

Băuturi indispensabile în alimentația publică

Cafeaua.

● **Text:** Daniel MAIOR

PRINCIPALA TENDINȚĂ CE DEFINESC TE PIAȚA BĂUTURILOR PE BAZĂ DE CAFEA ESTE ADAPTAREA LA STANDARDELE DE CALITATE, ATÂT LA NIVELUL CONSUMATORILOR, AL PRODUCĂTORILOR DE CAFEA, CÂT ȘI ÎN RÂNDUL FURNIZORILOR DE SOLUȚII PENTRU PREPARAREA ȘI SERVIREA PROFESIONALĂ A ACESTEIA. CONSUMATORII ÎNCEP SĂ FIE MAI INFORMAȚI ȘI MAI EXIGENȚI ÎN ACEST DOMENIU, IAR UNITĂȚILE DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ NU POT NEGLIJA IMPORTANȚA CAFELEI, FIIND UNA DIN CELE MAI SOLICITATE BĂUTURI. MARI FURNIZORI DE PE PIAȚĂ VIN CU NOI OFERTE INTEGRATE DE PRODUSE ȘI SERVICII, DAR CARE SUNT AVANTAJELE IMPLEMENTĂRII ACESOR SOLUȚII?

Deși odată cu contractia pieței HoReCa din ultima perioadă, în România se bea mai puțină cafea în unitățile de alimentație publică, calitatea și diversitatea acestei băuturi sunt în continuare în creștere, după estimările unuia dintre principalele branduri prezente pe piață. „Din punct de vedere calitativ, diversitatea este cuvântul cheie, oferta tuturor locațiilor HoReCa ce servesc aceste băuturi fiind în continuă dezvoltare, iar prezența acestor produse în meniu este atât un element de diferențiere adoptat de locații cât și un mijloc de creștere a calității serviciului oferit consumatorilor care, spre bucuria noastră, devin din ce în ce mai pretențioși”, explică Ciprian Nițu, brand manager Julius Meinl România.

Ideea de focusare pe calitate este împărtășită și de către Petrică Cîrstea, asistent manager la compania Leida, care furnizează pe piața internă mașinile automate de cafea WMF. „Tendințele în acest domeniu nu sunt foarte diferite cantitativ față de celelalte produse din același segment, în schimb calitativ, se percepe deja în piață o îmbunătățire – și aici mă refer strict la calitatea preparatelor pe bază de cafea și cremă din lapte (mai mult training și experiență acumulată).”

În viziunea celor de la Vector Group, noul distribuitor al produselor marca Tonino Lamborghini pe piața românească, deși consumul de cafea în HoReCa a scăzut cu 10-12% în 2010, trendul este crescător în privința sortimentelor premium consumate pe acest segment. „Noul sezon estival a dovedit că piața își revine treptat din șocul crizei economice. Clienții se întorc la vechile obiceiuri și servirea cafelei a redevenit un eveniment social. Se observă însă o sensibilitate mărită față de serviciile conexe. Se pune mare accent pe modul de servire, pe constanța calității și pe anturaj”, a explicat Sütő Ágota, marketing manager Vector Group.

Până unde merg soluțiile furnizorilor?

În oferta Leida regăsim atât echipamentele profesionale pentru prepararea băuturilor pe bază de cafea, cât și un suport constând în rețete și recipiente speciale care pun în valoare băuturile, și care pot fi personalizate la cerere cu logo-ul clientului. Foarte important pe acest segment este suportul tehnic pus la dispoziția clienților pentru a elimina neplăcerile ce pot fi cauzate de o eventuală defecțiune a utilajelor. „Pentru clienții fideli brandului, oferim servicii de service și



asistență 24/24h gratuit în primele 12 luni”, a explicat reprezentantul Leida, adăugând că, mai nou, tendința de apropiere a cafenelelor de segmentul gelateriei se reflectă și la nivelul produselor. „Caracteristic sezonului cald, ne așteptăm să scadă consumul de băuturi calde (espresso), dar poate nefiresc așteptărilor din fiecare sezon, volumele bugetate sunt realizate prin implementarea/ diversificarea rețetelor pe bază de cafea cu înghețată, fulgi de gheață, siropuri și topping-uri sau chiar alcool.”

