

PLAN DZIAŁANIA KT 229 ds. Kawy, Herbaty i Kakao

STRESZCZENIE

KT 229 ds. Kawy Herbaty i Kakao zajmuje się opracowywaniem norm z zakresu nazewnictwo, wymagań jakościowych, pobierania próbek, metod badań, pakowania przechowywania, transportu w zakresie: kawy surowej i palonej, herbaty, ekstraktu kawy naturalnej, ekstraktu herbaty, ziarna kakaowego i proszku kakaowego.

1 ŚRODOWISKO BIZNESOWE KT

1.1 Opis środowiska biznesowego

Herbata, kawa, i kakao to kategorie asortymentowe, bez których nie obędzie się żadna placówka handlu detalicznego.

Herbata, wraz z kawą i kakao, należy do popularnych używek spożywanych na całym świecie. Surowcem podstawowym występujących na rynku herbat są liście i nierozwinięte pędy krzewu herbacianego rodzaju *Camellia*. Największymi producentami herbaty są Indie, Chiny, Sri Lanka i Kenia. Występujące na rynku herbaty są w większości przypadków mieszankami różnych gatunków, przygotowywanymi przez firmy handlowe według własnych receptur.

Polska od dawna jest postrzegana jako kraj herbaciarzy. Według rankingu Euromonitora i Banku Światowego ze stycznia 2014 r., Polska znajduje się na czwartym miejscu w Europie pod względem spożycia herbaty. Z wynikiem 1kg herbaty rocznie na osobę, Polska uległa tylko Irlandii (2,18 kg), W. Brytanii (1,93 kg) oraz Rosji (1,38 kg). W skali światowej Polacy znajdują się na 9. miejscu, wyprzedzając takie kraje jak Japonia, Chiny czy też Arabia Saudyjska, w której herbata jest uważana za narodowy napój.

Najwięksi producenci herbaty w Polsce to międzynarodowe korporacje, takie jak UniLever Polska, producent herbaty Lipton i Saga. Drugi największy producent to Tata Global Beverages, który produkuje herbatę Tetley, i zajmuje 9% udziału w sprzedaży detalicznej. Trzecim największym producentem jest Herbapol Lublin, specjalizujący się w herbatach owocowych i ziołowych. Lubelska firma kontroluje 6 proc. rynku.

ZNANE FIRMY „HERBACIANE” W POLSCE

- AB Foods
- Bio-Active
- Gourmet Foods

- Herbapol Lublin
- Inntea (dystrybutor Kamis)
- Levant
- Malwa
- Mokate
- Oskar International Trading
- Posti
- P.P.H. Stoptex
- PPK Astra
- Teekanne
- Tetley
- Unilever
- Zas-Pol

Kawa Rynek kawy to nie tylko same ziarna, ale także wszystko, co wiąże się z przygotowaniem naparu oraz cała otoczka jej konsumpcji. W związku z modą na zdrowe odżywianie wzrasta także spożycie kawy bezkofeinowej, polecanej zwłaszcza osobom o obniżonej tolerancji na kofeinę oraz smakoszom, którzy filiżanki aromatycznego espresso nie potrafią odmówić sobie nawet późno w nocy. To także idealny produkt dla osób cierpiących na nadciśnienie oraz kobiet w ciąży i matek karmiących. Przykładami kawy bezkofeinowej na polskim rynku mogą być: Jacobs Night&Day, Illy (wersja zielona) dystrybuowana przez North Coast, czy mielona Prima bezkofeinowa z port folio Prima-Sara Lee Coffee and Tea Poland S.A.

ZNANE FIRMY „KAWOWE ” W POLSCE

- Cafe Sati
- Kraft Foods
- Mokate
- Nestlé
- Poznańska Palarnia Kawy Astra
- Prima-Sara Lee Coffee and Tea Poland
- Raisio
- Segafredo Zanetti Poland
- Strauss Cafe Poland
- Tchibo
- Woseba

Ziarno kakaowe i proszek kakaowy Pochodzące z Ameryki Południowej kakao uprawiane jest obecnie także w obszarach przyrównikowych Afryki i Azji. Kakao otrzymuje się z nasion drzewa kakaowego *Theobroma cacao*. Nasiona kakao zawierają ponad 50 % tłuszczu, około 20 % białka i około 10% węglowodanów. Spośród innych składników ważna jest obecność alkaloidów, m.in. teobrominy i kofeiny. Kakao uzyskuje się przez sproszkowanie tzw. kuchenki kakaowej, otrzymywanej z miazgi kakaowej, alkalizowanej lub niealkalizowanej, z ewentualnymi dodatkami. Około 40 % światowych dostaw kakao pochodzi z Wybrzeża Kości Słoniowej.

