

30.10.2023 r.



#295

TRANSKRYPT ODCINKA

Zawsze chodzi o to, co nam smakuje #Przefiltrowane

Partnerami tego odcinka podcastu jest palarnia kawy [Coffee Plant](#).

[MUZYKA]

Tu Krzysztof Kołacz, a ty słuchasz właśnie podcastu, „Bo czemu nie?”. Usłyszysz w nim o technologiach, które nas otaczają i nas w tych technologiach zanurzonych. Sprawdzam, pytam i odpowiadam jak korzystać z nich tak, aby to one służyły nam, a nie my im.

W dzisiejszym [odcinku](#) o tym, dlaczego jakość kawy ma znaczenie i dlaczego warto wybrać kawę z lokalnej palarni.

Proszę, zostaw opinię na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#). Twój głos ma znaczenie!

Zaczynamy.

[MUZYKA CICHNIE]

[KRZYSZTOF] Kolejny odcinek w formacie #Przefiltrowane. Z tej strony wita się Krzych Kołacz. Zanim jednak przejdziemy do rozmowy z gościem dzisiejszego odcinka, to chciałbym odpowiedzieć na pytanie z Q&A, które dotyczy kawy i pojawiło się w ostatnim czasie. Mariusz zapytał:

Jestem ciekaw jakiego sprzętu używasz do parzenia, w sposób alternatywny, kawy. Taki młynek, Areopress i tak dalej.

Mariuszu! Chętnie odpowiem, bo rzeczywiście dawno nikt o to nie pytał. Jako osoba, która kawą specjalty zajmuje się już ładnie ponad sześć lat, oczywiście jako domowy barista, ale jednak – zdążyłem zgromadzić mały arsenał. Myślę, że to może kogoś interesować. Zresztą Ty jesteś przykładem takiej osoby, więc odpowiadając

na Twoje pytanie, zaczynałem od AeroPressu, który towarzyszy mi niezmiennie, bezawaryjnie, bo to takie urządzenie, od sześciu lat! Także posiadam AeroPress, ten klasyczny. Nie żadne inne egzotyczne jego wersje.

Oprócz tego posiadam drippery V60 od Hario. Mam ich chyba wszystkie rozmiary, czyli driпка 01, 02 i 03. W zależności od tego ile kawy chcę w nim zaparzyć, no to taką nasadkę jakby na serwer, do którego ta kawa później spływa, sobie nakładam.

Mam również Chemex, którego uwielbiam. Ten klasyczny Chemex, pierwszy, jaki został stworzony. Bardzo lubię kawę w Chemexie pić w poniedziałki i w weekend. To jest taka celebracja dwóch ulubionych okresów w tygodniu. Poniedziałek to mój ulubiony dzień tygodnia od zawsze! Wiem, że jestem pod tym kątem dziwny... Nie tylko pod tym, ale okej. Także w Chemexie bardzo, bardzo lubię te kawki pić właśnie kiedy coś celebruję. On dla mnie, po prostu, daje taki zbalansowany smak i bardzo fajnie wyciąga owocowość w kawach. Także lubię tę metodę.

Oprócz tego mam też Clevera. To jest taka nowa wersja drippera V60, ale trochę inaczej się ją parzy. Najpierw po prostu kawę zalewa się już bezpośrednio w tym Cleverze, tak lejąc do tego lejka, a później po czekaniu kilku minut, spuszcza się całą kawę już jako gotowy napar do serwera – do naczynka. Do kubka byłoby ciężko chyba, że jakiś taki bardzo szeroki kubek. Także polecam sobie sprawdzić również Clevera w internecie. Jest masa filmów o parzeniu za pomocą tego urządzenia.

Oprócz tego jeszcze posiadam Kalitę. To jest taka inna wersja drippa V60, o płaskim dnie i trochę inaczej ta kawa; zaparzona właśnie z wykorzystaniem kality, smakuje. Oprócz tego posiadam też Moccamastera do takiego codziennego szybkiego przelewu automatycznego. O tym był zresztą już jeden z odcinków.

Mam też młynek Commandante, bo pewnie to Cię też interesuje. Ten klasyczny. Jest ze mną już piąty rok i wygląda jakby był nowy. Ja zawsze mówię, że z Commandante to tak jak z Apple: kupujesz raz i zapominasz na długi, długi czas. Zresztą podobnie z Moccamasterem.

I wagę Acaia, również elektryczną, do zalewania i jednoczesnego mierzenia gramatury naparu. Termometr taki, który mieści mi się również w konewce od Hario. Właśnie! Konewkę mam również! Ze stali nierdzewnej od Hario do zalewania tych wszystkich metod alternatywnych.

I myślę, że z grubsza tyle. Z takich najważniejszych sprzętów kawowych u mnie. Dużo? Mało? Nie wiem, każdy niech oceni sam. Dzięki w ogóle Mariuszu za pytanie.

Zawsze jak jest jakieś kawowe, to się cieszę, bo to znaczy też, że tego formatu chętnie słuchacie.

I jeszcze jedno ogłoszenie. Razem z partnerem tego odcinka, czyli palarnią kawy Coffee Plant, przygotowaliśmy dla Was zniżkę. To jest 10% z kodem „boczemunie”, pisane razem z małymi literami, do użycia w sklepie Coffee Plant. A link do tego sklepu znajdziecie w opisie do tego odcinka pod adresem boczemunie.pl/295/.