Una din recomandările companiei la această categorie este shake-ul de cireșe cu cafea, obținut din 100 g înghețată de vanilie, 120 ml de lapte, 100 g de cireșe amare, 5 ml extract de cafea/lichior din cafea și două frunze de mentă.

Cât privește soluțiile de la Julius Meinl, oferta dedicată partenerilor cuprinde concepte adaptabile specificului fiecărei locații, formate din echipamentele necesare, materiile prime, meniuri dedicate și rețete pentru prepararea băuturilor și serviciile de instruire a personalului cu privire la modul de preparare, prezentare și servire. „Oferta noastră este diversă și cuprinde peste 50 specialități atât specific vieneze, cocktailuri pe bază de cafea, cât și o selecție internațională”, a precizat Ciprian Nițu. De asemenea, sprijinul oferit clienților poate cuprinde chiar și mobilier pentru terase, care pot constitui adevărate atracții pentru clienți pe timpul verii. „Elementul cel mai important pe care-l oferim acum este reprezentat de umbrelele profesionale cu dimensiunea de 3x3 metri, prevăzute cu un sistem modern și facil de deschidere/închidere și având brațul și suportul amplasate în exterior, astfel încât suprafața

utilizabilă acoperită de umbrelă este maximă. În cazul parteneriatelor bazate pe o relație contractuală bine definită și în funcție de nivelul calitativ al locației putem agree și alte dotări ca: piese de mobilier, scaune, mese, piese de bar, suporturi pentru flori etc.”

Sub brandul Tonino Lamborghini clienții regăsesc un meniu de cafea variat, bazat pe o gamă largă de cafele boabe și măcinate, capsule de cafea și ciocolată caldă, sortimentele fiind configurabile în funcție de specificul locației care le servește. „Meniul de cafea conține sortimente de bază (tip espresso), sortimente Con Latte, Iced Caffè, dar și specialități și cocktailuri de cafea cu alcool”, a completat Sütő Ágota. Echipamentele profesionale oferite în custodie, accesorii de servire personalizabile, reclamele luminoase și consultanța de marketing, meniurile de cafea și trainingul de barista, pentru însușirea de către angajați a standardelor de pregătire și servire a cafelei fac parte din pachetul de colaborare propus clienților. Respectarea cu strictețe a standardelor Tonino Lamborghini de către locațiile partenere poate duce la o sporire medie a vânzărilor cu 30% păstrând accentul pe calitate. Mai nou există și o ofertă de fidelizare și recompensare a locațiilor partenere. „Pe baza comenzilor efectuate, clienții pot beneficia de reduceri la comenzile următoare, sau pot să aleagă din gama vastă a produselor promoționale personalizate (tricouri, șorțuri, ceasuri de perete, umbrele, mobilier, ceasuri de mână etc.).”

RECOMANDAREA JULIUS MEINL ROMÂNIA:

Wiener Eiskaffee



Ingrediente: 2 espresso, 2 lingurițe de înghețată de vanilie, 20 ml lapte rece.

Mod de preparare: Se acoperă înghețata cu laptele și apoi se toarnă cele două espresso deasupra. Se servește alături de un pahar mic cu apă plată și vafe.

RECOMANDAREA TONINO LAMBORGHINI:

Caffè Demon

Ingrediente: 1 porție de ciocolată caldă Tonino Lamborghini Classic, 30 ml lapte rece, 30 ml espresso Lamborghini, 1 glob de înghețată de ciocolată, 30 ml spumă de lapte, Cacao pudră și boabe de cafea pentru ornare.



1. Puneți globul de înghețată la baza unui pahar de sticlă.
2. Pudra de ciocolată caldă se amestecă cu puțină apă, astfel se obține o pastă groasă de ciocolată.
3. Turnați pasta de ciocolată peste înghețată.
4. Pregătiți un espresso. Amestecați cafeaua cu 30 ml de lapte rece.
5. Turnați amestecul peste înghețată.
6. Preparați o spumă fermă de lapte și turnați spuma peste stratul de lapte.
7. Ornați specialitatea de cafea cu cacao pudră și semințe de cafea.

Pentru anul acesta Tonino Lamborghini propune noua gamă de cafele Coffee To go, dar și o linie de cafele tradiționale. Din gama băuturilor reci, în sezonul estival compania promovează produsul Caffè Demon. ●