

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895



**SINGLE ORIGIN,
A JOURNEY IN EVERY CUP.**

CARTELLA STAMPA

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

INDICE

3

Comunicato stampa:
“Ogni caffè un viaggio: Lavazza presenta il suo nuovo volto con le Single Origin, il macinato dei veri esploratori del gusto, per la moka 2.0”

7

Il caffè macinato è di tendenza:
le modalità di consumo in Italia

9

TV Branded Content:
“A Single Origin: il gusto del viaggio”,
il nuovo progetto di comunicazione Lavazza

11

Lavazza Single Origin e Top Gastronomy:
lo chef Virgilio Martinez



CARTELLA STAMPA

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895



OGNI CAFFÈ UN VIAGGIO: LAVAZZA PRESENTA IL SUO NUOVO VOLTO CON LE SINGLE ORIGIN, IL MACINATO DEI VERI ESPLORATORI DEL GUSTO, PER LA MOKA 2.0

Dalle affascinanti terre di Brasile e Perù, **Cereja Passita** e **Selva Alta** rappresentano la nuova offerta Premium Roast & Ground, portando in ogni tazzina il piacere di un caffè unico e sostenibile



Ogni viaggio ha un inizio e una fine, parte da un luogo e, lungo un cammino, conduce a una nuova destinazione. Esistono però viaggi che portano alle origini, all'anima di storie, territori e persone. Il **gusto del viaggio delle Single Origin** di Lavazza partono da una tazzina di caffè per ritornare alle terre lontane del **Brasile** e del **Perù**, luoghi dove le particolari condizioni climatiche e del suolo incontrano specifiche metodologie di coltivazioni e cura artigianale, dando vita a un'esperienza di gusto straordinaria, **Cereja Passita** e **Selva Alta**.

Le due pregiate selezioni di varietà di caffè **100% Arabica certificate Rainforest Alliance™**, si inseriscono all'interno della storica offerta di caffè macinato di Lavazza facendosi portatori del Premium Roast & Ground e dell'evoluzione della moka 2.0, sempre più trendy, diversificata e che si sposta verso un target giovane. Tutto nel rispetto di importanti parametri di sostenibilità ambientale con origini certificate, accompagnando il consumatore alla scoperta dei continenti del caffè grazie a note aromatiche speciali. **Cereja Passita**, prodotto in una piccola regione dell'altopiano sabbioso del Cerrado in Brasile, e **Selva Alta**, proveniente dalle pendici delle Ande Peruviane, portano con sé la singolarità delle rispettive terre d'origine. Come in un vero e proprio viaggio, ogni tazzina rivela un aroma sorprendente reso ancora più unico dalla disponibilità limitata di questi caffè, che sono frutto di un solo raccolto all'anno.

Grazie a una speciale macinatura, Cereja Passita e Selva Alta sono eccellenti mono origini che si "aprono" anche ad altri trend di consumo e orizzonti di preparazione del caffè: oltre alla classica **moka**, una tradizione tutta italiana, sinonimo di casa, ritualità e condivisione, le Single Origin "riscoprono" il caffè e i suoi nuovi codici per l'esperienza più intima del **filtro**, con i metodi di estrazione Chemex e Plunger.

"Le innovazioni di prodotto fanno parte della storica esperienza di Lavazza nel caffè da più di 120 anni. Le Single Origin rappresentano oggi il fiore all'occhiello della nostra offerta Premium Roast & Ground e il nuovo volto di Lavazza in un mercato sempre molto importante come l'Italia e che ci vede leader", dichiara **Alexandre Lourdeaux, Head of Home Roast & Ground di Lavazza**. *"Con questi prodotti, Lavazza vuole comunicare in modo nuovo il caffè macinato, integrando l'innovazione di marca con l'esperienza sempre più premium e di tendenza della moka, in linea con gli stili di vita contemporanei, che armonizzano innovazione e tradizione, velocità e ritualità, globalità e origine. Sono infatti i consumatori più giovani, amanti del buon cibo e dei viaggi, curiosi e attenti ai temi dell'impatto ambientale, che vogliamo raggiungere grazie alla qualità e alla sostenibilità di Cereja Passita e Selva Alta."*

Le Single Origin sono disponibili con una **speciale tecnologia di pack**: un pacchetto morbido da 200 grammi richiudibile grazie a un'etichetta applicata sul retro e a una speciale valvola salva-freschezza, in grado di mantenere inalterati tutti gli aromi. Entrambe le pregiate mono origini sono inoltre declinate anche in capsula per il sistema espresso domestico A Modo Mio.

