

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

Sigep 2023, Lavazza presenta una coffee experience per soddisfare tutte le anime del mondo Ho.Re.Ca

Attraverso live experience dedicate e la nuova miscela La Reserva de ¡Tierra! Cuba, i visitatori potranno scoprire l'ampia offerta Lavazza all'insegna di tradizione, innovazione e sostenibilità

Rimini, 20 gennaio 2023 – **Lavazza**, azienda leader in Italia nel mercato del caffè e tra i principali player riconosciuti a livello mondiale, torna protagonista alla 44° edizione del Sigep, una delle più importanti fiere internazionali del settore fuori casa. L'azienda torinese presenta la propria offerta **studiata per gli operatori del canale Ho.Re.Ca**, a garanzia della miglior coffee experience per soddisfare le differenti tipologie di operatori dell'away from home. Il target attratto da un'offerta ricercata e innovativa troverà risposte a bisogni sempre più rilevanti nella gamma *La Reserva de ¡Tierra!* mentre il target che ricerca la classica offerta della caffetteria italiana, contraddistinta dalla tradizione e dal gusto, sarà interessato alle miscele proposte nella gamma Lavazza dei *Classici e dei Classici Speciali*.

Grazie ad una chiara strategia di sostenibilità, strutturata con una visione di medio-lungo termine, Lavazza è riuscita a ottenere ottimi risultati negli anni tramite i programmi sostenuti dalla propria Fondazione. Il percorso del Gruppo verso la sostenibilità sarà visualizzato grazie alle **"pareti parlanti" dello stand** (Pad. A1, Stand 081). Il visitatore sarà immediatamente proiettato nel mondo sostenibile di Lavazza, ripercorrendo le tappe più importanti che dal 2004 (anno di nascita della Fondazione Lavazza) ad oggi hanno portato l'azienda a supportare 32 progetti in 20 Paesi a favore di circa 140 mila produttori di caffè e a sviluppare gamme di prodotti sostenibili.

Lo stesso stand, sviluppato in collaborazione con EFGROUP, è stato realizzato con l'obiettivo di ridurre il carbon footprint, in modo da migliorare sempre di più l'impatto sull'ambiente.

Grande rilevanza avrà il mondo de **La Reserva de ¡Tierra!**, la collezione di miscele premium nate da un progetto di responsabilità sociale di Lavazza per migliorare le condizioni ambientali e le tecniche produttive delle comunità dei coltivatori di caffè. Riuscendo a coniugare **eccellenza, sostenibilità e innovazione**, Lavazza offre con questa gamma un'esclusiva esperienza di gusto delle origini del caffè.

Sigep sarà il palcoscenico in cui annunciare ufficialmente l'introduzione della nuova miscela **La Reserva de ¡Tierra! Cuba**: il risultato dell'impegno della Fondazione Lavazza, in collaborazione con il Ministero dell'Agricoltura di Cuba, volto a ripristinare il patrimonio del caffè come eccellenza locale, preservando l'ambiente. La coltivazione di caffè a Cuba risale al XVIII secolo e il rito del caffè è profondamente radicato anche nella cultura cubana. Da un punto di vista organolettico, La Reserva de ¡Tierra! Cuba è una miscela dal gusto equilibrato, che nasce dall'incontro di una pregiata selezione di Arabica e Robusta lavate e impreziosita dalla Robusta fermentate per 72 ore, che sprigiona note delicate di cacao e un retrogusto dolce.



TORINO, ITALIA, 1895

Grazie all'uso della **tecnologia della blockchain**, i consumatori potranno seguire il viaggio del caffè da Cuba fino alla loro tazzina, così come l'impegno aziendale per la sostenibilità dietro questo progetto.

La Reserva de ¡Tierra! Cuba sarà protagonista del food pairing sviluppato dalla brand ambassador **Gloria Clama** nella giornata di lunedì 23 Gennaio e dell'appuntamento quotidiano dal 21 al 24 Gennaio con la barlady **Sabina Yausheva**. Entrambe le protagoniste di questi appuntamenti uniranno ai tratti distintivi della loro offerta gastronomica e di mixology i sapori di Cuba trasportando i visitatori in un viaggio sensoriale unico e inaspettato.

Accanto all'area dall'animo più innovativa, ci sarà uno spazio dedicato alle gamme dei **Classici** e dei **Classici Speciali Lavazza**, pilastro dell'offerta Lavazza destinata agli estimatori **dell'espresso tradizionale in chiave contemporanea**: una selezione di caffè di alta qualità, lavorati grazie a tecniche di tostatura d'avanguardia che garantiscono un sapore unico e interpretati nei momenti clou della caffetteria tradizionale italiana: colazione e merenda con il pastry chef **Armando Palmieri**.

