



KAVOS TENDENCIJOS 2026 METAIS

KAIP VARTOTOJŲ LŪKESČIAI
FORMUOJA KAVOS KULTŪRĄ

PAULIG PRO

UNLOCK A WORLD OF FLAVOUR

KAVOS TENDENCIJOS 2026 METAIS

KAVOS VARTOJIMAS sparčiai kinta, taip pat kaip ir vartotojų norai ir lūkesčiai. Dėl šių priežasčių kavos prekių ženklai turi prisitaikyti prie vis įvairesnių poreikių.

**2026 METAIS PAGRINDINĖS
TENDENCIJOS SUSIJUSIOS SU:**

- 1. SVEIKATA**
- 2. KOKYBE IR VERTE**
- 3. TVARUMU**
- 4. SKONIU**
- 5. PRAKTIŠKUMU**

**ATRASKITE
PAULIGSKONIO
EKSPERTO
PATARIMUS!**

Pateikiame išsamią apžvalgą apie kavos kultūros ateitį, atsižvelgdami į socialinių tinklų įtaką!

1.

SVEIKATA



Vis daugiau vartotojų susimąsto apie vartojamo kofeino kiekį. Jungtinėje Karalystėje 40 proc. vartotojų stengiasi sumažinti kofeino vartojimą, o tarp 20–34 metų amžiaus vartotojų šis rodiklis siekia net 58 proc. JAV 25 proc. geriančiųjų kavą nori išbandyti gėrimus, turinčius mažesnį kofeino kiekį, o Ispanijoje 54 proc. vartotojų yra susirūpinę kavos poveikiu miegui.

ŠIS POKYTIS skatina produktų be kofeino paklausą. Vartotojus itin vilioja natūralūs produktai be kofeino ir produktai, kuriuos galima vartoti vakare. ES žalios kavos be kofeino importas 2023 m. išaugo beveik 37 proc. ir pasiekė 21 754 tonas – beveik dvigubai daugiau nei 2016 m. Tai yra ilgalaikės tendencijos požymis.





SALDUMAS YRA dar vienas su sveikata sietinas rūpestis. Daugelis vartotojų, ypač jaunesnės kartos, mano, kad kavos ir arbatos gėrimai yra per saldūs. JAV net 66 proc. Z kartos ir 61 proc. tūkstantmečio kartos atstovų pritaria šiai nuomonei. Tai atveria galimybes ne tokioms saldžioms, bet tikrai ne ką mažiau skanioms alternatyvoms. Tos pačios ataskaitos rezultatai rodo, kad tik 49 proc. vyresniosios kartos atstovų mano, jog gėrimai yra per saldūs. Todėl būtinai atsižvelkite į savo klientų grupę ir jų pageidavimus.

EUROPOS MAČIOS RINKA 2023 m. uždirbo 513,2 mln. JAV dolerių pelną. Prognozuojama, kad nuo 2024 iki 2030 m. ši rinka kasmet augs maždaug 9,3 proc. Nors mačios sudėtyje yra mažiau kofeino nei puodelyje kavos, ji padeda išlaikyti budrumą daug ilgiau – pasak kai kurių, nuo trijų iki šešių valandų. Ir be jokios nerimo rizikos. Todėl mačia yra gera alternatyva tiems, kurie nori pajusti energijos antplūdį, bet yra jautrūs kofeinui.

**PAULIG
SKONIO
EKSPERTO
PATARIMAS!**

APSVARSTYKITE galimybę į savo meniu įtraukti sirupus be cukraus arba, idealiu atveju, gardinkite kavą natūraliais ingredientais be cukraus, pavyzdžiui, cinamonu ar medumi, kurie yra šiek tiek sveikesnė alternatyva baltajam cukrui. Taip pat nepamirškite savo klientams pasiūlyti aukštos kokybės kavos be kofeino. Pastaraisiais metais kavos be kofeino gamyba ir prekyba smarkiai pažengė į priekį, nes netgi tie, kurie vengia kofeino, nusipelno aukštos kokybės kavos patirčių.



