

Молоко и пост: топ растительного молока для кофе

Тематика: Потребительский рынок
Статьи и исследования

Дата публикации: 28.02.2023

г. Москва

Дата мероприятия / события: 28.02.2023

К началу великого поста во Floo family проанализировали, какое растительное молоко чаще всего заказывали в кофейнях в течение года.

В 2023 году Великий пост начался 27 февраля, а закончится 15 апреля. На этот период рестораны и кафе обычно вводят специальные позиции и готовят отдельные меню для тех, кто соблюдает пост. А в кофейнях традиционно растёт спрос на растительное молоко. Во Floo family, куда входят сеть кофеен Time, кофейня Floo, гастрокофейня «Сойка напела» и Bright Kitchen — сервис по производству и доставке десертов, выпечки, ремесленного хлеба и кулинарии, рассказали о том, какое растительное молоко чаще всего заказывают в кофейнях.

— Стоит отметить, что в последнее время в целом интерес к растительному молоку постепенно снижается, — комментирует Станислав Коротецкий, сооснователь Floo Family — До 2022 года напитки на альтернативном молоке составляли практически 40% от всех молочных напитков в наших кофейнях, в 2022 году доля растительного молока снизилась до 20%. Причин, думаю, несколько. Отчасти прошел “бум” популярности растительного молока как альтернативы обычному — в какой-то период было очень модно отказываться от него в пользу соевого или овсяного, это казалось более здоровым. Сейчас люди стали более спокойно относиться к молочным продуктам в рационе и вернулись обратно к коровьему молоку. Кроме того, в 2022 году потребление растительного молока дополнительно снизилось на фоне новостей об уходе некоторых фирм-производителей с рынка. Был период весной, когда возникли сложности с логистикой и производством.

За прошедший год в кофейнях группы Floo family из 188 тыс. заказов молочных напитков почти 150 тыс. пришлось на обычное цельное молоко — порядка 80%, а остальные заказы составили разные виды растительного. При этом на растительном молоке готовят не только молочные напитки на основе кофе — капучино, латте и флэт уайт, но и ряд напитков из категории “не кофе”: какао, матча-латте и авторские напитки, которые обычно создают на основе классических латте, флэта и капучино.

У посетителей заведений Floo family с февраля 2022 года по февраль 2023 года наиболее популярным молоком среди альтернативных стало кокосовое — напитки на его основе заказали за год 11,7 тыс. раз. На втором месте — миндальное, его заказывали вдвое реже: количество заказов молочных напитков на миндальном молоке составило 6,3 тыс. На третьем месте овсяное молоко с таким же кратным уменьшением популярности в 2 раза — 3,1 тыс. заказов. На четвертом месте банановое молоко — 2,5 тыс. напитков, на пятом фундучное 0,8 тыс. и на шестом соевое — 0,4 тыс.

Сеть небольших городских кофеен под брендом Tine — новый формат группы Floo family, который позволяет держать оптимальные цены на напитки и еду за счёт централизации производства, стандартизации процессов и связи финансовой модели Tine с другими форматами Floo family.

Группа Floo family была основана предпринимателями Дмитрием Бородаем (также является основателем компании The Welder Catherine) и Станиславом Коротецким. В группу кроме сети Tine входят кофейня Floo, городское кафе «Сойка напела» и Bright Kitchen — сервис по производству и доставке десертов, выпечки, ремесленного хлеба и кулинарии в структуре заведений Floo family. Работает на рынке Москвы и Московской области с октября 2021 года.

Постоянная ссылка на материал: <http://www.smi2go.ru/publications/150195/>