L'offerta prodotto sviluppata da Lavazza sarà ampia e innovativa, studiata e declinata per soddisfare al meglio le diverse anime del mondo Ho.Re.Ca, dalla caffetteria all'hotelliere, fino alla ristorazione.

Sarà presente in fiera anche **1895 Coffee Designers by Lavazza**, un brand ispirato dalla visione in cui il caffè specialty diventa un rito che esalta tutti i sensi. Un universo dove passione, artigianalità e tecnologia si intrecciano con precisione e armonia, nel pieno rispetto dello stile italiano e con una particolare attenzione alla sostenibilità.

Il brand **1895 by Lavazza** sarà presente nella Pastry Arena con una coffee station all'interno dell'area vip da sabato 21 a mercoledì 25 e presso lo stand APEI con una coffee experience 1895 da lunedì 23 a mercoledì 25 gennaio. Infine ritroveremo il brand 1895 by Lavazza nello spazio della Dolce Arena durante i Campionati internazionali di pasticceria.

Il mondo Lavazza però non è "solo" caffè: la ricerca e l'innovazione, profondamente radicati nel DNA aziendale, hanno portato negli anni allo sviluppo di un'offerta complementare al mondo del caffè con il brand Eraclea. A Sigep si potrà scoprire anche la **novità Eraclea Chill**: un **iced cappuccino** che con i suoi colori brillanti si distingue e cattura il **target giovane**, avvezzo al **consumo on-the-go**. Con una doppia modalità di preparazione (granitore e blender per rispondere alle esigenze di tutti i clienti), semplice e veloce da realizzare e **personalizzabile** sia dal barista – che può scegliere con quali ingredienti personalizzarlo – che dal consumatore, Eraclea Chill aprirà a nuovi momenti e luoghi di consumo.

Ricco è il calendario di eventi in programma, studiato per trasferire ai visitatori tutta l'esperienza dell'azienda sul caffè, sviluppata e raffinata negli anni anche grazie agli esperti del **Training Center Lavazza**, la struttura che da oltre 30 anni si impegna nella formazione dei professionisti e nella ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, per diffondere la cultura italiana del caffè attraverso le 47 sedi situate in tutto il mondo. A completamento di questo palinsesto, domenica 22 Gennaio il brand



TORINO, ITALIA, 1895

ambassador **Moreno Cedroni** enfatizzerà attraverso un food pairing l'importanza dell'espresso nella ristorazione d'eccellenza.

In occasione di Sigep, l'App Piacere Lavazza sarà attivata ad hoc con una missione dedicata che consentirà ai consumatori che la scaricano di raccogliere i primi punti che potranno continuare ad accumulare nei bar Lavazza aderenti e di scoprire il palinsesto degli eventi presenti nello spazio Sigep. Per gli operatori del canale sarà possibile scoprire di più sull'App Barista, che permette ai gestori dei locali di fidelizzare i propri clienti facendo conoscere prodotti e novità del mondo Lavazza.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Il Gruppo è oggi tra i principali protagonisti nello scenario globale del caffè, con un fatturato di oltre 2,3 miliardi di euro e un portfolio di marchi leader nei mercati di riferimento come Lavazza, Carte Noire, Merrild e Kicking Horse. È attivo in tutti i segmenti di business, presente in 140 mercati, con 9 stabilimenti produttivi in 6 Paesi e oltre 4.200 collaboratori in tutto il mondo. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da oltre 125 anni e gli oltre 30 miliardi di tazzine di caffè Lavazza prodotti all'anno sono oggi la testimonianza di una grande storia di successo, per continuare a offrire il miglior caffè possibile in qualsiasi forma, curando ogni aspetto della filiera, dalla selezione della materia prima al prodotto in tazza.

Il Gruppo Lavazza ha rivoluzionato la cultura del caffè grazie ai continui investimenti in Ricerca e Sviluppo: dall'intuizione che ha segnato il primo successo dell'impresa – la miscela di caffè – allo sviluppo di soluzioni innovative per i packaging; dal primo espresso bevuto nello Spazio alle decine di brevetti industriali sviluppati. Un'attitudine a precorrere i tempi che si riflette anche nell'attenzione rivolta al tema della sostenibilità – economica, sociale e ambientale – considerata da sempre un riferimento per indirizzare la strategia aziendale. "Awakening a better world every morning" è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore sostenibile per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.

Per informazioni:

STUDIO SUITNER

Studio Suitner – 011/8196450 – segreteria@studiosuitner.it