2. KOKYBĖ IR VERTĖ



Kavos kainų kilimas, kurį lemia tiekimo grandinės sutrikimai ir muitai, skatina didesnį jos vartojimą namuose. Dėl šių priežasčių padidėjo susidomėjimas prieinamomis alternatyvomis, pavyzdžiui, privačiais prekių ženklais ir tirpios kavos produktais. JAV tirpios kavos suvartojimas padidėjo nuo 23 proc. 2023 m. iki 29 proc. 2024 m.

TAČIAU aukštos kokybės produktai išlieka patrauklūs. Vartotojai aukštos kokybės kavą laiko įperkama prabanga – taip mano 55 proc. Jungtinės Karalystės vartotojų. Vokietijoje 42 proc. vartotojų yra pasirengę mokėti daugiau, jei gautų informacijos apie kavos pupelių kilmę. Prekių ženklai gali pateisinti aukštesnes kainas pasakodami įtikinamas istorijas apie kilmės vietą: kodėl tam tikros kavos pupelės yra „per geros, kad jas būtų galima naudoti mišiniuose“, arba kaip skonis ir aromatas skiriasi priklausomai nuo derliaus ar rūšies.



KAVINĖS SVARSTO KAIP SUKURTI ĮSIMINTINĄ PATIRTĮ

Vartotojai ieško to, ko negali atkurti namuose – atmosferos, individualumo ir unikalių pasiūlymų. Tai itin svarbu jaunesnėms kartoms. Infliacija taip pat „privertė“ vartotojus išmokti ruošti puikaus skonio kavą namuose, tarsi įteikę jiems reikiamas priemones, išmokę reikiamų įgūdžių ir pažadino smalsumą bei drąsą eksperimentuoti. JAV Z kartos vartotojų išsakyta nuomonė: „Kavą ar arbatą pirkti ne namuose verta tik tuo atveju, jei ji ypatinga, tokia, kokios negaliu paruošti pats.“



VARTOTOJŲ PASIRINKIMAI maitinimo paslaugų kavos segmente vis labiau priklauso nuo kokybės ir noro patirti unikalių patirčių. 2025 m. net 36 proc. JAV vartotojų teigė, kad jie perka daugiau kavos gėrimų maitinimo paslaugų vietose, nes nori išbandyti aukštos kokybės kavą, o kiti 36 proc. tai darė dėl galimybės išbandyti naujus ir įdomius gėrimus. Tuo tarpu tik 21 proc. kaip pagrindinę priežastį nurodė mažesnes kainas.

TAI AIŠKIAI RODO, kad kaina nėra pagrindinis veiksnys – vartotojai ieško aukštos kokybės ir naujų skonio patirčių. Aukštos kokybės kavos pasiūla yra ne tik sumanus žingsnis, bet ir būtina sąlyga, norint patenkinti dabartinius klientų lūkesčius ir tapti išskirtiniais šioje konkurencingoje rinkoje.

SVARBU suprasti, kad aukštos kokybės kava yra jūsų verslo pajamų šaltinis. Nors už kilogramą aukštos kokybės pupelių mokate daugiau, klientai taip pat yra pasirengę mokėti šiek tiek daugiau už puodelį kavos (apie 20 centų), todėl jūsų pelnas proporcingai didėja. Nėra pateisinama nustatyti aukštesnę kainą už kavą, kurią siūlo greta esanti kavinė arba kurią klientai gali lengvai įsigyti prekybos centre.

**PAULIG
SKONIO
EKSPERTO
PATARIMAS!**



3.

TVARUMAS

Sąmoningumas klimato atžvilgiu daro vis didesnę įtaką vartotojų pasirinkimams. Jaunesnės kartos tikisi, kad prekių ženklai imsis aktyvių veiksmų tvarumo srityje, atsižvelgdami į įvairius aspektus. Tai puikiai atspindi augantis susidomėjimas ekologiškais pakuotėmis, etišku žaliavų tiekimu ir aplinkosaugos reikalavimais.