Przechodzimy do odcinka. A moim i Waszym gościem dzisiaj jest Sylwia Rachfalska. Dzień dobry, Sylwia!

[SYLWIA] Cześć, dzień dobry, Krzysztof.

[KRZYSZTOF] Miło, że wpadłaś. Ty i oczywiście Coffee Plant, które reprezentujesz. Zaraz nam trochę opowiesz więcej o samej palarni. Natomiast zanim do tego przejdziemy, to takie *long story short*, o czym my wogóle będziemy dzisiaj tutaj rozmawiać.

Trochę mówiłem już na ten temat we wstępie. Sylwia jest taką osobą, która przyszła i trochę zbiła moją agendę, mówiąc: Krzysztof, a może pogadajmy o takich podstawach? No i trochę się wstrzebiła, nie powiem, także Wasze oczekiwania, bo piszecie co jakiś czas w formularzu Q&A, który niezmiennie znajdziecie pod adresem boczemunie.pl/zapytaj/. I piszecie właśnie z prośbą o to, żeby wrócić trochę do tych odcinków takich dla zielonych, o podstawach specjalty. Więc dzisiaj się sama ku temu okazja nadarzyła.

Także Sylwia dzięki za to Twoją sugestią i dzisiaj właśnie będzie o jakości ziaren, będzie o tym dlaczego ta jakość ma znaczenie i o lokalnych palarniach, które tę jakość bardziej zapewniają niż, no właśnie o tym niż co między innymi dzisiaj sobie pogadamy.

Na początek poproszę Ciebie, żebyś powiedziała, jaka jest Twoja rola w ogóle w Coffee Plant, czym się na co dzień zajmujesz, no i jak długo trwa już Twoja przygoda z kawą?

[SYLWIA] W Coffee Plant jestem od dwóch lat. Tak naprawdę zajmuję się głównie marketingiem, ale jestem również w naszym dziale sensorycznym, czyli wybór zielonego ziarna, ocenianie go, wybór oferty. Często również profiluję kawy. Za wszystkimi opisami na stronie czy na parkach stoję ja właśnie. Newslettery również ode mnie lecą, więc jak z kimś się słyszę, to pozdrawiam! Również obsługuję po części sklep internetowy, także też zapytania czy ustalenia przepisów, problem

z zaparzeniem czy rady do zaparzenia również przychodzą przede mną. Także jestem taką w sumie na froncie, jeśli chodzi o kontakt z klientem.

Bardzo często możecie spotkać mnie na *cuppingach*, które prowadzę z ramienia Coffee Plant. Myślę, że już będzie koło ośmiu lat, więc kawał czasu. Aczkolwiek ja weszłam do branży kawowej, jak już się działo dużo w niej, w sensie nie byłam na początku, nie jestem tym dinozaurem, tylko jakby takim, jak było modne stwierdzenie, że „mamy trzecią falę kawy”, to właśnie w tym momencie ja weszłam do branży. Albo raczej branża mnie wciągnęła, że tak powiem. Ogólnie moja historia z kawą, albo nie tylko z kawą, tylko ogólnie z gastronomią zaczęła się po prostu od mojej pierwszej pracy i w gastronomii właśnie. Gastronomia to moje bardzo duże hobby, uwielbiam tę branżę i spędzam w niej bardzo dużo czasu, więc znalazłam sobie chyba taki jej wycinek, czyli właśnie tę kawę, w którą wsiąknęłam bardzo.

Jestem osobą, która bardzo szuka odpowiedzi. Więc ta kawa mnie na tyle wciągnęła, że właśnie chciałam ją poznać od zaplecza trochę. Nie tyle co być ostatnią ręką na barze, która parzy tą kawę, z którą masz styczność przed wypiciem przed gości, tylko właśnie co się dzieje z nią wcześniej, czyli o co chodzi w paleniu, skąd się bierze ten smak różny w kawie. No a w związku z tym, że przez lata właśnie w tej gastronomii pracowałam, miałam również swoją kawiarnię, więc jakoś miałam ten kontakt bezpośrednio z gośćmi, z ich pytaniami. Miałam kontakt, zatrudniałam baristów, więc przeszłam bardzo płynnie do szkoleń. Także też u nas w Coffee Plant również prowadzę szkolenia dla naszych współpracujących kawiarni. Długa ta historia, ale gastronomia tak. Gastronomia to jest mój konik. Uwielbiam tę branżę!

[KRZYSZTOF] Tutaj postawię przecinek. Za co ty uwielbiasz w ogóle tę branżę? Bo osób, które pracują w gastronomii jest sporo, a takich, które mówią, że kochają, uwielbiają właśnie pracę w gastro, no już tak wielu nie ma... To zresztą widać po lokalach czy po ich sukcesach lub braku tych sukcesów. Za co Sylwia lubi gastro?

[SYLWIA] Lubię za to bezpośredniość. Idąc do gastronomii, do kawiarni, do restauracji mamy nadzieję na świętowanie w jakiś sposób. Nasze wyjście do lokali jest jakby formą... celebracji? Ludzie, którzy zazwyczaj przychodzą, wiadomo, że są różni i jakby ten kontakt z klientem to jest ogrom historii, ale ten klient również jakby chce poświęcić! Spędzić miło czas. A nie oszukujmy się, gastronomia jest trochę takim dobrym luksusowym, bo kawę możemy sobie zrobić w domu, możemy sobie zrobić jedzenie w domu i jakby wyjście do gastronomii, jest jednak taką formą celebracji właśnie. Wejście w ten łańcuch jest taką wielką przyjemnością i jak na to

spojrzy od tej strony, że chcesz umilić komuś dzień, to sam sobie robisz również dobry dzień!

