521</b>	340	0	340	4	177	181	65.3%	0.0%	65.3%	0.8%	33.9%	34.7%
2010	<b>610</b>	398	0	398	6	206	212	65.2%	0.0%	65.2%	0.9%	33.8%	34.8%
2011	<b>633</b>	415	0	415	7	212	219	65.5%	0.0%	65.5%	1.0%	33.5%	34.5%
<b>Average</b>	<b>415</b>	<b>278</b>	<b>0</b>	<b>278</b>	<b>2</b>	<b>134</b>	<b>136</b>	<b>67.2%</b>	<b>0.0%</b>	<b>67.2%</b>	<b>0.5%</b>	<b>32.3%</b>	<b>32.8%</b>

## LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)

(em milhares de sacas)

Ukraine	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	167	162	0	162	0	5	5	96.7%	0.0%	96.7%	0.0%	3.3%	3.3%
1998	126	122	0	122	0	4	4	96.7%	0.0%	96.7%	0.0%	3.3%	3.3%
1999	253	246	0	246	0	6	6	97.5%	0.0%	97.5%	0.0%	2.5%	2.5%
2000	179	174	0	174	0	5	5	97.5%	0.0%	97.5%	0.0%	2.5%	2.5%
2001	228	222	0	222	0	6	6	97.3%	0.0%	97.3%	0.0%	2.7%	2.7%
2002	440	428	0	428	0	12	12	97.2%	0.0%	97.2%	0.0%	2.8%	2.8%
2003	647	630	0	630	0	17	17	97.3%	0.0%	97.3%	0.0%	2.7%	2.7%
2004	739	722	0	722	0	18	18	97.6%	0.0%	97.6%	0.0%	2.4%	2.4%
2005	1 025	1 001	0	1 001	0	23	23	97.7%	0.0%	97.7%	0.0%	2.3%	2.3%
2006	968	942	1	943	0	25	25	97.3%	0.1%	97.4%	0.0%	2.6%	2.6%
2007	1 057	1 025	0	1 026	0	31	31	97.0%	0.0%	97.1%	0.0%	2.9%	2.9%
2008	1 733	1 696	0	1 696	1	36	37	97.9%	0.0%	97.9%	0.0%	2.1%	2.1%
2009	1 460	1 432	0	1 432	1	28	28	98.1%	0.0%	98.1%	0.0%	1.9%	1.9%
2010	1 485	1 457	0	1 457	1	28	29	98.1%	0.0%	98.1%	0.0%	1.9%	1.9%
2011	1 324	1 300	0	1 300	1	23	24	98.2%	0.0%	98.2%	0.0%	1.8%	1.8%
<b>Average</b>	<b>789</b>	<b>771</b>	<b>0</b>	<b>771</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>97.7%</b>	<b>0.0%</b>	<b>97.7%</b>	<b>0.0%</b>	<b>2.3%</b>	<b>2.3%</b>

United Kingdom	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 441	1 658	51	1 709	161	571	731	67.9%	2.1%	70.0%	6.6%	23.4%	30.0%
1998	2 588	1 736	57	1 794	199	596	794	67.1%	2.2%	69.3%	7.7%	23.0%	30.7%
1999	2 276	1 524	55	1 579	188	508	696	67.0%	2.4%	69.4%	8.3%	22.3%	30.6%
2000	2 342	1 555	63	1 618	217	507	725	66.4%	2.7%	69.1%	9.3%	21.7%	30.9%
2001	2 215	1 452	72	1 524	242	449	691	65.6%	3.2%	68.8%	10.9%	20.3%	31.2%
2002	2 261	1 472	77	1 549	285	427	711	65.1%	3.4%	68.5%	12.6%	18.9%	31.5%
2003	2 236	1 446	79	1 525	327	384	711	64.7%	3.5%	68.2%	14.6%	17.2%	31.8%
2004	2 458	1 586	87	1 673	385	401	785	64.5%	3.5%	68.1%	15.7%	16.3%	31.9%
2005	2 680	1 752	92	1 844	443	393	836	65.4%	3.4%	68.8%	16.5%	14.7%	31.2%
2006	3 059	1 994	109	2 103	530	425	956	65.2%	3.6%	68.8%	17.3%	13.9%	31.2%
2007	2 824	1 840	99	1 939	515	370	884	65.2%	3.5%	68.7%	18.2%	13.1%	31.3%
2008	3 067	2 009	108	2 117	570	380	951	65.5%	3.5%	69.0%	18.6%	12.4%	31.0%
2009	3 220	2 137	115	2 250	584	386	970	66.4%	3.6%	69.9%	18.1%	12.0%	30.1%
2010	3 134	2 099	115	2 214	556	364	920	67.0%	3.7%	70.7%	17.7%	11.6%	29.3%
2011	2 926	1 996	92	2 088	507	331	838	68.2%	3.1%	71.4%	17.3%	11.3%	28.6%
<b>Average</b>	<b>2 648</b>	<b>1 750</b>	<b>85</b>	<b>1 835</b>	<b>381</b>	<b>433</b>	<b>813</b>	<b>66.1%</b>	<b>3.2%</b>	<b>69.3%</b>	<b>14.4%</b>	<b>16.3%</b>	<b>30.7%</b>