PREKIŲ ŽENKLŲ ATSAKAS – pristatomi nauji produktai ir akcentuojamos tvaros žaliavos bei gamybos būdai. Tvarumas nebėra tiesiog papildomas privalumas – jis tampa pagrindiniu veiksnio, kuriuo siekiama užsitarnauti vartotojų pasitikėjimą.





AUKŠČIAUSIOS KOKYBĖS RŪŠINĖS KAVOS RINKA Europoje sparčiai auga, o jos metinis augimo tempas iki 2030 m. turėtų siekti 13 proc. Šią augančią paklausą didžiąja dalimi skatina vartotojai, ieškodami aukštos kokybės ir išskirtinių kavos potyrių. Daugelis taip pat yra pasirengę mokėti daugiau už kavą, kurios kilmės istorija yra išskirtinė – ypač už tą, kuri pabrėžia atsakomybę už aplinką, socialinį poveikį ir kitas platesnes tvarumo vertybes. Pasauliniu mastu šį pokytį lemia jaunesnės kartos, kurias itin įkvepia etiškas tiekimas ir tvarūs metodai.

MAŽDAUG 11 PROC. kavos puodelio anglies dioksido pėdsako sudaro kavos ruošimo procesas, tačiau pieno atliekos dažnai lieka nepastebėtos. Tik 20 ml perteklinio pieno kiekio padidina anglies dioksido pėdsaką, taip pat ir sąnaudas. Kavinėje, kurioje per dieną parduodama 100 kavos puodelių, šios atliekos sudaro maždaug 1 400 EUR per metus. Praktikoje baristai pieno dažnai įpila net 50 ml per daug, todėl metinės sąnaudos viršija 3 600 EUR. Pieno atliekų mažinimas yra vienas iš greičiausių būdų sumažinti kavos poveikį klimatui ir padidinti pelningumą.

Kapučinui paruošti reikia 150 ml, o latei – 250 ml pieno!

**PAULIG
SKONIO
EKSPERTO
PATARIMAS!**



4. SKONIS



Dabar kavos mėgėjai nebesitenkina tradiciniais skoniais. Jaunimas nori pritaikyti gėrimus pagal savo skonį, naudodami sirupus, grietinėlę ir unikalius skonių derinius. Nors klasikiniai skrudinimo lygiai išlieka svarbūs, vis populiariaresni tampa sezoniniai ir pasaulio įkvėpti skoniai, taip pat funkciniai komponentai, tokie kaip antioksidantai ir prebiotikai.

IŠ ANKSTO GERTI PARUOŠTOS (RTD) kavos segmentas plečia savo skonių paletę. Populiariausi skoniai yra *Dulce de Leche* (karamelizuoto saldinto sutirštinto pieno), vanilės, saldžių dribsnių ir čiurų. Šaltai brandintos kavos gėrimai itin populiarūs tarp Z kartos atstovų: 49 proc. jaunųjų kavos gėrėjų Jungtinėje Karalystėje teigia, kad šie gėrimai skanesni už įprastą kavą. JAV 38 proc. tūkstantmečio kartos atstovų ir 35 proc. Z kartos suaugusiųjų mano, kad lediniai kavos gėrimai ypač skanūs. Pasaulinės iš anksto gerti paruoštos kavos rinkos mastas 2024 m. buvo įvertintas 29,44 mlrd. JAV dolerių, o 2030 m. jis turėtų pasiekti 42,46 mlrd. JAV dolerių, nuo 2025 iki 2030 m. augdamas maždaug po 6,2 proc. kiekvienais metais.

DAUGIAU NEI PUSĖ vyresniosios kartos atstovų teikia pirmenybę šviesaus skrudinimo kavai, bet susidomėjimas vidutinio bei tamsaus skrudinimo kava ir toliau auga. Kita vertus, aukščiausios kokybės rūšinė kava su vaisių poskoniu labiau patinka jaunesnėms kartoms.