[KRZYSZTOF] Tak, to też jest szalenie istotne, o czym ty mówisz, dlatego że nawet jeżeli ktoś przychodzi już teraz w czasach, w których jakby nikogo nie dziwiło stwierdzenie „trzecia fala kawowa”, do czego się jeszcze za chwilę odniosę, to jak ktoś wpada nawet po szybki przelew do takiej kawiarni, nazwijmy to lepszej, do kawiarni specjalty, no to też można to dwojako potraktować. Można potraktować to w taki sposób, że ten klient nie będzie tym gawędziarzem, z którym ty spędzisz tam powiedzmy piętnaście minut, opowiadając o tym skąd ziarno pochodzi, jak zostało obrobione, umyte i jeszcze wypalone.

Ale jest to też, z drugiej strony klient, którego celem jest poczuć to wszystko w tym szybkim przelewie, który bierze na wynos; pędząc do biura. I myślę, że ten klient nadal, w Polsce zwłaszcza, zdaje sobie sprawę, że to nie jest tak, że wszyscy przychodzą do kawiarni specjalty po kawę i jakby nie wpadają na to, że można ją zrobić taniej w domu. Także to dobro luksusowe zdecydowanie. Myślę, że tak w naszej mentalności w Polsce jest, zwłaszcza w kontekście właśnie trzeciej fali kawowej. Tutaj kolejne pytanie ode mnie odnoszące się do tego, co sama mówisz.

Powiedziałaś, że wtedy było modne to stwierdzenie. Ja trochę się zgadzam, że teraz staje się coraz powszechniejsze. Czy ty uważasz już, że my jesteśmy, a może zaraz będziemy w czwartej fali kawowej? Albo gdzie my teraz w ogóle z tym rynkiem jesteśmy?

[SYLWIA] Co ja osobiście sama nigdy nie byłam za promowaniem tego nazewnictwa, ponieważ wtedy kiedy ja wchodziłam do tej branży, chociaż trzecia fala wyglądała trochę tak, że idziesz do kawiarni, prosisz o coś baristę, a on ci mówi: „Nie, nie zrobię tego. Na przykład Americano – poproszę Americano! Nie, nie zrobię ci, zrobię ci dripa...”. Weszła obsługa na „Ty”, bardzo bezpośrednia, czego ja też nigdy nie byłam w stanie osobiście przyjąć. Dla mnie to był taki przeskok, jak mogę do obcych ludzi mówić na Ty, od razu, po wejściu, nie znamy się przecież jeszcze! Więc jakby to była dla mnie taka zawsze bariera nie do przekroczenia. Tak samo ta pewność siebie baristów, w sensie chcieli sprzedać to co oni uważali za dobre, a nie to co właściwie po co gość przyszedł. Jakby tutaj ta trzecia fala kawowa trochę się przeplatała jeszcze z tym wejściem sieciówek na rynek, raczej wejściem, rozwojem sieciówek na rynku. Czy tym, że ludzie lubili wyjść na miasto z wielkim kubkiem ze znanej sieci na przykład i dla nich to była kawa, której potrzebowali. W sensie, dla nich to było takie coś ekskluzywnego, coś takiego, że w internecie się pojawiają, czy w serialach różnych pojawiają się ludzie, którzy idą

z takim dużym kubkiem na mieście i to jest taka forma takiego...

[KRZYSZTOF] Dowartościowania siebie, nie?

[SYLWIA] No właśnie.

[KRZYSZTOF] I w momencie, kiedy przychodzę do kawiarni i ktoś mi odmawia tego Americano, bo... bo nie – a taka była argumentacja, to mi się to bardzo nie podobało! Ja miałam zupełnie inne podejście do tego.

Takie bardziej otwarte. Zrobimy coś, co pan/pani lubi, coś, w czym jesteśmy dobrzy, ale damy możliwość wyboru, czy spróbowania. Spróbuj teraz to i może ci tak zasmakuje, że wrócisz po to następnym razem. Ja przyjęłam strategię w formie edukacji klientów. I od początku miałam tak, że jakby starałam się edukować swoich gości na tyle, na ile było to możliwe, bo nie wszyscy przychodzą po to, żeby czerpać wiedzę.

Niektórzy przychodzą po prostu, żeby złapać ten kubek kawy i wyjść. Więc ta trzecia fala właśnie bardzo burzliwie moim zdaniem przepłynęła przez rynek polski, ale czas trochę zweryfikował. I w tym momencie, jak spojrzymy sobie na gastronomię, jaka jest, to mam wrażenie, no pandemia też to trochę zweryfikowała, nie oszukujmy się, ale miejsca, które powstają z kawą, ze słodyczami, są bardzo takie indywidualne, tworzone przez pasjonatów, przez ludzi, którzy to czują. Dopiero do tej pasji dochodzi otoczka. W sensie, że idziemy, zjemy przepyszne ciasto, napijemy się przepysznej kawy do tego. To wszystko za jakością idą również ludzie. I w tym momencie chyba nie mogę nazwać tego tylko jakością surowca, ale mam wrażenie, że liczy się właśnie jedna i druga strona...

