TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp Việt ghi dấu ấn tại ngày hội cà phê lớn nhất nước Đức

15:31 07/05/2026

Ngày hội cà phê Kaffee Campus 2026 do Hiệp hội Cà phê rang xay Đức tổ chức vừa diễn ra sôi động với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp cà phê Việt Nam như Phúc Sinh Corporation, Dũng Lợi và Don Elephant. Sự kiện được xem là một trong những diễn đàn kết nối quan trọng của ngành cà phê châu Âu trong bối cảnh thị trường ngày càng đề cao tính bền vững và minh bạch nguồn gốc sản phẩm.



Không gian sự kiện Kaffee Campus 2026. Ảnh: TTXVN.

Không chỉ là nơi trưng bày và giới thiệu sản phẩm, Kaffee Campus 2026 còn quy tụ hàng trăm chuyên gia, nhà rang xay và các doanh nghiệp nhập khẩu lớn của châu Âu tham gia trao đổi, kết nối giao thương theo mô hình B2B chuyên sâu.

Tại khu gian hàng Việt Nam do Thương vụ Việt Nam tại Đức tổ chức, các doanh nghiệp đã mang đến nhiều dòng cà phê chất lượng cao, đặc biệt là sản phẩm

Robusta chế biến sâu và cà phê đặc sản. Nhiều đối tác quốc tế đánh giá cao định hướng phát triển "Clean Label" (nhãn sạch), cùng các mô hình sản xuất thích ứng biến đổi khí hậu mà doanh nghiệp Việt đang theo đuổi.

Sự hiện diện tại Kaffee Campus 2026 cũng cho thấy bước chuyển mình rõ nét của ngành cà phê Việt Nam, từ vai trò cung cấp nguyên liệu thô sang phát triển các dòng sản phẩm rang xay, cà phê đặc sản và xây dựng thương hiệu riêng trên thị trường quốc tế.

Ông Christian Kallenbrunnen, phụ trách marketing của Hiệp hội Cà phê rang xay Đức, cho biết nhiều doanh nghiệp Đức đang có xu hướng tìm kiếm nguồn cung trực tiếp từ các quốc gia sản xuất như Việt Nam. Đặc biệt, nhu cầu đối với cà phê xanh chất lượng cao ngày càng gia tăng nhằm tạo ra những hương vị khác biệt phục vụ người tiêu dùng châu Âu.

Đức hiện là thị trường nhập khẩu cà phê xanh lớn nhất châu Âu với doanh thu gần 20 tỷ euro mỗi năm. Trung bình mỗi người Đức tiêu thụ khoảng 167 lít cà phê/năm. Với khoảng 2.500 cơ sở rang xay đang hoạt động, thị trường này được đánh giá còn nhiều dư địa tăng trưởng cho doanh nghiệp Việt Nam.

Theo các doanh nghiệp tham gia sự kiện, xu hướng tiêu dùng tại Đức đang dần chuyển dịch từ Arabica sang Robusta chất lượng cao trong bối cảnh nguồn cung Arabica chịu ảnh hưởng mạnh từ biến đổi khí hậu. Đây được xem là lợi thế đáng kể cho Việt Nam – quốc gia có thế mạnh hàng đầu thế giới về sản xuất Robusta.

Dù hiện là nhà cung cấp cà phê lớn thứ hai cho thị trường Đức với kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 1,22 tỷ USD trong năm 2025, phần lớn cà phê Việt Nam vẫn chủ yếu phục vụ chế biến công nghiệp và chưa tạo dựng được thương hiệu mạnh trong phân khúc tiêu dùng cuối.

Bà Đặng Thị Thanh Phương, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Đức, cho biết nhiều doanh nghiệp Việt đã đáp ứng tốt các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn nông nghiệp bền vững cũng như trách nhiệm xã hội theo chuẩn quốc tế. Tuy nhiên, thách thức lớn vẫn nằm ở việc xây dựng thương hiệu và đáp ứng các quy định ngày càng nghiêm ngặt của Liên minh châu Âu (EU), đặc biệt là quy định chống phá rừng EUDR, yêu cầu về chỉ dẫn địa lý và tiêu chuẩn nhập khẩu.

Các doanh nghiệp kiến nghị cần có thêm cơ chế hỗ trợ dành cho doanh nghiệp nhỏ và các đơn vị mới tham gia thị trường nhằm nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn EU. Đây được xem là yếu tố quan trọng giúp cà phê Việt Nam tiến sâu hơn vào hệ thống bán lẻ lớn tại Đức và châu Âu trong thời gian tới.

Hoàng Phương *(t/h)*