**LOCAIS DE CONSUMO DE CAFÉ NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS (CONTINUAÇÃO)**  
(em milhares de sacas)

USA	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	<b>17 795</b>	14 746	164	14 910	459	2 426	2 885	82.9%	0.9%	83.8%	2.6%	13.6%	16.2%
1998	<b>18 604</b>	15 601	158	15 759	461	2 384	2 845	83.9%	0.8%	84.7%	2.5%	12.8%	15.3%
1999	<b>19 359</b>	16 329	148	16 478	487	2 395	2 882	84.3%	0.8%	85.1%	2.5%	12.4%	14.9%
2000	<b>18 746</b>	15 698	127	15 824	505	2 416	2 921	83.7%	0.7%	84.4%	2.7%	12.9%	15.6%
2001	<b>19 554</b>	16 351	132	16 483	537	2 533	3 070	83.6%	0.7%	84.3%	2.7%	13.0%	15.7%
2002	<b>19 125</b>	15 782	111	15 894	565	2 662	3 231	82.5%	0.6%	83.1%	3.0%	13.9%	16.9%
2003	<b>20 193</b>	16 458	133	16 591	634	2 965	3 602	81.5%	0.7%	82.2%	3.1%	14.7%	17.8%
2004	<b>20 973</b>	17 247	139	17 386	635	2 952	3 587	82.2%	0.7%	82.9%	3.0%	14.1%	17.1%
2005	<b>20 998</b>	17 087	155	17 242	672	3 083	3 756	81.4%	0.7%	82.1%	3.2%	14.7%	17.9%
2006	<b>20 667</b>	16 585	151	16 736	708	3 224	3 932	80.2%	0.7%	81.0%	3.4%	15.6%	19.0%
2007	<b>21 033</b>	16 764	169	16 933	738	3 362	4 100	79.7%	0.8%	80.5%	3.5%	16.0%	19.5%
2008	<b>21 652</b>	17 201	174	17 374	774	3 504	4 278	79.4%	0.8%	80.2%	3.6%	16.2%	19.8%
2009	<b>21 436</b>	17 119	173	17 292	754	3 390	4 144	79.9%	0.8%	80.7%	3.5%	15.8%	19.3%
2010	<b>21 783</b>	17 434	212	17 646	786	3 352	4 138	80.0%	1.0%	81.0%	3.6%	15.4%	19.0%
2011	<b>22 043</b>	17 760	234	17 994	790	3 259	4 049	80.6%	1.1%	81.6%	3.6%	14.8%	18.4%
<b>Average</b>	<b>20 264</b>	<b>16 544</b>	<b>159</b>	<b>16 703</b>	<b>634</b>	<b>2 927</b>	<b>3 561</b>	<b>81.6%</b>	<b>0.8%</b>	<b>82.4%</b>	<b>3.1%</b>	<b>14.4%</b>	<b>17.6%</b>

