

Судьба кофе в Швейцарии | Quel sera le destin du café en Suisse?

Автор: Лейла Бабаева, [Бирсфельден](#) , 23.01.2013.



Что чашка кофе нам готовит? (es.globedia.com)

В последнее время все большую популярность приобретают энергетические напитки, содержащие кофеин (такие как Red Bull), особенно среди молодежи. В то же время число кофеманов снижается. В Базеле эксперты обсудили перспективы рынка кофе в Швейцарии.

Ces derniers temps grandit la popularité de Red Bull et autres boissons énergisantes, surtout aux yeux de la jeunesse. 80 experts du secteur du café ont discuté l'avenir du «petit noir» à Birsfelden (canton de Bâle).

Quel sera le destin du café en Suisse?

В то время как названия энергетических напитков летят на крыльях рекламы по

планете, стараясь соблазнить каждого внешним видом жестяных банок и будоражающим вкусом, над древним напитком кофе нависли грозные тучи. Сегодня меньше швейцарцев, особенно среди молодежи, тянется заварить себе чашечку. Кофе сдает позиции? Или это временная заминка на его пути к потребителям?

Восемьдесят экспертов собрались на однодневное совещание в Бирсфельдене (кантон Базель-сельский), в штаб-квартире продуктово-логистической компании Delica, партнера Migros по сбыту кофе, пишет Tages-Anzeiger. Представитель Delica Кристоф Шмасманн сразу заявил: «Никогда прежде не было столько альтернатив кофе».

Компания взволновала специалистов, сообщив по результатам нескольких исследований, что типичный потребитель кофе в Конфедерации не так уж молод. Средний возраст любителей характерного аромата и горьковатого вкуса составляет 35 лет. Компании удалось это узнать благодаря анализу бонусов по накопительным картам клиентов супермаркетов Migros. Возможно и иное объяснение: кофе в основном покупают родители, поскольку это один из основных продуктов питания и к тому же достаточно дорогой.

Немного моложе приверженцы [кофе-капсул](#), отдающие дань моде на кофеварочные аппараты. Но в целом население в возрасте до тридцати лет отдает предпочтение упомянутым напиткам-конкурентам.

Кто-то скажет, что успех последних не является чем-то удивительным – вот уже лет десять, как они прочно засели в списке увлечений молодежи, их пьют люди, которым приходится ежедневно ездить на работу издалека, они – желанны на вечеринках и в офисах в стиле open space.

Откуда такая популярность? Кроме сладкого вкуса и запоминающихся логотипов назовем еще постоянные широкомасштабные рекламные кампании, миллионы долларов, которые тратятся на продвижение продукта. На то, чтобы объяснить потенциальному покупателю, что ему **нужно** это купить. Результат достигнут: энергетические напитки считаются более тонизирующими, чем кофе, хотя процент кофеина в них зачастую аналогичен, и на обмен веществ они влияют одинаково.

Всего несколько цифр: в США только 27 процентов молодых людей от 18 до 24 лет выпивают хотя бы одну чашку кофе в день, а на долю «энергетических конкурентов» приходится семьдесят процентов людей той же возрастной категории, которые наслаждаются «бодрящей влагой» как на работе, так и в праздничное время, пишет далее Tages-Anzeiger. В то же время в [отчете](#) Американской Национальной кофейной ассоциации отмечается, что общее потребление кофе в Америке постепенно растет: в 2010 году - 56%, в 2011-м - 58%, в 2012-м - 64%.

Впрочем, не все специалисты на совещании проявили пессимизм. Например, директор кофейной компании Rast Kaffee (Эбикон, кантон Люцерн) Маркус Раст пометил, что в последние годы потребление кофе на жителя в Швейцарии резко не снижалось. Следовательно, альпийская республика может еще гордо нести стяг одной из крупнейших любительниц побаловать себя чашечкой кофе, в чем не последнюю роль сыграла серия Caffè Latte (кофе латте) от компании Emmi. Кофе и энергетические напитки в Швейцарии находятся по разные стороны баррикад еще и потому, что кофе – это как бы синоним «не торопиться, пить не спеша», подчеркнул

Маркус Раст.

Результат совещания экспертов таков: необходимо снова завоевать молодых потребителей. Крупным компаниям-производителям кофе (таким, как Нестле, которая в последние годы уже потратила несколько миллионов франков на поддержку своей марки Nescafé) предстоит еще вложить немало средств и усилий, чтобы укрепить пошатнувшиеся позиции среди молодежи.

[кофе](#)

[кофе в швейцарии](#)

[Швейцария](#)

Статьи по теме

[Придумано швейцарцами](#)

[Швейцария увеличит производство любимого кофе Джорджа Клуни](#)

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/news/14795>