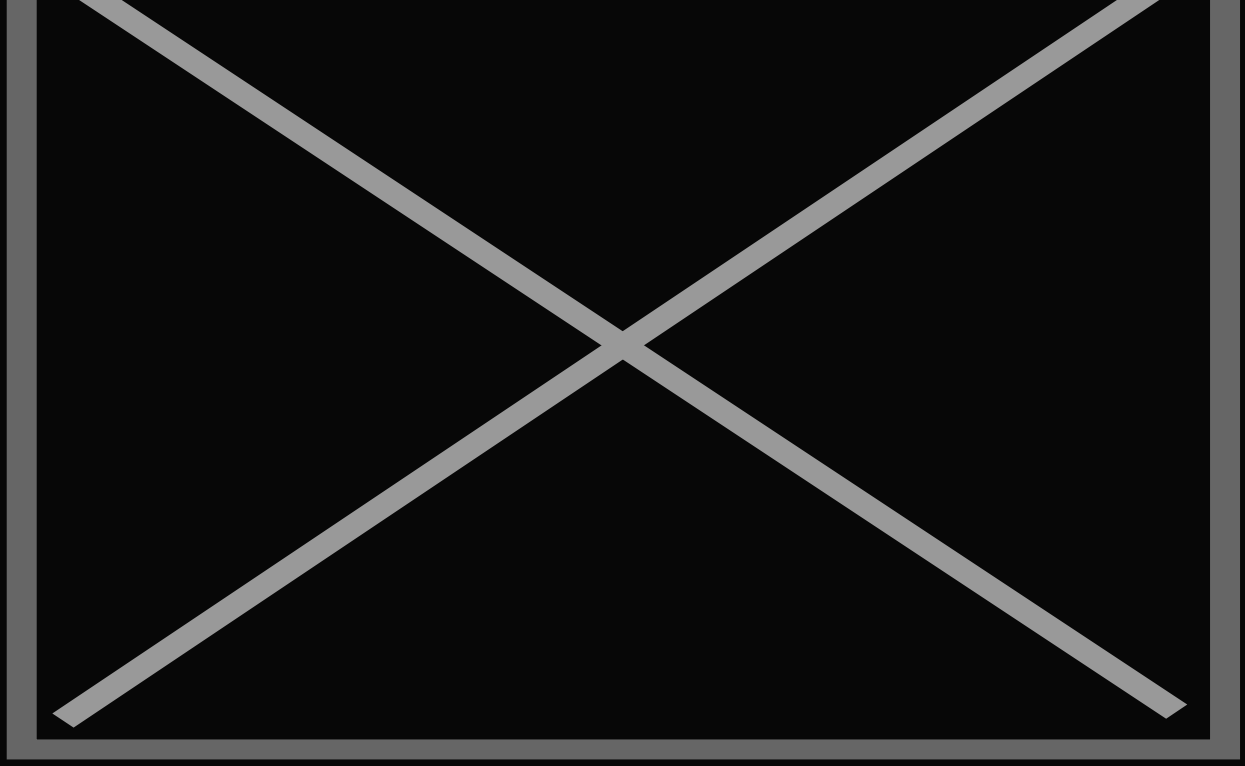
Nasce a Milano il primo Flaghship Store Lavazza, tra tradizione e innovazione

flagship-store-4-da23a791

Apre domani nella centralissima ma un po’ defilata piazza San Fedele il primo Flagship Store targato Lavazza, un bar di 150 metri quadri e 60 posti a sedere tutto giocato sul dialogo tra tradizione e innovazione. Sia nello stile, legni scuri, specchi, un gusto vagamente retrò seppure moderno, sicuramente non modaiolo o “urlato” dovuto alla mano dello studio internazionale JHP – sia nella proposta, questa piuttosto virata verso l’innovazione, tra monorigini, nuove estrazioni e alta gastronomia.

Con questo locale, il primo ideato, gestito e naturalmente posseduto dal brand al 100% - Lavazza intende assicurare una vera e propria full immersion nei mille volti del caffè. L’apertura del locale del resto si inserisce all’interno di un piano strategico che vuole trasmettere l’esperienza di piu? di 120 anni di storia dell’azienda insieme alla creatività e alle sfumature di questo mondo in ascesa percorso da un vento di innovazione.

“L’apertura a Milano, citta? diventata negli ultimi anni un riferimento per l’Italia nel mondo, e? parte integrante di una strategia piu? ampia di respiro internazionale, che ha l’importante e sfidante obiettivo di contribuire a rinnovare l’immagine del brand segnando la prima tappa di un percorso che prevede la nascita di nuovi store nei principali mercati chiave per l’azienda” ha spiegato **Giuseppe Lavazza**, Vice Presidente di Lavazza ala presentazione del locale alla stampa