## CONSUMO DE CAFÉ TORRADO NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% of total consumption
Austria	938	950	964	746	860	785	607	835	644	509	705	756	737	759	946	783	84.5%
Belgium	808	1 195	756	1 021	795	1 326	1 410	1 249	1 031	1 365	979	576	827	770	824	995	89.4%
Denmark	786	828	842	764	839	772	684	797	741	760	736	635	624	775	718	753	94.3%
Finland	900	963	943	927	909	927	924	999	1 063	1 008	1 016	1 072	1 018	1 039	1 049	984	96.1%
France	4 818	4 672	4 845	4 686	4 545	4 754	4 626	4 218	4 078	4 498	4 791	4 383	4 830	4 868	5 098	4 647	85.9%
Germany	8 411	8 651	8 372	7 436	7 525	6 763	7 367	7 964	6 494	6 840	6 467	7 147	6 671	6 951	7 030	7 339	79.0%
Greece	259	235	226	245	196	300	399	382	386	384	460	446	453	488	521	359	42.6%
Italy	4 701	4 714	4 696	4 906	4 976	4 911	5 209	5 169	5 222	5 239	5 433	5 488	5 380	5 334	5 242	5 108	94.1%
Japan	3 679	3 715	3 825	4 103	4 323	4 325	4 265	4 486	4 553	4 757	4 906	4 753	4 823	4 851	4 729	4 406	64.4%
Netherlands	2 031	1 667	1 247	1 558	1 405	1 313	1 447	1 669	1 639	1 814	1 969	1 143	778	1 174	897	1 450	85.1%
Norway	649	675	753	630	680	662	636	659	689	667	709	654	652	678	714	674	93.5%
Poland	1 337	1 295	1 266	1 266	1 361	1 363	1 378	1 394	1 374	1 196	921	982	1 163	1 254	1 184	1 249	61.2%
Portugal	539	618	649	566	649	622	564	584	555	565	572	541	584	618	689	594	85.3%
Russia	109	104	85	142	262	350	427	412	453	522	711	681	555	676	718	414	13.9%
Spain	2 499	2 515	2 731	2 447	2 282	2 310	2 247	2 226	2 483	2 491	2 640	2 880	2 771	2 655	2 574	2 517	82.4%
Sweden	1 180	1 183	1 214	1 111	1 186	1 157	1 113	1 167	1 103	1 242	1 176	1 202	1 067	1 149	1 057	1 154	94.5%
Switzerland	615	703	749	717	708	714	742	630	961	817	869	1 012	851	894	917	793	87.4%
Turkey	77	92	83	94	94	86	72	66	60	47	45	40	42	49	52	67	16.1%
Ukraine	28	22	43	32	41	77	107	113	155	152	173	208	198	198	157	113	14.4%
United Kingdom	385	413	369	390	387	412	429	493	547	656	645	729	789	782	740	544	20.6%
USA	15 522	16 366	17 085	16 593	17 552	17 325	18 342	19 246	19 379	19 183	19 626	20 274	20 149	20 519	20 837	18 533	91.5%
<b>Selected countries subtotal</b>	<b>50 268</b>	<b>51 577</b>	<b>51 744</b>	<b>50 380</b>	<b>51 571</b>	<b>51 253</b>	<b>52 996</b>	<b>54 757</b>	<b>53 609</b>	<b>54 712</b>	<b>55 547</b>	<b>55 600</b>	<b>54 965</b>	<b>56 482</b>	<b>56 694</b>	<b>53 477</b>	<b>77.4%</b>
<b>% of total consumption</b>																	
<b>in selected countries</b>	<b>79.1%</b>	<b>79.5%</b>	<b>79.7%</b>	<b>78.7%</b>	<b>77.9%</b>	<b>76.7%</b>	<b>76.6%</b>	<b>77.0%</b>	<b>76.5%</b>	<b>76.6%</b>	<b>76.7%</b>	<b>76.3%</b>	<b>76.8%</b>	<b>76.5%</b>	<b>76.9%</b>	<b>77.4%</b>	

