

Rynek kawy w Polsce - szybko rośnie segment kawy specjalty

data aktualizacji: 2019.11.07



Coffee Specjalty to zaledwie 3 proc. światowego rynku kawy. W Polsce jeszcze mniej - niecałe 2 proc. Mimo to powstaje coraz więcej rzemieślniczych palarni i alternatywnych kawiarni.

Zakładający je są przekonani, że czarny napój czeka wielki boom, bo takie są konsumenckie trendy. Powołują się na przykład kraftowego piwa. Jeszcze dwa lata temu był to w Polsce absolutny margines. Dzisiaj klienci szukają ciekawych, małych browarów.

- Żeby była jasność, tak jak piwo kraftowe nie zdominowało rynku, tak samo trudno liczyć na to, że kawa specjalty pokona komercyjne marki. Pozostanie biznesem raczej niszowym, wysoko specjalistycznym i adresowanym do świadomego konsumenta. Jednak obserwując zachowania klientów, można wysnuć wniosek, że ten segment gwałtownie rośnie, a rewolucja to tylko kwestia czasu. Kto zaś pierwszy wsiądzie do tego pociągu, zyska najwięcej - prognozuje **Marcin Zalewski**, właściciel marki Mobilny Barista.

Rynek kawy w Polsce szacuje się na około 6 mld zł. Od czasów transformacji zdominowały go dwie, najbardziej rozpoznawalne marki kawowe: Tchibo i Jacobs. Decydowały one o masowych gustach, ale zaczyna się to zmieniać. Symptodem nadchodzącej rewolucji jest choćby fakt, że w swoich

firmowych punktach zaczęły sprzedawać kawę, dzieląc ją na kraje pochodzenia, a więc: Meksyk, Kolumbia, Bazylia itd. Także sami klienci coraz częściej pytają, skąd przyjechało ziarno. Duża w tym zasługa baristów i specjalistycznych kawiarni.

- Dla nas to nie jest po prostu kawa, ale tysiące smaków i aromatów - mówi Zalewski z the White Bear Coffee. - To najbardziej złożony sensorycznie produkt na świecie. Wino nie ma tylu odmian i tonów jak kawa. Kawa może mieć posmak orzechów, karmelu, przypraw czy cytrusów w zależności od tego, skąd pochodzi. Gdyby ktoś usłyszał, że są w niej wyczuwalne nuty porzeczkowe i rabarbarowe, to pomyślałby raczej, że to kompot. Tymczasem taki jest profil sensoryczny ziarna z Kenii. Kawa rośnie od Zwrotnika Raka do Koziorożca i jest owocem. Ma więc, jak jabłko, bardzo wiele odmian.

Sprzedazowym numerem jeden jest w Polsce kawa z Brazylii, w której wyczuwa się nuty czekolady, pieczywa i orzechów. Na rynku występują dwa podstawowe gatunki kawy: arabica - szlachetniejsza, o przyjemniejszych nutach i robusta - dziczka, o charakterystycznym ciężkim i bardziej goryczkowym posmaku.

Eksperti zajmujący się kawą specjalty twierdzą, że zrobienie dobrej „małej czarnej” to naprawdę dość skomplikowany proces. Decydujące w nim są trzy zmienne: jakość zielonego ziarna, sposób jego wypalenia i metoda parzenia. Utrzymanie powtarzalnego smaku to duża sztuka.

Ziarno kupione od tego samego producenta w zależności od opadów, liczby słonecznych dni itd. może być zupełnie inne. Od plantatora kawa w jutowych workach trafia na kontenerowiec. Załadowany kilkunastoma tonami ziaren wysyłany jest do jednego w europejskich portów. Podróż trwa nawet kilka miesięcy, a warunki na statku nie są bez znaczenia. Potem towar dystrybuowany jest do większych miast na kontynencie. Im świeższe ziarno trafi do palarni tym lepiej. Zielona kawa pachnie bobem, trawą i w niczym nie przypomina aromatycznego naparu. Magia dzieje się dopiero w palarni.

To tam odbywa się najważniejszy proces definiujący smak czarnej. Nad ostatecznym efektem pracuje roastmaster. Ustala profil sensoryczny, ustawia parametry: czas, ciśnienie, temperaturę (wystarczy skok o 1 stopień, by zmienił się smak). Wykonuje serię testów, by wyeliminować błędy. Jedno ziarno z defektem może zepsuć całą partię. Podczas palenia kawa traci około 20 proc. masy, czyli np. z 10 kg, zostaje 8.

- Jesteśmy przyzwyczajeni do włoskiego stylu palenia, w którym uzyskuje się gorzki, oleisty, ciężki smak tzw. Italian roast, ale dla nas baristów to trochę jak przypalenie schabowego - wyjaśnia Marcin Zalewski. - Preferujemy jaśniejsze palnie, na modłę skandynawską, gdzie zresztą pije się najwięcej kawy. Pozwala to wyciągnąć z ziarna to, co najlepsze. Szukamy harmonijnego balansu goryczy kwasowości i naturalnej słodczy.

Furorę robi ostatnio w Polsce określenie fresh coffee, czyli świeżo palona kawa. Trudno jednoznacznie wyjaśnić, co dokładnie oznacza. Termin ukuto w opozycji do marek komercyjnych, które magazynują kawę nawet przez trzy, cztery lata. Rzemieśnicze palarnie dbając o jakość przyjęły zasadę, że kawa powinna być wypita w ciągu 6 miesięcy od wyjęcia z pieca. Wtedy jest „fresh”. Dlatego drukują datę palenia na opakowaniu.

O ile o procesie wyboru i selekcji ziarna, a także jej paleniu decyduje producent, o tyle kawę przeważnie robimy sobie sami w domu. Nie każdy jednak wie jak ważne są proporcje czy temperatura wody. Do konkretnej metody parzenia ziarno powinno być inaczej zmielone (chodzi o jego grubość). Świadomi tego kawosze lubią więc wpaść na czarną w lokalu, gdzie mogą wybrać jej gatunek, wymagać, by była profesjonalnie zaparzona i spodziewać się powtarzalności, czyli że za

każdym razem będzie podobnie smakować. Taką czarną serwują specjalistyczne kawiarnie.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rynek-kawy-w-polsce-szybko-rosnie-segment-kawy-spe,58361>