

کوالا کافی با آیس کافی بدون شکر، به بازار ایران آمد؛ نوشیدنی سلامت محور هم‌تراز با استاندارد جهانی

۱۳:۲۲ - ۱۴۰۴/۰۷/۱۳

به گزارش فودنا، برند کوالا کافی با رونمایی از «آیس کافی RTD» بدون شکر و مواد نگهدارنده در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات، رسماً وارد بازار ایران شد و با هدف توسعه محصولات سالم، نگاه تازه‌ای به صنعت نوشیدنی کشور دارد.

به گزارش پایگاه خبری صنایع غذایی فودنا، در سال‌های اخیر، گرایش جهانی به مصرف نوشیدنی‌های سلامت‌محور، فاقد شکر و افزودنی‌های مصنوعی، روند بازار را دگرگون کرده است. این تغییر ذائقه نه تنها مصرف‌کنندگان، بلکه تولیدکنندگان را ناچار به بازنگری در فرمولاسیون محصولات کرده است. در چنین فضایی، ورود رسمی برند کوالا کافی با عرضه «آیس کافی آماده نوشیدن» بدون شکر و مواد نگهدارنده، حرکتی نوآورانه در صنعت نوشیدنی ایران محسوب می‌شود.

تولید نخستین آیس کافی ایرانی

مسعود زارع، مدیرعامل کوالا کافی، اعلام کرد: «برای نخستین بار در کشور تولید آیس کافی را آغاز کرده‌ایم و حدود یک ماه و نیم است که محصولات ما روانه بازار شده است. خوشبختانه استقبال مصرف‌کنندگان نشان می‌دهد این محصول جایگاه خود را پیدا کرده است.»

تفاوت کوالا کافی با دیگر برندها

زارع با اشاره به ویژگی‌های متمایز محصولات گفت: «ما از هیچ‌گونه اسانس، افزودنی یا مواد نگهدارنده استفاده نمی‌کنیم. کیفیت مواد اولیه برای ما در اولویت است و برنامه جدی برای صادرات به حوزه خلیج فارس، عراق، ارمنستان و کشورهای CIS داریم.»

هدف از حضور در نمایشگاه

وی درباره شرکت در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات تصریح کرد: «محصول آیس کافی RTD در ایران کمتر شناخته شده است. هدف ما معرفی این محصول، ارتقای آگاهی عمومی و انجام سمپلینگ بود و نه صرفاً مذاکره برای دریافت نمایندگی.»

چالش‌های تولید آیس کافی

مدیرعامل کوالا کافی مهم‌ترین چالش تولید را وارداتی بودن مواد اصلی مانند قهوه و کاکائو و مشکلات مرتبط با تحریم‌ها، تخصیص ارز و فرآیندهای گمرکی دانست. وی افزود: «بسته‌بندی داخلی مشابه وجود دارد اما کیفیت آن با نیازهای صادراتی ما همخوانی ندارد.»

برنامه توسعه محصولات سالم

زارع درباره پلن نیمه دوم سال گفت: «در حال حاضر سه محصول کپوچینو، کارامل ماکیاتو و موکا را عرضه می‌کنیم که دارای شکر هستند. اما به‌زودی خانواده محصولات بدون شکر شامل اسپرسو و لته به سبد محصولات ما اضافه خواهد شد تا پاسخگوی مشتریان سلامت‌محور باشیم.»

حفظ کیفیت جهانی در بازار داخلی و صادراتی

وی تاکید کرد: «هدف ما این است که علاوه بر تنوع محصول، استانداردهای جهانی در کیفیت و طعم را رعایت کنیم تا هم در بازار داخلی جایگاه محکمی داشته باشیم و هم در صادرات، پیام‌آور کیفیت صنعت نوشیدنی ایران باشیم.»

کلیه حقوق متعلق به شبکه خبری صنایع غذایی ایران می باشد.