Em milhares de sacas



## CONSUMO DE CAFÉ SOLÚVEL NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% of total consumption
Austria	149	154	159	129	153	141	112	161	128	103	142	152	149	144	171	143	15.5%
Belgium	79	114	79	113	90	158	170	148	127	172	124	74	107	101	110	118	10.6%
Denmark	22	26	27	27	30	33	40	52	54	62	58	53	54	72	72	45	5.7%
Finland	39	39	36	40	39	42	42	35	39	39	41	43	40	41	44	40	3.9%
France	669	678	733	716	708	772	768	711	709	779	837	769	847	845	862	760	14.1%
Germany	1 260	1 325	1 376	1 334	1 534	1 735	2 131	2 481	2 170	2 311	2 160	2 387	2 226	2 341	2 430	1 947	21.0%
Greece	480	433	415	442	352	527	529	489	484	472	555	532	521	506	501	483	57.4%
Italy	212	222	222	243	267	271	298	300	330	354	388	404	426	448	447	322	5.9%
Japan	2 290	2 337	2 448	2 523	2 612	2 550	2 505	2 631	2 574	2 512	2 376	2 312	2 307	2 341	2 286	2 440	35.6%
Netherlands	336	294	224	302	272	261	296	309	288	315	323	181	120	173	127	255	14.9%
Norway	26	28	32	27	30	31	47	50	54	55	62	60	63	67	71	47	6.5%
Poland	629	669	719	779	862	838	864	887	894	797	634	700	838	902	858	791	38.8%
Portugal	64	78	88	81	97	98	93	101	100	106	112	114	125	132	145	102	14.7%
Russia	1 748	1 543	1 267	1 721	2 721	3 095	3 155	2 674	2 760	2 741	3 344	3 035	2 576	2 985	2 977	2 556	86.1%
Spain	478	481	593	544	513	523	493	480	525	526	558	606	581	576	574	537	17.6%
Sweden	61	65	65	62	66	67	65	66	67	73	69	71	65	72	68	67	5.5%
Switzerland	98	108	114	110	108	107	110	92	139	115	120	137	114	118	118	114	12.6%
Turkey	160	194	181	192	196	273	295	338	405	450	471	444	478	560	582	348	83.9%
Ukraine	139	104	210	147	188	364	540	627	870	817	884	1 525	1 262	1 287	1 167	675	85.6%
United Kingdom	2 056	2 175	1 907	1 952	1 828	1 849	1 807	1 965	2 133	2 403	2 178	2 338	2 431	2 352	2 185	2 104	79.4%
USA	2 274	2 237	2 275	2 153	2 002	1 800	1 851	1 726	1 619	1 485	1 408	1 378	1 287	1 264	1 206	1 731	8.5%
<b>Selected countries subtotal</b>	<b>13 268</b>	<b>13 305</b>	<b>13 170</b>	<b>13 637</b>	<b>14 667</b>	<b>15 534</b>	<b>16 211</b>	<b>16 324</b>	<b>16 468</b>	<b>16 686</b>	<b>16 843</b>	<b>17 315</b>	<b>16 618</b>	<b>17 329</b>	<b>17 003</b>	<b>15 625</b>	<b>22.6%</b>
<b>% of total consumption in selected countries</b>	<b>20.9%</b>	<b>20.5%</b>	<b>20.3%</b>	<b>21.3%</b>	<b>22.1%</b>	<b>23.3%</b>	<b>23.4%</b>	<b>23.0%</b>	<b>23.5%</b>	<b>23.4%</b>	<b>23.3%</b>	<b>23.7%</b>	<b>23.2%</b>	<b>23.5%</b>	<b>23.1%</b>	<b>22.6%</b>	

Em milhares de sacas

## ANEXO VIII-C

## CONSUMO DE CAFÉ EM CÁPSULAS NOS PAÍSES IMPORTADORES SELECIONADOS

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	4	5	10	25	35	38	46	69	29
Belgium	57	67	121	115	79	123	125	140	103
Denmark	1	2	3	4	3	3	7	8	4
Finland						0	0	0	0
France	202	246	361	482	512	672	782	947	525
Germany	72	107	215	311	434	462	563	655	352
Greece	1	1	1	1	1	1	2	2	1
Italy	38	42	51	65	71	91	128	155	80
Japan	0	2	2	2	6	13	17	21	8
Netherlands	256	306	358	439	272	190	290	225	292
Norway			2	3	5	5	6	8	5
Poland				1	2	4	6	8	4
Portugal	1	2	3	6	13	25	50	98	25
Russia	1	1	1	2	2	1	2	2	1
Spain	13	18	24	35	47	56	71	83	43
Sweden			0	0	0	1	3	6	2
Switzerland	15	29	32	46	64	61	76	90	52
Turkey	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukraine							0	0	0
United Kingdom	3	5	10	14	18	24	27	29	16
USA	0	32	62	63	98	146	266	358	128
<b>Selected countries subtotal</b>	<b>663</b>	<b>866</b>	<b>1 257</b>	<b>1 615</b>	<b>1 661</b>	<b>1 917</b>	<b>2 467</b>	<b>2 903</b>	<b>1 669</b>
<b>% of total consumption in selected countries</b>	<b>0.9%</b>	<b>1.2%</b>	<b>1.8%</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.3%</b>	<b>2.7%</b>	<b>3.3%</b>	<b>3.9%</b>	<b>2.4%</b>

Em milhares de sacas