



Výrobci kávových výrobků založili vlastní platformu

Pod hlavičkou Českého sdružení pro značkové výrobky (ČSŽV) vznikla platforma pro kávové výrobky. Tvoří ji přední společnosti zabývající se výrobou a distribucí kávy a kávových výrobků s celkovým tržním podílem 75 % v případě kávových výrobků, na trhu kávových kapslí obslouží dokonce 90 % spotřebitelů. K připojení zvou i další.

Společnosti Nestlé (Nescafé, Dolce Gusto, Nespresso a Starbucks), Tchibo Praha, Jacobs Douwe Egberts a Coca-Cola (Costa Coffee) založily platformu pro podporu a ochranu zájmů kávového průmyslu a vzdělávání spotřebitelů a klíčových stakeholderů.

„Káva je druhou nejobchodovanější komoditou na světových burzách, a tím pádem jsou její producenti velmi významnými hráči v ekonomické oblasti i na poli odpovědného podnikání. Tato komodita ovlivňuje život významné části populace nejen ve světě, ale také v České republice, kde:

- 96 % aktivní populace ČR pije kávu.
- Průměrná konzumace na osobu činí 51 káv za měsíc.
- Nejčastěji konzumujeme kávu ráno (87 %) a odpoledne (63 %).
- Doma si lidé nejčastěji připravují instantní kávu (58 %) nebo „turka“ (37 %).
- 50 % lidí si do kávy přidává cukr.

Proto nás těší, že se velké firmy na českém trhu sjednotily pod hlavičkou našeho sdružení a že mají zájem aktivně budovat osvětu a udržitelný přístup v tomto odvětví,“ říká Lukáš Horák, výkonný ředitel Českého sdružení pro značkové výrobky.

Mezi hlavní cíle nové platformy patří:

- podpora aktivit, které rozvíjí konzumaci kávy a kávovou kulturu,
- udržitelnost, podpora snižování dopadů kávového průmyslu na změnu klimatu,
- vzdělávání spotřebitelů a šíření osvěty o produkci a kvalitě kávy,
- informační servis pro zájemce o všech aspektech kávy.

Členové platformy zvou i další společnosti z oboru, aby se připojily.