**Większość Polaków pije „białą“ kawę. Wersje z dodatkiem napojów roślinnych coraz bardziej popularne**

Warszawa, 22 stycznia 2024 – **Polacy uwielbiają kawę. Aż 87% pije ją codziennie, a ponad połowa z nich wybiera wariant z mlekiem lub jego roślinną alternatywą – wynika z przeprowadzonego na zlecenie Tchibo Warszawa sp. z o.o. badania agencji Kantar[[1]](#footnote-2). Styczniowe nowości w ofercie Tchibo to odpowiedź na potrzeby tych drugich. Na półki sklepów właśnie trafiła kawa ziarnista Variazione, która idealnie komponuje się z dodatkiem mleka lub napoju roślinnego, zaś w ofercie kawiarni znaleźć można wegańskie sezonowe napoje kawowe i ciasta. To idealny sposób na świętowanie trwającego właśnie Veganuary.**

Spośród osób deklarujących, że pije kawę, aż 87% robi to codziennie, a dokładnie połowa z nich – kilka razy dziennie[[2]](#footnote-3). Najwięcej osób – 31% – sięga po dwie filiżanki każdego dnia, 30% po jedną, a 22% po trzy[[3]](#footnote-4). Średni dzienny wynik dla naszego kraju to 2,4 filiżanki. – *Polscy konsumenci na tle innych narodów Europy środkowo-wschodniej są wyjątkowo mocno zaangażowani w tematy kawy i zainteresowani innowacjami w tej kategorii. Jak wynika z naszych badań, 54% Polaków pijących kawę na co dzień wybiera warianty z dodatkiem mleka lub jego roślinnego zamiennika[[4]](#footnote-5). W Tchibo w potrzeby konsumentów wsłuchujemy się na co dzień, a swoistą odpowiedzią na nie jest wprowadzenie do oferty kawy ziarnistej Variazione, która skomponowana została specjalnie do tzw. kaw białych* –wyjaśnia **Małgorzata Kicia, Senior Brand Manager, Tchibo**.

**Innowacje mile widziane**

Jak się zatem okazuje, dla większości pijących kawę Polaków tworzy ona duet nierozłączny z mlekiem lub jego roślinną alternatywą. W tej grupie dominują kobiety i młodzi dorośli[[5]](#footnote-6). Choć znaczna większość (77%) używa mleka krowiego, już niemal co piąty konsument (19%) kawy decyduje się na jego wegańskie alternatywy[[6]](#footnote-7). Na liście najpopularniejszych znajdują się napoje owsiane, migdałowe, sojowe oraz kokosowe[[7]](#footnote-8).

– *Wegański styl życia staje sie coraz popularniejszy, co wpływa również na zwiększenie zainteresowania dodatkami w postaci napojów roślinnych. Z tego też względu, w ramach świetowania Veganuary, zaproponowaliśmy klientom naszych kawiarni wegańską alernatywę napoju sezonowego, tj.* *Cappuccino z karmelem i gruszką* – mówi **Joanna Chodakiewicz, Brand Manager Coffee Bar w Tchibo**, zapraszając tym samym do odwiedzenia kawiarni.

Wegańskie Cappuccino z karmelem i gruszką to kompozycja z delikatną pianką, w której słodycz karmelu przeplata się z aromatem soczystych gruszek. Podniebienie zachwycąją także wegńskie ciasta – sernik z malinami oraz ciasto bananowe z pistacjami. Dodatkowo do każdej z kaw dostępnych w kawiarniach Tchibo można wybrać dodatek napoju roślinnego, zamiast tradycyjnego mleka.

**Nowość: Tchibo Variazione –** **pełnia smaku bez kwasowości**

Ci, którzy uwielbiają kawę z mlekiem lub jego roślinną alternatywą, ale wolą pić ją w domu, w Tchibo również znajdą coś dla siebie. Wraz z początkiem nowego roku oferta sklepów Tchibo została rozszerzona o kawę ziarnistą Variazione. Produkt ten zadowoli wielbicieli intensywnych, ciemno palonych kaw, preferujących warianty bez kwasowości. Variazione jest jej pozbawiona, co czyni z niej idealną bazę do napojów z dodatkiem mleka lub jego alternatyw.

To mieszanka dwóch rodzajów ziaren – wietnamskiej robusty (70%) z pochodzącą z Brazylii arabiką (30%). Bez wątpienia będzie aromatycznym i pełnym smaku dopełnieniem noworocznych oraz karnawałowych spotkań z bliskimi – zarówno tych przy domowym latte, jak i cappucino.

Perfekcyjna kawa to taka, która zachwyci Twoje podniebienie – przyznają zgodnie eksperci. A jeśli tę domową przyrządza się zgodnie z podstawowymi zasadami – tj. stopień zmielenia ziaren jest odpowiednio dobrany, do jej przygotowania używa się wody bogatej w minerały i tlen (najlepsza jest ta o umiarkowanym stopniu twardości i niechlorowana), a do tego wypija ją w ulubionym towarzystwie – przepis na świątowanie (niemal każdej okazji) jest gotowy. A jeśli idealna celebracja to ta poza domem – bariści Tchibo przygotują Twój ulubiony napój kawowy dla Ciebie.

Kontakt dla mediów:

Olga Tobiasz, Shop Marketing Manager w Tchibo Warszawa Sp. z o.o.

Tel: +48 785 789 551, e-mail: olga.tobiasz@tchibo.pl

www.tchibo.pl

www.tchibo.com/pl

www.tchiboblog.pl

O Tchibo:

Tchibo Warszawa Sp. z o.o. to spółka zależna Tchibo GmbH. Tchibo to wyjątkowy model biznesowy, łączący profesjonalną wiedzę o kawie ze sprzedażą innowacyjnych kolekcji użytkowych, oferowanych w sklepach stacjonarnych oraz w sklepie internetowym. W ośmiu krajach Tchibo prowadzi łącznie około 900 sklepów stacjonarnych, około 24 200 dedykowanych sekcji w innych sieciach oraz sklepy internetowe. W 2022 roku Tchibo wraz z 11 318 pracownikami na całym świecie wygenerowało przychody w wysokości 3,25 mld euro. Firma jest liderem rynku kawy palonej w Austrii, Czechach, Niemczech i na Węgrzech oraz jedną z wiodących firm e-commerce w Europie.

Tchibo to firma rodzinna, założona w Hamburgu w 1949 roku. Zrównoważony rozwój jest nieodłącznym elementem jej strategii biznesowej, co przełożyło się na wiele nagród, między innymi nagrodę za Etykę Korporacyjną, Nagrodę Logistyki Środowiskowej w 2012 roku oraz nagrodę CSR rządu federalnego Niemiec w 2013 roku. W 2016 roku Tchibo zostało nagrodzone w Niemczech jako najbardziej zrównoważone duże przedsiębiorstwo.

1. Badanie "Coffee U&A" zostało przeprowadzone w okresie 12.05-8.06.2022 na reprezentatywnej grupie respondentów, deklarujących spożywanie napojów kawowych, w dwóch modułach: moduł I n=3000 respondentów; moduł II n=1800 respondentów. Uczestnicy badania byli w wieku 16-69 lat, pochodzili z Polski. Badanie przeprowadzono za pomocą kwestionariusza online. [↑](#footnote-ref-2)
2. ibidem. [↑](#footnote-ref-3)
3. ibidem. [↑](#footnote-ref-4)
4. ibidem. [↑](#footnote-ref-5)
5. Ibidem. [↑](#footnote-ref-6)
6. Ibidem. [↑](#footnote-ref-7)
7. Ibidem. [↑](#footnote-ref-8)