TŪKSTANTMEČIO IR Z KARTOS akivaizdžiai skatina drąsesnių skonių patirčių paiešką ir lemia funkcinį kavos gėrimų paklausą. Remiantis 2025 m. duomenimis, šios kartos labiausiai domisi šviesaus skrudinimo kava, unikaliais sezoniniais skoniais ir kava, kurios sudėtyje yra funkcinio komponentų, tokių kaip adaptogenai ar antioksidantai. Pavyzdžiui, 27 proc. Z kartos ir 19 proc. tūkstantmečio kartos atstovų mano, kad šviesaus skrudinimo kava yra patrauklesnė. Be to, šie jaunesni vartotojai yra atviresni visame pasaulyje populiariai ir vaisių poskonio bei aromato kavai, kuri vyresnėms kartoms yra ne itin patraukli. Šie pomėgiai atspindi platesnį norą ieškoti ir atrasti naujovių bei asmeninio pasirinkimo galimybių ir mėgautis nauda sveikatai, todėl Z ir tūkstantmečio kartų atstovai yra pagrindinė auditorija, lemianti naujoves produktų kūrimo ir rinkodaros strategijų srityse.

PAULIG SKONIO EKSPERTO PATARIMAS!

SVARBU klientams siūlyti klasikinius skonius, pavyzdžiui, sūrios karamelės, šokolado ir vanilės, kurie puikiai dera su PAULIG *Cold Brew* kavos koncentratu. Taip pat rekomenduoju kartas nuo karto atnaujinti meniu naujais ir įdomiais skonių deriniais, pavyzdžiui, avižų gėrimu su pistacijų sirupu. Bananų ir vyšnių skonio kavos gėrimai taip pat tampa populiariūs.

DALINAMĖS DAUGYBE kavos gėrimų receptų ir rekomenduojame išbandyti ledinę bananų pyrago skonio latę, kuri be abejonės yra itin populiari socialiniuose tinkluose! Naujovės vilioja vartotojus, todėl svarbu kurti patirtis, kurių jie negali arba paprasčiausiai nenori atkurti namuose.

Pasitelkite įvairiausias elementus savo puikiausiam kavos gėrimui paruošti – pavyzdžiui, krembriulė latei!



5.

PRAKTIŠKUMAS



Praktiškumas tapo pagrindiniu veiksnio renkantis kavą. Kavos mišiniai ir iš anksto gerti paruošti produktai tampa vis populiarešni, ypač tarp jaunesnių vartotojų. Jungtinėje Karalystėje populiarėja maitinimo paslaugų stiliaus kavos mišiniai, o JAV sparčiai auga tirpios kavos produktų pardavimai. Iš anksto gerti paruošta kava, savo sudėtyje turinti didelį kofeino kiekį, taip pat tampa konkurente energiniams gėrimams, parduodamiems atvėsintų produktų skyriuje.

VISIŠKAI AUTOMATINIAI kavos aparatai yra dar vienas svarbus laimėjimas. Šie aparatai vienu mygtuko paspaudimu atlieka visą procesą – nuo pupelių malimo iki pieno putos paruošimo. Jie tapo įprastu reginiu viešbučiuose, degalinėse, biuruose ir vis dažniau namuose dėl patogios „nuo pupelės iki puodelio“ sistemos.

NORS RŪŠINĖS AUKŠČIAUSIOS KOKYBĖS

kavos kultūra tradiciškai šlovina amato meistriškumą ir baristų indėlį, požiūris į procesų automatizavimą keičiasi. Naujos technologijos, tokios kaip automatiniai grūstuvai (tamperiai) ir pieno putų plakikliai, vis labiau vertinamos, nes jos sumažina žmoniškųjų klaidų skaičių, užtikrina nuoseklumą ir padidina darbo našumą.





ISTORINIS ŽINGSNIS Į PRIEKĮ: *Specialty Coffee Association (SCA)* 2024 m. pirmą kartą patvirtino visiškai automatinį espresso aparatą kaip oficialų Pasaulio latės meno čempionato prietaisą, pabrėždama, kad procesų automatizavimas papildo, o ne iš esmės pakeičia kavos meną, kurį kuria savo srities meistrai.

