

Výběrová káva srozumitelně - doubleshot jde novými obaly vstříc i laikům

17.4.2024 - | PROTEXT

„Ustoupili jsme z popisů detailními chuťovými deskriptory, což je asi nejzásadnější změna a hlavně je to ve světě výběrové kávy velmi neobvyklé. Nově na obalech máme obecnější chuťové skupiny. Podle naší zkušenosti totiž zákazníci chuťové deskriptory často v kávě nedokázali najít, což vedlo někdy i ke zklamání ze samotné kávy. Vyžadují totiž trénované chuťové buňky a některé metody přípravy určité chutě navíc potlačují. Přitom zákazníci možná i trochu pod tíhou trhu nabízejícího kávy ochucené někdy dokonce čekají, že ta chuť z deskriptorů bude dominantní. Proto jsme je nahradili třemi skupinami, které odpovídají základním chuťovým typům. A podle nich jsou sáčky barevně odlišené, takže je orientace v nabídce nyní jednodušší,“ vysvětluje Jaroslav Tuček, spoluzakladatel doubleshotu, motivaci, která stála za změnou v prezentaci káv.

Neznamená to, že by doubleshot jakkoliv slevoval ze svých kvalitativních standardů nebo přestal nabízet kávy z rukou farmáře. Nově ale kávy najdete v nových obalech, kde podle názvu a barvy na první pohled najdete, jakou kávu byste si dali:

„Za čtrnáct let existence doubleshotu se trh s výběrovou kávou ohromně posunul a povědomí o ní už je tak velké, že nám jednoduše přijde zbytečné našim zákazníkům na každém kroku vysvětlovat, co je výběrová káva a jaké jsou rozdíly mezi ní a běžně dostupnou. Už bereme za samozřejmé, že chápou, jak obecně chutná, že je dohledatelný její původ, že roli hraje typ zpracování. Teď ji chceme udělat co nejprístupnější také všem ostatním, kteří prostě hledají chuťově zajímavou kávu, i když třeba o té výběrové nevědí vůbec nic,“ vysvětluje Jaroslav Tuček dále, co stálo za změnami, které nejsou zdaleka jen vzhledové.

Sáčky jsou také nově v angličtině, kromě zadní etikety, která je česky. Důvodem je to, že doubleshot už nyní kávu distribuuje po světě a chce nadále expandovat a mít přitom jednotný sortiment všude, kde prodává. Zajímavostí také je, že na přední straně nenajdete název značky, pouze logo. V tomto stylu mění doubleshot i veškerý kávový porcelán. *„Nejdůležitější je káva, ne to, že jsme ji pražili zrovna my. Takže když jsme na přední stranu chtěli dát jen to pro zákazníka opravdu nejdůležitější, došli jsme k tomu, že zrovna slovo doubleshot není to důležité. A také si myslím, že už logo doubleshotu naši zákazníci poznají i bez textové nápovědy,“* uzavírá Tuček trochu s nadsázkou.

O doubleshotu:

Doubleshot s.r.o. je českou lokální pražírnu výběrové kávy a společným projektem kávových nadšenců. Společnost byla založena v létě 2010 s jediným cílem: nabízet kávu bezprecedentní kvality a zároveň si vážit přírody a mít úctu k práci farmářů. Většina káv nabízených na www.doubleshot.cz nese označení Káva z rukou farmáře, což v praxi znamená, že kromě exkluzivní chuti se doubleshot zaručuje za to, že osobně navštívil alespoň jednou danou kávovou farmu, je s farmářem v přímém kontaktu a minimální cena zaplacená producentovi kávy je vždy alespoň o 25 % vyšší, než minimální garantovaná cena v systému Fairtrade.

Kromě výběrové kávy nabízí doubleshot i vybavení především pro domácí přípravu kávy, kávové kurzy pro veřejnost a školení profesionálů. Vlastní a provozuje také čtyři pražské kavárny – Můj šálek kávy (Karlín), Místo (Hradčanská), espresso bar v Alza.cz (Holešovice) a od podzimu 2023 LOKA (budova Masaryčka, Praha 1).

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/vyberova-kava-srozumitelne-doubleshot-jde-novymi-obaly-vstric-i-laikum/2506767>