Single Origin, una tappa importante in un lungo percorso di evoluzioni



La storia di Lavazza è scandita da più di 120 anni di evoluzioni e rivoluzioni, in cui l'azienda ha saputo creare, innovare e crescere. Le Single Origin, grazie al loro carattere unico e sostenibile, rappresentano l'ultima innovazione introdotta nel segmento Roast & Ground, in un percorso dinamico e in continuo divenire.

L'azienda infatti, a partire dal 1910 quando Luigi Lavazza creò le prime miscele di caffè, ha presentato una lunga serie di rivoluzionarie novità di prodotto, confermando il suo ruolo fondamentale nella storia del caffè in Italia e del canale domestico in particolare: nel 1923 il lancio del primo caffè confezionato in Pergamin, nel 1959 l'introduzione del Decaffeinato, per arrivare al 1971 quando l'esclusivo sacchetto sottovuoto per il mercato casa ha affiancato la prima lattina "Paulista" presentata nel 1960. Infine, le iconiche miscele Qualità Oro nel 1956, Qualità Rossa nel 1970 e Crema e Gusto negli anni 80', simbolo di eccellenza, tradizione e prestigio, rappresentano ancora oggi la sapienza nell'arte della miscelazione dell'azienda torinese da quattro generazioni.

Una storia fatta di sostanza, ma anche di visione e di slancio verso il futuro.

Un viaggio nel gusto del caffè sostenibile

Cereja Passita e Selva Alta sono esclusive selezioni di Arabica 100% provenienti da aziende agricole certificate Rainforest Alliance™, e rappresentano la perfetta combinazione di caffè d'eccellenza, rispetto dell'ecosistema e responsabilità sociale.

Rainforest Alliance è un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro che promuove l'adozione di pratiche agricole più sostenibili da parte dei coltivatori al fine di salvaguardare le foreste, i fiumi, il suolo e la fauna selvatica. La certificazione Rainforest Alliance™ indica inoltre che i lavoratori vengono retribuiti in maniera equa e possono godere di condizioni di vita più dignitose e di un migliore accesso all'assistenza sanitaria e all'istruzione per i propri figli.



Un'esperienza sensoriale che sa di terre lontane

CEREJA PASSITA

COMPOSIZIONE		100% Arabica
PROFILO AROMATICO		Note di miele e cioccolato
TOSTATURA		Media

Ideale per la preparazione con:
Moka | Chemex | Plunger



CORPOSO CON NOTE DI MIELE

Un caffè unico, 100% Arabica certificata Rainforest Alliance™, nato dal clima secco dell'altopiano del Cerrado in Brasile il cui clima è caratterizzato da piogge estive e inverni secchi favorendo le condizioni ideali per la produzione del caffè Arabica di alta qualità.

Un caffè caratterizzato dalla raccolta tardiva delle ciliegie rosse (luglio-settembre) che vengono fatte appassire sulla pianta e poi raccolte, conferendo a questa speciale «single origin» note di miele e cioccolato.

SELVA ALTA

COMPOSIZIONE		100% Arabica
PROFILO AROMATICO		Note di frutta e floreali
TOSTATURA		Media

Ideale per la preparazione con:
Moka | Chemex | Plunger



AROMATICO CON NOTE FRUTTATE

Un caffè delicato, 100% Arabica certificato Rainforest Alliance™, nato dalle pendici della Cordigliera Andina in Perù. La sua peculiarità è data dal territorio ricco di coltivazioni miste di caffè e frutta che conferiscono a questa mono origine leggere note floreali.

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

Fondata a Torino nel 1895, Lavazza è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Al sesto posto nella classifica dei torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, esportando il 53% della sua produzione. Lavazza impiega complessivamente circa 3mila persone, con un fatturato di oltre 1.473 milioni di euro (bilancio 2015). Lavazza ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, ovvero l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue la maggior parte dei suoi prodotti. L'azienda conta inoltre oltre 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, imponendosi come prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso, ed è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre all'innovazione su tecnologie e sistemi di consumo.