PASIRINKTAS APARATAS, *Thermoplan Black&White 4 CTS*, tapo oficialiu konkurso aparatu 2024–2027 m. Po griežto SCA atrankos proceso jis buvo pripažintas už išskirtinę kokybę ir naujoviškas *AutoSteam* bei *AirSteam®* technologijas, kurios leidžia pagaminti idealią pieno putą latės menui kurti. *Thermoplan* – svarbus PAULIG partneris. Jis taip pat atsidavęs tikslui populiarinti aukštos kokybės kavą ir skatinti inovacijas aukščiausios kokybės kavos pramonėje.

**PAULIG
SKONIO
EKSPERTO
PATARIMAS!**

ASMENIŠKAI IŠBANDEŲ ir dirbęs su visiškai automatišku kavos aparatu *Thermoplan 4 CTS*, ir kaip jau žinome, *Thermoplan* yra oficialus Pasaulio latės meno čempionato partneris, galiu patvirtinti, kad pieno kaitinimo ir putų plakimo kokybė yra tokia pat gera kaip ir tradicinio espresso aparato.

Todėl šis kavos aparatas yra puikus sprendimas įstaigoms, kuriose aptarnaujama daug klientų ir kuriose lygiai taip pat svarbu tiekti aukštos kokybės kavą iš Paulig PRO asortimento bei užtikrinti idealų klientų aptarnavimą.



SOCIALINIAI TINKLAI



2025 m. kavos tendencijas labiau nei bet kada anksčiau formuoja socialinių tinklų estetika ir greitas informacijos plitimas. Tokios platformos kaip *TikTok* ir *Instagram* kavą pavertė ne tik gėrimu, bet ir vizualine patirtimi – svarbu ne tik skonis, bet ir tai, kaip ji atrodo jūsų naujienų sraute.

KAIP IR DALGONA kava, kuri pandemijos metu tapo pasauline sensacija, taip ir naujosios interneto sensacijos, tokios kaip *Coconut Cloud Coffee* ir *Tahini* latė, tapo itin populiarios, o jų paieškos populiarumas išaugo net iki 900 proc.

Šių metų tendencijos akcentuoja vizualinį patrauklumą, tvarumą ir gerą savijautą – nuo mačios ir espresso mišinių iki latės su adaptogenais ir naujoviškų gėrimų su šaltai brandinta kava, kokosu ar levandomis.

Dabartinėje skaitmeninėje kultūroje akį traukiantis kavos vaizdas yra beveik toks pat svarbus kaip ir pats gėrimas – tai liudija, kad kavos populiarumas dabar priklauso tiek nuo skonio, tiek nuo vizualinio pateikimo.

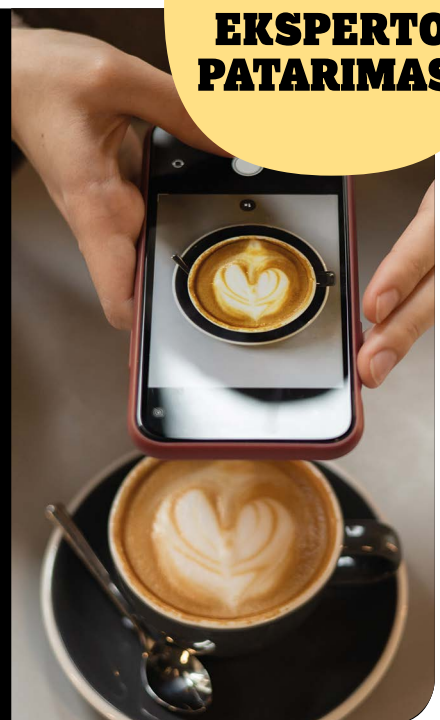




NE TIK kavos gėrimų tendencijos, bet ir socialiniai tinklai yra puiki terpė atrasti naujus socialinius reiškinius. Ypač įdomi tendencija yra blaivybės judėjimo įkvėpti „rytiniai kavos susibūrimai“ – žmonės anksti ryte susirenka kavinėje, kad pasiklausytų puikios didžėjos muzikos, išgertų kavos ir tiesiog smagiai praleistų laiką be alkoholio. Tai puiki nauja tendencija ir idealus būdas pradėti dieną su teigiama energija!