[KRZYSZTOF] To może ja tutaj spróbuję to podsumować jakby takim określeniem z angielskiego, oczywiście będzie to kalka, ale ona chyba najlepiej to oddaje. Myślę, że teraz mamy trochę taką falę dobrego *hospitality*, ogólnie rozumianego, czyli takiego – zaopiekowania. Takie ładne okrągłe polskie słowo. Zaopiekowania po obu stronach, czyli zarówno ten klient przychodzący i proszący o kawę, taką jaką lubi, musi otrzymać to zaopiekowanie, czyli poprowadzenie bardzo często za rękę, żeby w ogóle odkryć co on lubi, ale nie nachalne, nie takie z punktu widzenia to ja jestem Alfa i Omega i ja cię oświecę i tutaj wprowadzę w nowy świat. Tylko takie, które jest właśnie nastawione na edukację, o której wspominałeś.

I po drugiej stronie ten barista też musi czerpać radość z tego, że robi to, co sprawia mu przyjemność, widząc, że klient czuje się tak domowo w jego miejscu.

I coraz więcej kawiarni serwuje właśnie czy śniadania, czy ciasta, czy różnego rodzaju inne rzeczy będące zakąskami. Z tego właśnie powodu, że jakby ten rynek musiał skręcić w kierunku udomowienia trochę tej takiej fali nastawionej na ego. Ja to tak przynajmniej widzę.

[SYLWIA] Dla mnie to też jest trochę taka fala uleczenia tego co było. Tym bardziej, że w tym momencie mam wrażenie, że ważny jest nasz gość, który do nas przychodzi. Ważne jest to, żeby on wrócił po prostu. Wcześniej miałam wrażenie, że to się kończy przed barem, że ta więź jakby może się skończyć jedną wizytą. A tutaj chodzi o budowanie tej relacji.

[KRZYSZTOF] Zobacz, pandemia też to zweryfikowała! Wtedy przetrwały te kawiarnie, te miejsca, które miały owe relacje zbudowane, a te, które nastawione były na szybkie strzały, czyli cały czas nowego klienta, który to właśnie zostaje oświecony i co z tego, jak już nie wraca, bo się przestraszył, miały pod górkę.

Dobra, to teraz powiedz Sylwia przechodząc już do naszego głównego tematu. Teraz w 2023 roku, jeżeli mówimy w ogóle o kawie, to jak o niej mówić. Ja to pytanie zazwyczaj zadaję na końcu odcinków ze względu na to, że zdecydowaliśmy się oboje tak to poprowadzić dzisiaj – zadaję je teraz: Jak według Ciebie dzisiaj należy mówić o specjalty?

Czy właśnie o jakości surowca? Dlaczego ona ma znaczenie? No i jak to wygląda też po Waszej stronie, po stronie Coffee Plant?

[SYLWIA] Ja zawsze byłam osobą, która uważała, że ludzie powinni pić, po prostu, najlepszą wersję tego, co lubią i mogą pić. I tutaj jakby rozwój rynku palarni w Polsce, który jest ostatnim czasem bardzo dynamiczny, bardzo dużo powstaje palarni czy małych firm, które palą usługowo, ale swoje ziarno. Jakby dalej stawiam na tą edukację. Przede wszystkim jako konsument, który patrzy na tę branżę z boku albo słyszał, że kawa z palarni jest lepsza – przede wszystkim – powinien czytać etykiety, czyli to, jak dużo palarnia ma do powiedzenia na temat swojego ziarna.

Nawet może nie tyle do powiedzenia, ile wie i ile nie ukrywa. Jeśli powie wszystko o ziarnie, to znaczy, że to jest surowiec, któremu można zaufać. Bo tutaj wchodzi jeszcze inna działka, odwieczne pytanie, czy kawa jest zdrowa. Biorąc pod uwagę sam surowiec, to już nie będę wchodziła w temat doktorski. Myślę, że jest bardzo dużo badań na ten temat. Ale wyobraźmy sobie, że kawa jako surowiec, bo kawa jest owocem, ta kwestia również pozostaje cały czas do edukowania, ponieważ

niewiele osób sobie zdaje sprawę, że kawa na krzakach wygląda jak czerwone wiśnienki, czy w zależności od miany ma różne kolory, ale że te pestki w środku, które my znamy jako taką wypalony, brązowe ziarenka. To, że na krzakach są to pestki otoczone właśnie takim miąższem i to wygląda po prostu jak nasza polska rodzima wiśnia i z tymi owocami różne rzeczy mogą się zdarzać. To jest tak, jak z polskimi owocami, tak? Więc jakby w zależności od tego, co się tam może zdarzać, mogą wejść różne robaczki, pleśnie, grzyby itd. W momencie, kiedy wypalamy takie surowce, to nie do końca to widać po ziarnach. Ważne jest to, żeby jakby wiedzieć, co się pije po prostu. I tutaj ten wybór palarni, sam z siebie, czy kawy, żeby był podejmowany na tyle świadomie, żeby wiedzieć, czy ta kawa nam służy, czy nie. Czy ona jest dobrze wypalona, zgodnie z zasadami, że tak powiem. Czy nie jest czarna, czy spalona, nie błyszczy się, co również wpływa na jej funkcje zdrowotne.

[KRZYSZTOF] To może ja dopytam. Wspomniałeś o tym wszystkim, że o tych zasadach i teraz zastanawiam się, jak taki klient, który wchodzi w świat specjalty, ma tych zasad szukać, jak je ma poznawać? Teraz trochę nam się przykróciła ta fala *cuppingów*, czyli takich spotkań, na których można dowolnej kawiarni, która je organizuje, przyjść i spróbować po prostu posiorbać kawek różnych i się pod okiem Twoim czy innych przedstawicieli palarni, która akurat współorganizuje taki cupping, taki tasting, dowiedzieć się można sporo na takich wydarzeniach było i można nadal, ale w mniejszym spektrum o kawie. Mamy raptem kilka książek na polskim rynku, do których można faktycznie sięgnąć, ale co ty polecasz?