Per informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Davide Asinelli

☎ +39 335 6567822

✉ davide.asinelli@lavazza.com

BURSON-MARSTELLER

Roberta Recchia

☎ +39 346 7025060

✉ roberta.recchia@bm.com

Lucia Spinoso

☎ +39 349 7668024

✉ lucia.spinoso.ce@bm.com

www.lavazza.it



IL CAFFÈ MACINATO È DI TENDENZA LE MODALITÀ DI CONSUMO IN ITALIA



TOTALE DEI CONSUMATORI DI CAFFÈ A CASA

87%

1,8 CAFFÈ AL GIORNO



62% AMANTI DELLA MOKA A CASA

I CONSUMATORI DELLA MOKA - CHI SONO:



ETÀ	PERCENTUALE
18-34	29% ▲
35-54	49%
55+	22%

OCCASIONI DI CONSUMO

MATTINO 89%	
41%	MATTINO PRESTO
55%	A COLAZIONE
23%	METÀ MATTINO
PRANZO 62%	
13%	DURANTE IL PRANZO
51%	DOPO PRANZO
POMERIGGIO 27%	
26%	METÀ POMERIGGIO
SERA 23%	
22%	DOPO CENA

AREA GEOGRAFICA



IL CAFFÈ IN MOKA BEVUTO:

70% ZUCCHERATO

31% CON LATTE

PREPARAZIONE MOKA

I CONSIGLI DEL TRAINING CENTER LAVAZZA

La miscela

La giusta qualità

- ☀ Caffè più intensi e dal gusto più forte, come Qualità Rossa e Crema e Gusto, sono l'ideale per il consumo mattutino e nella prima metà della giornata.
- ☾ I caffè più aromatici e delicati, come Cereja Passita e Selva Alta, sono adatti a una pausa pomeridiana o serale.

L'acqua

La pazienza e la lentezza sono fondamentali

- ☕ È importante utilizzare acqua fresca oligominerale, per evitare che l'aroma del caffè venga alterato nel gusto.
- ☕ Mai utilizzare acqua calda per accelerare l'ebollizione.

Lo zucchero

Non c'è dolce senza l'amaro

- ☕ I veri cultori lo bevono senza zucchero ma è altrettanto legittimo zuccherarlo in tazzina a seconda del proprio gusto personale.



La moka

La semplicità, prima di tutto

- ⚙ Se possedete una caffettiera nuova, ricordatevi di avvinarla: prima lavatela con acqua e bicarbonato e poi fate due volte il caffè (ma senza berlo!).
- ☕ L'acqua va versata nel serbatoio inferiore fino alla valvola.
- ☕ Per pulire la moka utilizzate solamente acqua calda.

La preparazione

Mai essere eccessivi

- ☕ Riempite di caffè il filtro fino ai bordi senza abbondare e lasciatelo morbido: non pressate mai il caffè nel filtro e non foratelo. Alterereste altrimenti il tempo di contatto ottimale tra acqua e caffè.
- ☕ Assestate il caffè nel filtro battendone delicatamente il fondo su una superficie piana.
- ☕ A questo punto potete inserire il filtro nella caldaia.

Il fuoco

Il segreto è la lentezza

- ☕ È meglio scaldare a fiamma bassa per far salire gradualmente la temperatura.
- ⌚ Questo permette un'estrazione più lenta e curata ed evita di bruciare il manico.

Il procedimento

I dettagli fanno la differenza

- ☕ Il caffè inizia la sua estrazione dal camino di estrazione non appena l'acqua inizia a scaldarsi.
- ☕ Il gorgoglio ci fa capire che l'acqua è finita: spegnendo il fuoco si evita che il caffè cominci a bollire e quindi a bruciarsi.
- ☕ Una volta pronto, girate il caffè con un cucchiaino per renderlo più omogeneo e poi versatelo nella tazzina.

PREPARAZIONE CHEMEX - La ratio: 30gr/500ml



Inserire il filtro di carta.



Bagnare il filtro con acqua calda, quindi rimuovere l'acqua in eccesso.



Inserire il caffè macinato grosso.



Versare l'acqua calda (92-96°C) sul pannello di caffè con un movimento circolare fino a bagnarlo completamente (circa il doppio del peso del caffè) e attendere la fase di blooming.

Versare la restante acqua in almeno due fasi.



Rimuovere il filtro e versare in tazza.