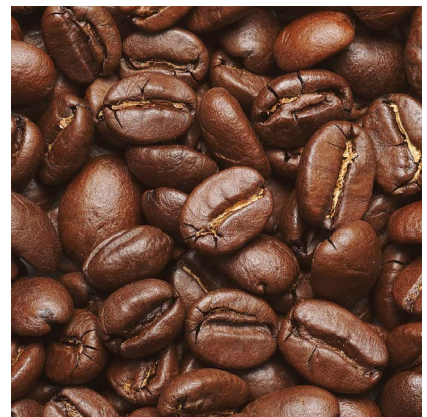
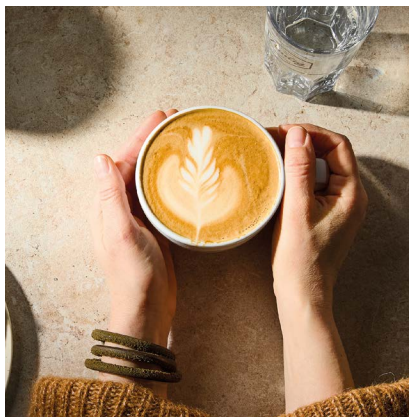
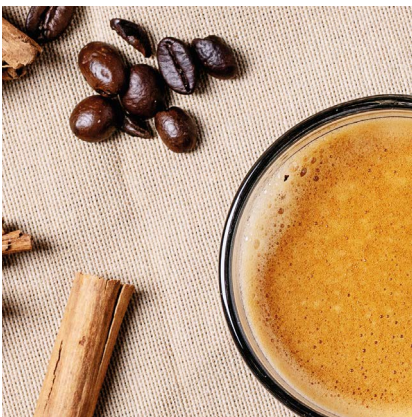
**PAULIG
SKONIO
EKSPERTO
PATARIMAS!**

ATRASKITE KELETĄ su kava susijusių socialinių tinklų paskyrų, kurios skirtos išskirtinai šiai temai. Pavyzdžiui, James Hoffmann (@jimseven), kuris yra vienas iš labiausiai mus įkvepiančių kavos pasaulio atstovų. Taip pat rekomenduojame sekti keletą pasaulinio lygio kavos skrudyklų paskyrų (pavyzdžiui, @bluebottle), kad susipažintumėte su dabartinėmis tendencijomis ir stebėtumėte jų vizualinę kalbą socialiniuose tinkluose. Jei norite neatsilikti nuo sparčiai besikeičiančių kavos tendencijų, siūlome naršyti *TikTok* naudojant tokius raktažodžius kaip *Coffeetok*, *Coffee recipe* ir *Viral coffee drinks*. Tokiu būdu galėsite lengvai atnaujinti savo kavos meniu naujausiais populiariais gėrimais!



KAVOS TENDENCIJOS 2026 METAIS

ŠTAI IR APAŽVELGĖME svarbiausias kavos tendencijas. Tikimės, kad jos suteiks naujų idėjų ir leis klestėti jūsų verslui. Būtina sąlyga – suprasti savo tikslinę klientų grupę ir jos poreikius. Apsvarstykite, kaip jūsų kavinė gali tapti išskirtiniu traukos centru konkurentų apsuptyje, kas motyvuoja vartotojus rinktis būtent jūsų prekių ženklą, o ne parduotuvėse parduodamus produktus.



ŠALTINIAI:

„Mintel“ ataskaita *Maisto paslaugų sektoriaus kava ir arbata*, JAV, 2025 m.

„Grand View Horizon“ *Europos mačios rinkos dydis ir perspektyvos 2023–2030 m.*

„Mintel“ ataskaita *Kavos ateitis 2025 m. CBI. Kokios tendencijos suteikia galimybių, o kokios kelia grėsmę Europos kavos rinkai?*, 2025 m. balandis.

„Perfet Daily Grind“ *Kaip tobulėja visiškai automatiniai kavos aparatai*, 2025 m. spalio

„WhaTech“ *Maisto ir gėrimų rinkos tyrimų archyvas*, 2025 m. rugpjūtis

„UK Synergy Taste“ *Europos iš anksto gerti paruoštos kavos ir arbatos rinka*