[SYLWIA] Ja bym porównała trochę rynek kawy specjalty, gdzie już mamy świadomość, że kawa może mieć inną jakość, taką bardziej prozdrowotną, że jesteśmy świadomi produktu, który kupujemy czy który spożywamy – do restauracji. Do kucharza, którego lubimy i do którego wracamy. Bo jakby, patrz ile mamy pizzerii na mieście...

[KRZYSZTOF] Czasami boję się patrzeć.

[SYLWIA] No właśnie, to jest produkt, wiadomo. Więc jakby nie dziwię się, że ktoś otwiera biznes z pizzą, ale jakby dlaczego wybieramy tę pizzerię, a nie inną? No możemy testować, ale dlaczego testujemy, a nie wracamy do tej, którą zamawialiśmy tydzień temu na przykład, nie?

To jest kwestia naszych kubków smakowych, tego czy nam coś posmakuje, tego czy pamiętamy ten smak tydzień później i chcemy do niego wrócić. I tak samo jest z kawą czy z palarniami. Jest tych palarni kilkaset, podejrzewam, w Polsce, czy z samych pieców, czyli marek kawy.

I dlaczego chcemy wrócić do tej, którą gdzieś tam próbowaliśmy. No dlatego, że tam posmakowała. A dlaczego posmakowała. No jedno to jest wybór surowca przez palarnię, ale to też jest tak, że każdy ma swoje założenia, swój smak i jakby roaster, czyli osoba, która wypala kawę, jednak ma swe preferencje, co on chce wyciągnąć z tej kawy.

Można wiele rzeczy podkreślać w kawie. Można podkreślać tę owocowość, można podkreślać słodycz, można podkreślać ilość goryczy, która występuje. Tutaj jakby na tę gorycz wpływa ciemniejsze palenie po prostu. Na kwasowość wpływa szybkość wypału na przykład, że jedną kawę możemy sprofilować na kilka różnych sposobów.

I teraz od tego konsumenta jakby zależy, który kucharz czy który roaster zrobi mu najlepszy produkt, który mu posmakuje, do którego będzie chciał chętnie wracać. To jest chyba takie kluczowe. Jeśli ktoś wchodzi w rynek specjalty, żeby wiedzieć, co mu smakuje, to nie da się tego zrobić w ciągu jednego dnia. *Cuppingi* na pewno pomagają, ale pamiętajmy, że one, czyli takie testowanie kaw, jest to duże ułatwienie w porównaniu kilku kaw, natomiast *cuppingi* są organizowane na kawach do przelewów, czyli bardziej jaśniej palonych. W sensie zmieniamy je. To jest bardzo zmienny element naszej branży, bo dzisiaj zaparzymy sobie jedno ziarno z tego kraju, jutro zaparzymy sobie inne ziarno, bo na takie mamy ochotę. Jest dużo większa zmienność, jest sezonowość w tych kawach przelewowych. Dlatego też może wciąga tyle ludzi, którzy lubią zmienność. Natomiast nie zapominajmy o ludziach, którzy mają ekspres w domu, wsypują kilogram kawy i tą kawę piją dwa, trzy razy dziennie. Tą samą. I jakby, dlaczego oni wsypują codziennie tą samą kawę i piją ją przez x miesięcy, powiedzmy? Co im zasmakowało? Wiesz, sypią kilogram kawy i będą się męczyć przez miesiąc, bo im nie smakuje.

Im więcej osób, które się przyzwyczajają do tej kawy, tym dla nas jest to większe docenienie nas, bo ktoś wybiera naszą kawę na co dzień, na kawę codzienną! Także to jest bardzo istotne.

[KRZYSZTOF] Tak i ta kawa codzienna, o której Ty wspominasz, to właśnie bardzo często oznacza jeszcze etap, że tak powiem, przed zgromadzeniem całego arsenału do parzenia przelewowych kaw w domu, od AeroPressu, począwszy, a skończywszy na Kalicie czy Moccamsterze, bo ktoś może nie być na to gotowy albo po prostu może nie chcieć.

On/ona chce nacisnąć guzik na ekspresie i chce otrzymać solidne espresso, na możliwości jakie daje ten konkretny sprzęt w domu. A nie oszukujmy się, jest różnica jakie tam ziarna wsypie, czy one będą lepsze, czy będą marketowe itd.

Więc jeżeli weźmiemy i wszystkich tych ludzi, którzy chcą tak właśnie pić kawę, włożymy do pudełka, zamkniemy pudełko i powiemy: Nie, nie, nie, z nimi nie rozmawiamy! To szkodzimy także rynkowi przelewowemu. Tam gdzie mamy super ekstra kawki, bo nie wiadomo ile za 250 g, to jednak też to na ten rynek będzie rzutowało, bo po prostu tam nie przyjdzie więcej ludzi. I myślę, że to jest też szalenie istotne, co ty powiedziałaś.

Jakbyś miała podsumować tę kwestię palarni, to wybór kawy z niej jakie ma zalety i wady według ciebie?

