

Kawa mrożona rośnie najszybciej na rynku

data aktualizacji: 2019.11.26



Chłodzona kawa RTD to najszybciej rozwijająca się kategoria napojowa na rynku. Największy udział we wzroście mają produkty marki Starbucks.

Linia chłodzonych kaw „ready to drink” marki Starbucks zadebiutowała na rynku w pierwszej połowie 2018 roku, jego dystrybutorem w Polsce jest firma Arla Foods. Asortyment marki składa się obecnie z ośmiu wariantów w trzech typach opakowań: kubkach, puszkach i butelkach.

Bestsellerami sprzedaży są kubki Starbucks Chilled Classics, oferujące kawowe orzeźwienie, a w ofercie dostępne są kawy w wariantach: Latte, Cappuccino, Caramel Macchiato oraz Skinny Latte bez laktozy i dodanego cukru. Z kolei puszkki Starbucks Doubleshot dedykowane są dla konsumentów poszukujących dodatkowej, naturalnej energii, która pochodzi z kofeiny zawartej w ziarnach kawy, a nie syntetycznie dodawanej jak w większości produktów energetycznych. Butelki Frappuccino to oferta słodkich kawowych deserów, chwila przyjemności – mówi **Roman Jawczak**, bussines development manager w firmie Arla Foods.

Jawczak dodaje także, że produkty Starbucksa bardzo dobrze przyjęły się na polskim rynku i

znacząco przekroczyły pierwotnie zakładane cele sprzedażowe.

- To dowód jak bardzo pożądana jest to marka wśród konsumentów. Pomimo najwyższej ceny na rynku, w zaledwie 12 miesięcy od wprowadzenia osiągnęła pozycję lidera markowego w kategorii kaw na zimno, stając się jednocześnie głównym kontrybutorem wzrostu kategorii w kanałach, gdzie jest dystrybuowana. Kanały sprzedaży, które nie posiadają w ofercie kaw Starbucks nie wykorzystują istotnej szansy biznesowej - przekonuje Jawczak.

Ekspert przekonuje również, że cała kategoria ma przed sobą bardzo dobre perspektywy. Wynika to przede wszystkim ze zmiany stylu życia Polaków oraz ich coraz bardziej zasobnych portfeli. Kategoria kaw gotowych na zimno warta jest obecnie około 67 mln zł i rośnie w tempie 23 proc. w skali roku. Spory w tym udział marki Starbucks.

- To najszybciej rosnąca na rynku kategoria napojów, z ponad dwukrotnie większą dynamiką niż kategoria energetyków. Głównym motorem napędowym kategorii jest marka Starbucks, która odpowiada za ponad 76 proc. generowanej dynamiki wzrostu. Najlepszym przykładem niewykorzystanego potencjału biznesowego jest kanał stacji paliw benzynowych, gdzie dynamika wartościowa wynosi około 5 proc., podczas gdy w kanale convenience aż ponad 50 proc. - mówi Jawczak.

Kawa chłodzona to, póki co produkt wybitnie sezonowy, którego 70 proc. sprzedaży przypada na okres od maja do października. Jednak, jak przekonują eksperci, z roku na rok zmniejsza się ona. Z kolei Roman Jawczak podkreśla, że produkty marki Starbucks już dziś charakteryzują się mniejszą sezonowością niż napoje konkurencji.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/kawa-mrozona-rosnie-najszybciej-na-ryнку,58820>