TV BRANDED CONTENT

LAVAZZA PRESENTA “A SINGLE ORIGIN: IL GUSTO DEL VIAGGIO” IL NUOVO PROGETTO DI COMUNICAZIONE LAVAZZA

Un viaggio sostenibile e non convenzionale dalle Alpi alle Ande alla scoperta delle origini lungo le vie del caffè

Le storie più belle sono quelle che riescono ancora a sorprendere. Come il caffè. Perché un caffè eccellente è quello capace di farti vivere **un'emozione nuova**, un'esperienza **che ha sapore di terre lontane e cura artigianale**.

Ci sono viaggi che riportano alle origini, alla radice dei prodotti e all'essenza dei territori e delle persone. “**A Single Origin: il gusto del viaggio**” di Lavazza parte da una tazzina di caffè, un oggetto e un gesto comune che racchiude in sé paesaggi lontani e aromi esotici. L'esploratore Alex Bellini è il protagonista di questo ritorno alle radici delle pregiate selezioni di caffè **Lavazza Single Origin**, da Torino fino al Brasile e al Perù, per uno speciale racconto culturale, gastronomico e artistico in 4 episodi realizzato da DueB produzioni e in onda dal 16 maggio su Rai Due.

Protagonista del progetto “**A Single Origin: il gusto del viaggio**” è **Alex Bellini**, esploratore conosciuto per le sue mitiche imprese in solitaria e amante delle avventure estreme, il quale zaino in spalla e caffettiera moka sempre a portata di mano si immerge in un cammino non convenzionale che lo porterà nelle terre di origine del caffè.

Il suo viaggio inizia da Torino, precisamente dalla storica drogheria di via San Tommaso 10 a Torino, dove nacque la Lavazza nel 1895, per intraprendere un itinerario inconsueto dal Brasile al Perù in un crescendo di esperienze straordinarie. Un coast to coast da Paraty a Lima, tra paesaggi mozzafiato e scenari urbani contemporanei, in un susseguirsi di incontri unici con talenti provenienti da mondi differenti, dall'arte alla cucina, dallo sport alla storia, che svelano i segreti di questi Paesi lontani. Nel suo viaggio sostenibile lungo le vie del caffè, si tocca con mano la bellezza e la ricchezza di territori incontaminati, a ricordare quanto sia importante rispettare il cuore pulsante del pianeta, difendendolo dagli stravolgimenti climatici che lo stanno mettendo a dura prova.

“Le Single Origin parlano a un pubblico interessato alla scoperta, al viaggio, alle origini dei prodotti, alla loro storia autentica. Si tratta di donne e uomini meno sensibili all'advertising tradizionale e più interessati ai brand che li coinvolgano con un contenuto unico. Il racconto dei valori del prodotto deve passare da narratori autorevoli e credibili, per questo abbiamo





scelto Alex Bellini, un esploratore speciale e contemporaneo”, dichiara **Carlo Colpo, Head of Adv & Media di Lavazza**. “La comunicazione pubblicitaria sta mutando pelle e trovando nuove strade: il branded content è una di queste e Lavazza si sta confrontando con questo tipo di format come con altri sempre più innovativi per tenere fede alla vocazione pionieristica del brand in tema di comunicazione.”

Lungo il suo itinerario Alex Bellini entra in stretto contatto con la terra arrivando sino alle piantagioni di **Selva Alta** e **Cereja Passita**, luoghi dove il suolo e le particolari condizioni climatiche si sposano con l’artigianalità e le metodologie delle persone che si dedicano alla coltivazione del caffè, dando vita a un’esperienza di gusto autentica. L’esploratore trasporta gli spettatori alla scoperta della vita eccezionale di uomini e donne che hanno fatto e continuano a fare la ricchezza dei territori che si trovano sul suo cammino. In Perù lo **chef Virgilio Martinez**, Brand Ambassador Lavazza e anima dello stellato “Restaurante Central” di Lima, rivela invece come ha saputo portare la cucina di questa terra sulle vette della gastronomia mondiale.

“L’avventura intrapresa con Lavazza è stato molto più che un semplice viaggio tra Brasile e Perù. Una vera e propria esplorazione, intima e multisensoriale, alla scoperta delle origini del caffè e della cultura dei popoli. Esperienze scandite dal cibo, dall’arte, dalla natura e dalla musica, che hanno reso unico e dal sapore diverso ogni singolo momento del viaggio.” ha commentato **Alex Bellini**.