[SYLWIA] Zaletą na pewno jest ta świeżość palenia jednak. Kawa podczas palenia ogólnie zmienia swoją strukturę. Staje się jakby bardziej chrupka, w sensie zielone ziarno jest bardzo twarde i takie zbite. Natomiast podczas palenia kawa się zachowuje trochę jak popcorn, czyli jakby otwiera swoją strukturę, rozrywa jakby pory ziarna i olejki eteryczne, które są w środku, utleniają się, dzięki czemu mamy te aromaty. Ale nie oszukujmy się, im dłużej kawa leży, tym więcej tych aromatów traci. Dlatego zawsze się rekomenduje, że przez trzy do pięciu miesięcy kawa ma jeszcze takie optimum smaku. Później już zaczyna coraz bardziej te aromaty tracić.

Dlatego palarnie, a nie ze sklepowej półki, mamy zawsze gwarancję tej świeżości, co jest ogromnym plusem, jakby to czuć po prostu w smaku. Zwykle palarnie, nie chcę tu mówić za wszystkich, może powiem o nas, dzięki używaniu odpowiedniego sprzętu i tak dalej, możemy dbać o to, żeby żadne obce ciała się nie znalazły w kawie, a zdarzają się, jakby to jest produkt, w przeróżnych warunkach jakby jest selekcjonowany w krajach uprawiających kawę. Czyli mogą się trafić jakieś kamyczki, gwoździki i inne takie rzeczy. Także dzięki sprzętowi możemy zapobiec awarii młynkom na przykład w domowych ekspresach. Surowiec, jakość surowca, dzięki temu, że korzystamy z wysokiej jakości ziarna, tzw. specjalty.

Ziarna specjalty od niespecialty różnią się tym, że po prostu nie mają defektów albo mają te defekty takie znikome. Również na to są tabelki i ilość tych defektów dopuszczalna. I to się mierzy na próbce kawy 300-gramowej, zielonej.

W momencie, kiedy nie ma defektów, jest dopuszczona jako specjalty i później po wypaleniu jest poddawana ocenie Q-graderskie, czyli ocenianie tej kawy punktacją. Między 80 a 100 punktów, które możemy znaleźć na paczce, to jest właśnie ta ocena sensoryczna i tych atrybutów, które kawa w smaku może posiadać. Więc jak zobaczycie na naszych paczkach punktację, czyli kawa osiągnęła 86 punktów, to znaczy, że kawa zielona nie miała defektów, w tej próbce do 300 gram, czyli nie miała żadnego ugryzienia robaczka, żadnych grzybów, żadnych fermentacji,

żadnych takich różnych defektów. Czyli nie wpływa to konkretnie na smak i później na nasze zdrowie.

[KRZYSZTOF] To ja tutaj zrobię przecinek i dopowiem jeszcze jak to po ludzku rozpoznać, te defekty. No to jak np. ktoś mówi, że jest taka ohydna, gorzka kawa smakująca smołą, papierem albo nie wiem, zepsutymi ziemniakami, to no to właśnie tak *long story short* mówi o defektach zielonego ziarna, tylko nie jest tego świadomy, świadoma, bo nie musi. Ale to jest właśnie to, o czym Sylwia teraz pięknie nam tutaj referuje.

[SYLWIA] Zaletą spalarni jest na pewno ten bezpośredni kontakt z producentem, ponieważ wszystkie uwagi, czy coś z kawą jest nie tak, może się zadziać oczywiście. Zgłaszane są bezpośrednio do producenta, przez co ta droga między klientem a producentem jest skrócona do tak naprawdę jednej osoby. Dla nas też wszystkie uwagi są bardzo ważne, ponieważ możemy to zgłosić importerom. Importerom, plantatorom: Słuchajcie, coś się dzieje z tego z kawą. A jakby biorąc pod uwagę to, że zbiory, szczególnie mam na myśli te kawy, na które się musimy zakontraktować na cały rok, czyli na przykład nasza Brazylka kochana. Jeśli zbiory są raz w roku, to my, biorąc pod uwagę to, że to jest nasz klasyk w ofercie, musimy mieć kontrakt na cały rok tego ziarna. A wiadomo, że nie mamy tyle miejsca w palarni, więc odbieramy od importera po kilka palet po prostu, żeby też tutaj nie mieć magazynu dużego. I w tej drodze transportu również coś się może zadziać. Może się przedziurawić worek, może się dostać tam jakaś wilgoć, może coś się zadziać. My po to prowadzimy *quality control cuppingi*, żeby sprawdzać jakość tych ziaren, które wychodzą od nas z palarni, ale nie jesteśmy w stanie przetestować każdej paczki, która od nas wyjdzie. Dlatego ten skrócony proces, nie chcę mówić reklamacyjny, ale po prostu ten kontakt z palarnią jest w tym momencie bardzo, bardzo wygodny.

Biorąc kawę z marketowej półki, tak naprawdę nie wiem, co jest w środku. Ja mam takie zadanie domowe dla wszystkich pijaczy kawy marketowych, żeby poczytali po prostu etykiety. Co tam w środku jest! Jedynym zabiegiem marketingowym, który na półkach można zobaczyć, to czy jest 100% Arabica. Więcej informacji tak naprawdę nie ma, chociaż można zauważyć już trend, że coraz więcej producentów robi swoje kolejne linie, które są bardziej premium, gdzie już informują np. o kraju, z którego ta kawa pochodzi.