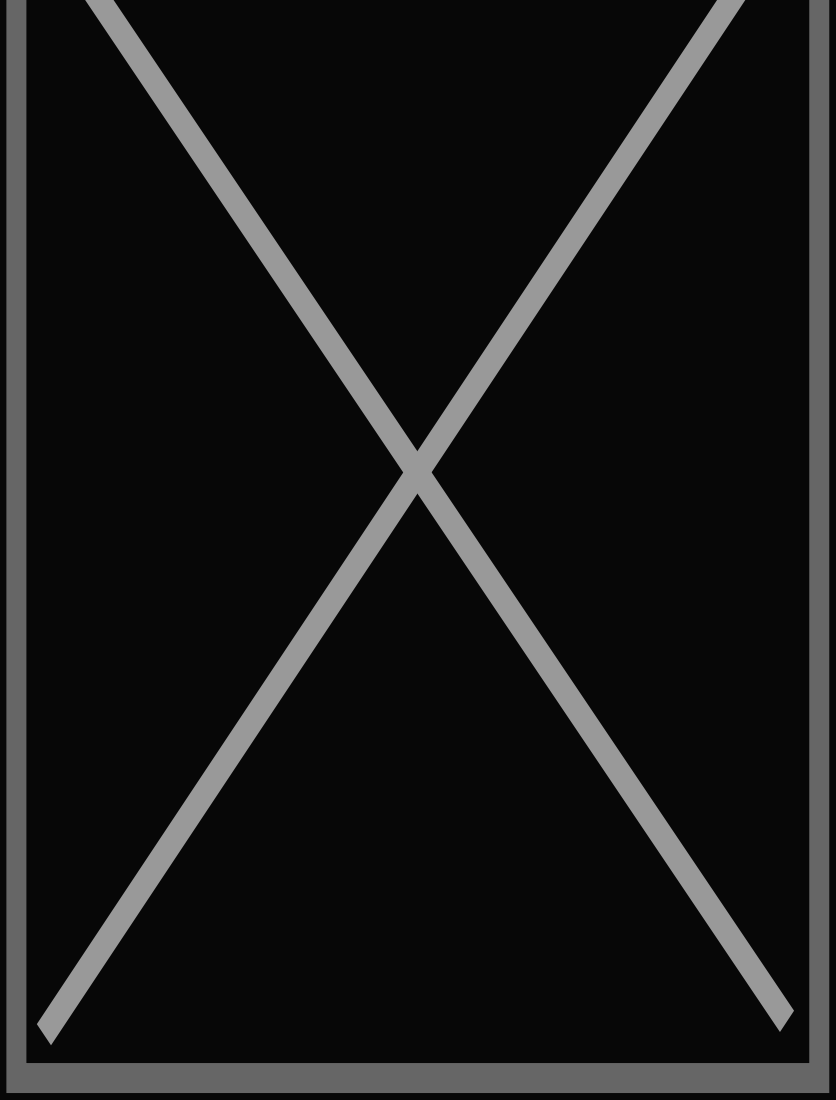


Quattro

aree per quattro proposte

Il bar è diviso in quattro aree che esprimono le varie possibili esperienze che fanno capo al mondo del caffè, disposte intorno a un grande banco centrale di forma ellittica, con stile e colori che richiamano la materia prima. Di grande impatto e? lo chandelier situato sopra al banco, ideato come elemento scenico finalizzato a enfatizzare la magia del caffe?. La forma complessiva rappresenta un grande chicco di caffe? composto a sua volta da 640 chicchi di due dimensioni.

Proprio all’entrata, vera e propria dichiarazione di intenti, c’è la zona dedicata allo **Slow Coffe**, ovvero alle estrazioni lente: Syphon, V60, Chemex, Aeropress, Cold Brew, preparate dai baristi esperti (ce ne sono 15, formati nella scuola di Lavazza) che sono stati formati anche e soprattutto per spiegare e comunicare le sottili differenze di gusto. Ma c’è spazio anche per la tradizionalissima moka



Nel flagship Lavazza, aperto da mattina a sera, non solo si beve ma si mangia, all’insegna di una gastronomia gourmet denominata **Coffee Design**, nuova disciplina creata da Lavazza dove l’avanguardia del food design viene declinata nel caffe? per nuove combinazioni di gusto. I prodotti innovativi del Coffee Design sono frutto delle ricerche e sperimentazioni sulla materia prima condotte dal Training Center di Lavazza con la partecipazione di grandi chef dal profilo internazionale. Il risultato sono creazioni di caffe? uniche che per la prima volta si presentano ai consumatori all’interno del Flagship Store. Come in un cooking show, si puo? assistere al banco alla preparazione e degustare alcune delle ricette di Coffee Design Lavazza, che giocano con l’elemento del caffe? fino a trasformarlo in innovazioni gastronomiche spettacolari come spume, caviali, cocktail e inaspettati assaggi solidi per nuove sensazioni gustative, dalla colazione al dessert. Ma la proposta comprenderà anche un menu? dolce e salato composto da

reinterpretazioni della cucina tradizionale italiana in formato small bite con ingredienti di altissima qualità.

Non poteva mancare naturalmente la più classica area **Caffetteria** dedicata all'espresso, che propone la proposta premium di Lavazza per il canale bar, comprese le monorigine come la miscela di pregiate origini biologiche Alteco e la special edition Kafa, in un percorso da Nord a Sud attraverso ricette storiche e reinterpretazioni locali dell'espresso, e una novità: l'esclusiva miscela San Fedele che combina tre speciali origini di Etiopia, Guatemala ed El Salvador, pensata appositamente per il nuovo l cale e che verrà ciclicamente rinnovata



Ricorda nella concezione la prima drogheria Lavazza in via

San Tommaso a Torino, dove iniziò l'avventura infine l'area **Fresh Roasted** dello store,? dedicata alla scoperta dell'arte della tostatura e della miscelatura, innovazione tutta italiana storicamente introdotta dal fondatore Luigi Lavazza nel lontano 1895. Anche qui il caffe? crudo di alta qualita? e freschezza, proveniente dai Paesi produttori di tutto il mondo, sara? trasformato grazie alla speciale tostatrice di fronte agli occhi dei clienti, che possono scegliere di gustare o acquistare le selezioni delle migliori origini e miscele appositamente selezionate da Lavazza.

È un format da testare sul campo, ma destinato a essere replicato quello del flagship, a partire dai mercati di riferimento di Lavazza, Regno Unito, Australia, Germania e Stati Uniti, e declinato a seconda dei mercati e degli usi e costumi locali.