Znaczącą dla branży producentów kakao i wyrobów czekoladowych organizacją w naszym kraju jest Stowarzyszenie Polskich Producentów Wyrobów Czekoladowych i Cukierniczych POLBISCO. Stowarzyszenie jest członkiem Rady Gospodarki Żywnościowej przy Ministrze Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Federacji Gospodarki Żywnościowej. Na poziomie UE Polbisco jest członkiem organizacji Caobisco, Europejskiego Stowarzyszenia Przemysłu Czekoladowego, Ciastkarskiego i Cukierniczego.

1.2 Wskaźniki ilościowe dotyczącego środowiska biznesowego

Euromonitor International, który zajmuje się m.in. badaniem rynku herbaty na świecie oszacował wartość polskiego rynku w 2013 r. na 2,185 mld zł. Polscy konsumenci postrzegają herbatę, zwłaszcza czarną jako niezbędny produkt i pokazali, że trudno im z niej zrezygnować. W 2013 roku, rozwój nowych linii produktów skupił się wokół herbat owocowych i ziołowych - powstały nowe interesujące kombinacje smaków. Jednak to wciąż czarna herbata stanowi największy segment rynku herbaty. Według danych GUS, w zeszłym roku, Polska sprowadziła do kraju łącznie 32 tysiące ton herbaty, z czego 28 tysięcy stanowiła czarna herbata. Według raportu firmy badawczej Nielsen z zeszłego roku, jej udział w sprzedaży detalicznej wyniósł 58,9 proc. całego rynku, a jej wartość wyniosła 1,295 mld zł. Drugą pozycję zajmuje herbata ziołowa z udziałem 14,2 proc., trzecią – Earl Grey (10,2 proc.). Pomniejsze segmenty to herbata zielona, która zajmuje 8,1 proc. rynku, następnie owocowa – 7,1 proc., oraz czerwona z udziałem na poziomie 1,3 proc. Pozostałe herbaty stanowią 0,4 proc.

Dane Euromonitoru wskazują, że wartość rynku kawy w Polsce w ubiegłym roku przekroczyła 5 mld zł. W nadchodzących latach przewiduje się stały wzrost o ponad 1 proc. Rocznie. W Polsce 90 proc. dorosłej populacji deklaruje, że pije kawę, więc rynek konsumentów jest bardzo duży. Nie pijemy jeszcze jej dużo w porównaniu z innymi krajami, bo jest to około 3 kg rocznie, ale jeśli patrzymy na kraj jako całość, to pod względem konsumpcji jesteśmy na 11. miejscu na świecie. W przeliczeniu na ilość naparu przeciętny Polak wypija w ciągu roku 95 litrów kawy. W czołówce spożycia od lat utrzymują się Brazylia, Stany Zjednoczone oraz Niemcy, gdzie na mieszkańca przypada około 10 kg ziaren. Wysoko są również kraje skandynawskie, gdzie pity napar jest znacznie mocniejszy niż w pozostałych krajach i choć jego spożycie jest niższe, to w przeliczeniu na ziarna kawy Skandynawowie są liderami (ok. 15 kg na mieszkańca).

Rynek kaw ziarnistych wart jest obecnie 100 mln zł. Jak wynika z danych Mokate w ciągu 12 miesięcy (do czerwca 2013 r.) wzrósł o 25 proc. i wszystko wskazuje na to, że dalej będzie się intensywnie rozwijał. Tego wzrostu można się spodziewać m.in. na podstawie rosnącej popularności ekspresów do kawy. Bardziej, bo o 57 proc., wzrosła wartość kawy w kapsułkach. Na razie segment jest wart 35 mln zł.

Największym rynkiem kakao jest dzisiaj Europa z największą konsumpcją kakao w Holandii, Niemczech, Francji i Wielkiej Brytanii. Region Azji Pacyfiku jest rynkiem

rosnącym intensywnie a w tym regionie szczególnie rośnie spożycie kakao w Malezji. Niekorzystną okolicznością jest malejąca produkcja kakao w Wybrzeżu Kości Słoniowej, głównym do tej pory producencie kakao.

Przykłady laboratoriów które w zakresie akredytowanych metod oznaczania wykorzystują Polskie Normy z zakresu KT 229:

Silliker Polska - PN-ISO 10095:1997 Kawa - Oznaczanie zawartości kofeiny -Metoda wykorzystująca wysoko sprawną chromatografię cieczową

PN-ISO 1573:1996 Herbata - Oznaczanie ubytku masy w temperaturze 103 stopni C

JW. Hamilton Polska PN-ISO 10095:1997 Kawa - Oznaczanie zawartości kofeiny - Metoda wykorzystująca wysoko sprawną chromatografię cieczową

IBPRS Warszawa, Zakład Koncentratów Spożywczych i Produktów Skrobiowych w Poznaniu **PN-ISO 1573:1996** Herbata - Oznaczanie ubytku masy w temperaturze 103 stopni C

PN-ISO 1575:1996 Herbata - Oznaczanie popiołu ogólnego

PN-ISO 1577:1996 Herbata - Oznaczanie popiołu nierozpuszczalnego w kwasie

2 OCZEKIWANE KORZYŚCI Z REALIZACJI PRAC KT

Głównymi odbiorcami norm opracowywanych przez KT 229 są kontrolne instytucje rządowe i prywatne oraz producenci.