[KRZYSZTOF] Tak, aczkolwiek jeszcze warto też wspomnieć o Biedronce na przykład, która też ma znaną z branży specjality osobę, która jest ich konsultantem sensorycznym. I tutaj w Biedronce coraz częściej widzimy już tych wypałów, takich

Można powiedzieć nawet, że specjalty w niektórych przypadkach na półkach jest ich więcej i tam już mamy właściwie etykietę z opisem takim jak często od was, a może trochę bardziej koślawym, ale jednak, gdzie te wszystkie informacje są. I to jest Biedronka. Zaraz sobie jestem w stanie wyobrazić, że inne sieciówki zaczną naturalnie też tak to robić, bo będą musiały, bo klient jest coraz bardziej świadomym klientem. Dokładnie, dokładnie.

[SYLWIA] Wydaje mi się, że Lidl już ma swoją palarnię też, ale spójrzmy na ten rozwój rynku. Kto by 5 lat temu pomyślał, że branża specjalty, czy ta świadomość będzie na tyle wysoka, żeby robić na tym poziomie sklepów marketowych już marketing!

Chodzi o jakość surowca, skąd pochodzi itd. Wręcz konsument potrzebuje już tych informacji, żeby podjąć świadomy zakup. Dla mnie rynek specjality, tak dopowiem, to zawsze była trochę taka mała sieciówka, nie, gdzie niby każdy lokal jest inny, ale jednak gramy do jednego, no worka, że tak powiem, do jednej bramki.

[KRZYSZTOF] To prawda.

[SYLWIA] Cały rynek specjalty w ogóle powstał po to, żeby ta transparentność była dużo wyższa, czyli że my wiemy. My przekazujemy feedback plantacjom, plantacje robią co mogą, żeby ten produkt był coraz lepszy, jakby inwestują w to, a nie, że wszystkie całe plony swoje lądują po prostu na giełdach i sprzedają po najniższej cenie, tylko dzięki temu, że ta branża się rozwija, że my mamy wyższą świadomość tego, co pijemy, to również im plantatorzy chcą podążać za nami i dostarczać nam jak najlepszy produkt, a przy tym niestety idzie cena, więc im więcej, im ta świadomość też jest wyższa o smaku, że ta kawa jest wyjątkowa i ma takie atrybuty, które mogą się spodobać ludziom, za którą ludzie będą w stanie więcej wydać pieniędzy, to plantator też na tym zyskuje. Dużo więcej może zarobić na tej kawie, a jak więcej zarabia, to po pierwsze on ma lepsze życie, jego rodzina ma lepsze życie, może zainwestować w kolejne jakby obsadzenia drzewek, może zainwestować w swoje laboratorium, bo to też nie jest takie oczywiste w wielu krajach, że plantacja ma swoje laboratorium, gdzie mogą sprawdzić smak kawy.

Wszyscy korzystają, prawda? I tutaj ta wada główna całego rynku specjalty to to, że w związku z tym, iż tyle ludzi uczestniczy w tym, żeby ta kawa smakowała tak jak smakuje, to niestety to wszystko wchodzi na cenę. I nie oszukujmy się, rynek specjalty jednak ma wyższe ceny, no kawa z palarni. Oczywiście, że tak. A to tylko i wyłącznie kwestia tego, że my nie kontraktujemy, że my nie kupujemy całych zbiorów plantacji. To plantacja sprzedaje do importera, który ma kolejnych setkę klientów na tą samą kawę na przykład, nie. To wszystko wpływa na cenę.

[KRZYSZTOF] Tak, to prawda. Z drugiej strony sobie zobacz jeszcze na to, że jak polecisz gdziekolwiek w świat i będziesz szukała właśnie, czy to sieciówek, nie wiem, Blue Bottle Coffee jest dobrym przykładem ze Stanów Zjednoczonych czy z innych krajów. Ale takich miejsc, które może już są sieciówkami, ale jednak fajnie da się tam znaleźć dobry drip, dobry przelew czy *single origin*. Ceny tego wszystkiego, pomijając nawet różnice w kursie dolara, euro do złotówki do jakiegokolwiek waluty świata, jakimś magicznym sposobem będą mniej więcej tak samo wyważone, mniej więcej równe. Natomiast przepaść między kawą taką laną z hotelowych maszyn po prostu na stacjach benzynowych w Polsce, a gdziekolwiek indziej na świecie, no to to już jest totalnie co innego. To przeważnie jest najbardziej dostępna, no bo też siłą rzeczy – najtańsza kawa. To tak z moich obserwacji.

[SYLWIA] Tu też uważam, że to się zmienia, bo kiedyś np. prowadziłam szkolenia właśnie tego typu. Czym się różni świeżo palone ziarno od marketowego? Więc kupienie kiedyś kawy marketowej, to zawsze były błyszczące węgle w paczce kawy, a ostatnio zauważyłam, że coraz więcej kaw już idzie w jaśniejsze palenia. Tylko problem jest taki, że wiele koncernów kawowych nie kupuje kawy specjalty, gdzie jaśniejsze palenie niestety wydobywa te defekty, nie. Nie zasłonimy ich ciemniejszym paleniem! I tu się nagle pojawia taki problem, nie? Bo fajnie, że idą w jaśniejsze palenie, fajnie, że mają świadomość, że jakby jaśniejsze palenie jakby podkreśla walor kawy, ale w momencie, kiedy użyjemy złego surowca z defektami, to nagle to jaśniejsze palenie wcale nie jest takie super. I to da się wyczuć w kawach marketowych właśnie. To jest jakby takie problematyczne trochę. No ale faktem, że coraz rzadziej widzę takie oleiste czarne jeziora.