CREDITI

REGIA: CRISTIANO BARBAROSSA

AUTORE CAPO PROGETTO: ALESSANDRA TORRE

AUTORE: GIOVANNI BAGNARI

PRODUTTORE ESECUTIVO DUE-B: DIEGO PRANDO

BRAND ENTERTAINMENT DIRECTOR: MARTA IMBRIANTI

DIRETTORE DI PRODUZIONE DUE-B: FEDERICO DIDONI

BRAND & PRODUCTION COORDINATOR: MAURO RADAELLI

ASSISTENTE DI PRODUZIONE: GIULIANO LA ROCCA

REDAZIONE: GRAZIA LUCIA POLITI

VIDEO MAKER: ARMANDO AVALLONE

VIDEO MAKER: ANDREA ORIANI

VIDEO MAKER: MAURO GIANESINI

FOTO & VIDEO REPORTER AND ADDITIONAL CAMERA:
MAURO TALAMONTI

SOUND ENGINEER: MICHELE GIOSSI

EDIT/VISUAL STORYTELLING / SUPERVISOR:
CARMELO ASSENZA

EDITOR: DANIELA PETERNOSTRO, CLAUDIO SEMBOLONI,
GIANANDREA TINTORI, GIU-SEPPE ZITO

EDITOR ASSISTANT: CRISTY GARCIA HERNANDEZ

SPECIAL THANKS: ROBERTO AVVIGNANO

LAVAZZA SINGLE ORIGIN E TOP GASTRONOMY:

LO CHEF VIRGILIO MARTINEZ

L'impegno continuo di Lavazza verso l'eccellenza e la sua vocazione alla ricerca e alla sperimentazione trovano nell'alta gastronomia e nella collaborazione con i più grandi chef a livello mondiale, un connubio perfetto.

Il giovane chef peruviano Virgilio Martinez, già Brand Ambassador di Lavazza, è l'interprete di Lavazza per le pregiate Single Origin. Lo chef si fa promotore e interprete del rapporto unico tra la sua terra d'origine, il caffè e il gusto, esprimendo tutto l'amore per il Perù attraverso ricette innovative ispirate all'unicità del caffè Selva Alta.

Quinto nella classifica World's 50 Best Restaurants Award, Martinez oggi è acclamato nel mondo come ambasciatore della cultura gastronomica di un territorio ricco di risorse da scoprire, dall'Amazzonia alle Ande, e il suo ristorante "Central" di Lima è diventato uno delle più emozionanti destinazioni culinarie del Perù, arrivando al primo posto della Latin American 50 Best Restaurants Award. Nel 2012, inoltre, il giovane chef ha contribuito a creare Mater Iniciativa, un progetto di ricerca che, insieme a un gruppo di ricercatori, lo vede viaggiare attraverso il Perù per documentare centinaia di ingredienti diversi che integra poi nelle sue inedite creazioni.

"Il tema del viaggio da sempre mi è caro e il mio paese è una continua fonte di ispirazione grazie a prodotti dai sapori e profumi inaspettati che amo riportare nelle mie creazioni", ha commentato **Virgilio Martinez**. *"L'incontro con Lavazza e con Alex Bellini è stato davvero speciale e mi ha permesso di esplorare ancora una volta il connubio unico tra Perù, caffè e gusto, in un ritorno alle origini e all'autentica cucina della mia terra".*

L'intensa sinergia tra Lavazza e la contemporaneità e la creatività di Virgilio Martinez, si inserisce in un percorso intrapreso dall'azienda nel 1996, quando, pioniera nell'esplorazione delle infinite sperimentazioni del caffè, Lavazza muove i primi passi nella Top Gastronomy, con partner prestigiosi come Slow Food e l'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo, e la successiva creazione all'interno del Training Center Lavazza della prima divisione dedicata alla sperimentazione sul prodotto. Un approccio in continua evoluzione fatto di intuizioni innovative e di collaborazioni con alcuni tra i più rilevanti chef del panorama internazionale – a partire dall'incontro con Ferran Adrià, che ha l'obiettivo di creare nuove e sorprendenti forme per la bevanda più amata dagli Italiani, il cui presupposto irrinunciabile rimane sempre la qualità assoluta.