Dostępność Polskich Norm opracowanych przez KT 229, uwzględniających opinie członków i zainteresowanych środowisk, gwarantuje zharmonizowaną terminologię i możliwość stosowania walidowanych metod, gwarantujących uzyskanie powtarzalnych i odtwarzalnych wyników. Nie dubluje się badań, których celem jest wybór odpowiedniej metody, przez co oszczędza się czas. Dostępność zharmonizowanych metod może być dla przemysłu i handlu skutecznym narzędziem kontroli jakości co do przestrzegania wewnętrznych i innych przepisów, w tym prawnych, odnośnie deklarowanych składników, jak kofeina w kawie czy polifenole w herbacie. Normy dotyczące surowca mogą ułatwić obrót handlowy, służąc jako podstawa kontraktów między producentami/dostawcami a odbiorcami kawy, herbaty i ziarna kakaowego

Grupy czerpiące korzyści z PN to producenci kawy, herbaty i kakao oraz służby kontrolne, instytucje prawodawcze, a przede wszystkim konsumenci.

3 CZŁONKOSTWO W KT

Każdy podmiot krajowy zainteresowany daną tematyką ma prawo zgłosić chęć uczestnictwa w KT i po spełnieniu wymogów proceduralnych (procedura Z2-P3 w powiązaniu z Z2-P1) stać się członkiem KT. Każdy członek KT realizuje zadania KT poprzez swoich reprezentantów.

Aktualny skład KT jest podany na stronie www.pkn.pl w wykazie OT.

4 CELE KT I STRATEGIA ICH REALIZACJI

4.1 Cele KT

Współpraca z CEN/TC 415; , ISO/TC 34/SC 8, ISO/TC 34/SC 15, ISO/TC 34/SC 18 – opiniowanie nowych dokumentów, udział w okresowych przeglądach norm ISO/EN, udział w posiedzeniach tych TC/SC, udział ekspertów w pracach WG.

Okresowe przeglądy Polskich Norm własnych pod kątem aktualności ich postanowień.

Wprowadzanie do zbioru PN Norm Międzynarodowych i Europejskich metodą tłumaczenia dotyczących terminologii i metod badawczych dla kawy surowej i palonej, herbaty, ekstraktu kawy naturalnej, ekstraktu herbaty, ziarna kakaowego i proszku kakaowego.

Normy te pozwolą na kontrolę przestrzegania wewnętrznych i innych przepisów prawnych.

4.2 Strategia ustalona do osiągnięcia celów KT

W celu osiągnięcia powyższych celów KT 229 przyjęto następującą strategię:

- Analiza oczekiwań stron zainteresowanych problematyką związaną z rynkiem kawy, herbaty i kakao.
- Poszukiwanie sponsorów i wykonawców prac normalizacyjnych, wśród producentów oraz różnych organizacji zainteresowanych.

4.3 Aspekty środowiskowe

Tematyka działalności KT 229 nie jest bezpośrednio powiązana z aspektami środowiskowymi.

5 CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA REALIZACJĘ PROGRAMU PRAC KT I PROWADZANIE NOWYCH TN DO PROGRAMU PRAC

Każdy zainteresowany ma możliwość zgłaszania tematów normalizacyjnych (TN) wypełniając Karty nowego tematu (KNT) lub Karty propozycji tematu normalizacyjnego (KPT).

Każdy zgłoszony TN jest wprowadzany do programu KT. KT decyduje o kontynuacji lub zaniechaniu tematu normalizacyjnego.

W programie prac prezentowane są wszystkie TN będące aktualnie w opracowaniu.

Program prac KT znajduje się na stronie www.pkn.pl, w Wykazie OT, po wybraniu numeru właściwego KT.

Czynniki wpływające na realizację prac KT 229, to np. brak wykonawców projektu, brak środków finansowych, jak również czynniki ograniczające rozwój rynku kawy, herbaty i ziarna kakaowego, do których należą:

- postępująca koncentracja produkcji i sprzedaży wyrobów
- pojawianie się surogatów zastępujących naturalne wyroby.

6 WYKAZ PROPOZYCJI TEMATÓW NORMALIZACYJNYCH, DLA KTÓRYCH KT PRZEWIDUJE POZYSKANIE ZAMAWIAJĄCYCH W RAMACH PRAC NA ZAMÓWIENIE

Aktualnie brak jest zainteresowanych finansowaniem prac na zamówienie.