[KRZYSZTOF] Chyba, że pójdziesz do pewnej sieciówki, o której nazwy nie powiedzieliśmy w tym odcinku na szczęście i zobaczysz na młynki... To tam zdecydowanie mogłabyś ten olej skrobać. Na koniec jeszcze powiedz o Coffee Plant, bo za niedługo będą wasze piąte urodziny. Dziś jeszcze nie będziemy ich świętować, ale no takie są fakty. To już druga palarnia taka z słynniejszych w Polsce, która no właściwie można powiedzieć przetrwała tą piątkę i radzi sobie całkiem nieźle. Także już dziś mogę powiedzieć: *Congrats(!)*, a chciałem podpytać o wasze linie kawowe, bo też żeby to wybrzmiało, oczywiście zachęcam do odwiedzenia portfolio Coffee Plant.

Linki znajdziecie w opisie do tego odcinka i pod adresem boczemunie.pl/295/. Ciebie Sylwia poproszę, żebyś nam krótko powiedziała, jakie te linie takie stałe macie w ofercie właśnie jako Coffee Plant, no i dla kogo te linie są?

[SYLWIA] Nasze portfolio składa się z kilku linii. Zaczynamy od tak naprawdę metod, które wybieramy.

Czyli wybieramy albo espresso, kawy mleczne, czy powiedzenie w kawiarni. I druga linia do filtru. I teraz wybierając kawę do ekspresów mamy kawę w czarnych paczkach, które są naszymi klasykami w ofercie i pozycjami stałymi. Znajdziecie tam nasze *single* tak naprawdę, bo spróbujecie kaw z Brazylii, z Hondurasu, z Kolumbii czy z Guatemali.

Mamy również linie kaw sezonowych, które profilujemy pod konkretną nazwę.

Mamy tzw. nasz hit sprzedażowy chyba, Chocolate Bomb. W środku ziarna zmieniamy sezonowo, natomiast zawsze wybieramy kawę, która ma profil czekoladowy. I w tej samej linii możecie znaleźć również coś bardziej owocowego dla smakoszy, aczkolwiek jest to kawa bardzo kontrowersyjna zawsze i wzbudza najwięcej emocji, ponieważ, jak wiemy, jakby kwasowość nie do końca jest ulubiona dla osób, które na co dzień piją kawę.

Do filtrów tak naprawdę bardzo podobna sytuacja. Mamy kawy sezonowe, są to kawy z konkretnych plantacji lub mikroregionów, które się zmieniają jak się skończą tak naprawdę, czyli nawet nie sezonowo, ale mamy również linię FLOW, która jest stworzona do szybkich przelewów. Mamy tak zwany Juicy Fruit, czyli bardzo cytrusową kawę z nutami kwiatów, praktycznie zerowa goryczka. Mamy kawy z czerwonymi nutami owocowymi. Smaki podobne do dżemu. Słodkie. Mamy brownie, czyli takie czekoladowo-orzechowe bez kwasowości oraz FLOW mellow, która jest bezkofeinowa do przelewu.

Jako pierwsi w Polsce również stworzyliśmy kapsułki specjalty, rozkładające się już w domowych warunkach. A to, co je wyróżnia na rynku, to to, że w środku jest właśnie kawa specjalty. Natomiast mamy chwilę przestój w produkcji, więc za chwilę wróci. Przed nami bardzo, bardzo gorący czas!

Za chwilę święta, Black Week, więc dużo pracy przed nami. Urodziny świętujemy w połowie lutego i zaczynamy na festiwalu kawy na Stadionie Narodowym, więc więcej na pewno informacji wkrótce, ale mogę już taką zajawkę puścić, że się widzimy i świętujemy, zaczynamy świętować na Stadionie Narodowym, więc na grubo w tym roku.


Wracając do oferty, myślę, że każdy znajdzie coś fajnego, w razie czego ja jestem do dyspozycji na social mediach naszych. Zawsze można pytać, napisać, pomożemy w doborze ziarna. Nigdy nie ma głupich pytań, więc śmiało piszcie!

[KRZYSZTOF] Bardzo Sylwia dziękuję za twoją wiedzę i mam nadzieję, że to dopiero początek takich ważnych wydarzeń na waszej kawowej *roadmapie* na 2024 rok. Też, jako Coffee Plant, ale również jako każdy i każda z was, bo przecież Coffee Plant tworzą ludzie i dlatego każdemu z waszej ekipy życzę, aby ten rozwój osobisty też był dla was coraz większy, coraz szybszy, bardziej energiczny i żebyście zmieniali ten nasz kawowy świat.

Tak jak robią to zresztą inne również palarnie w Polsce, bo ten nasz polski kawowy świat, specjalty, naprawdę jest potężny i polecam poszukać sobie ilości kawiarni na metr kwadratowy za granicą. Zdecydowanie zdziwicie się w jak uprzywilejowanym miejscu Polska tutaj na tej kawowej mapie świata nawet stoi. Dziękuję Sylwia.

[SYLWIA] Bardzo dziękuję.

[MUZYKA]

Raz jeszcze, na koniec, żeby nie umknęło. Przypominam, zostaw na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#) taką liczbę  gwiazdek, jaką uznasz za stosowną.

Do usłyszenia w kolejnym odcinku, a za dziś bardzo dziękuję.

[MUZYKA CICHNIE – KONIEC ODCINKA]