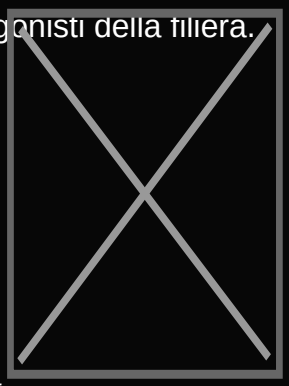
Factory 1895, la fabbrica emozionale di 1895 Coffee Designers by Lavazza

img-3311-2f817443

Una **“fabbrica emozionale”**, una torrefazione tout court – all’interno del grande polo industriale di Lavazza a **Settimo Torinese** – in cui prima di arrivare alla zona operativa il visitatore è accompagnato in un viaggio in 5 step alla scoperta del caffè. Dalla coltivazione alla degustazione, in compagnia di un coffelier, lungo un percorso segnato da **video e sale immersive**, aromi base e interviste registrate a protagonisti della filiera.

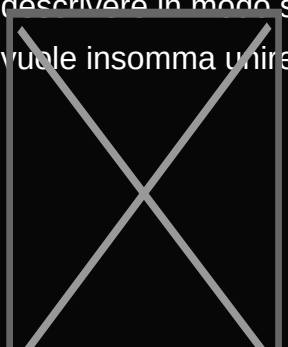


Abbia mo visitato **Factory 1895**, lo stabilimento progettato da Ralph Appelbaum

Associates (RAA), studio americano gia? ideatore del **Museo Lavazza**, dove si producono i caffè 1895 Coffee Designers by Lavazza, brand con il quale l’azienda torinese (1895 è l’anno di fondazione da parte del capostipite Luigi) entra nel mondo del caffè specialty.

Sette referenze “nette”

Le sette referenze – tre monorigine, tre miscele e un microlotto, al momento proveniente dallo Yemen - sono studiate e sviluppate per esaltare una specifica nota aromatica. Evidente è infatti la vocazione educativa della “costola” di Lavazza che prevede ad esempio la **Flavor Wheel 1895**, una “ruota degli aromi”, apposta sul retro della confezione, semplificata rispetto a quella della SCA che permette di descrivere in modo semplice e intuitivo le caratteristiche aromatiche dei caffe? attraverso sei profili. Si vuole insomma unire la lavorazione artigianale di piccole quantità - da un minimo di 12 a un ma



la torrefattrice Probat P12), la capacita? e l’esperienza industriale e l’expertise del team Lavazza, guidato dal **Coffe Designer Cristiano Portis**. Obiettivo: “valorizzare la qualita? di ciascun caffe?, e comporre blend creando il perfetto equilibrio tra gusto, aroma e corpo”, anche tenendo conto del gusto italiano che notoriamente non ama le acidità spinte.

Un’esperienza anche al bar

Abbiamo chiesto a **Michele Cannone**, Lavazza Global Brand Director Away from Home·di Lavazza Group, a che livello saranno coinvolti i baristi nel progetto. “Oggi c’è un consumatore che vuole sapere di più del modo del caffè, vuole sperimentare: crediamo che **1865 Coffe Designer by Lavazza** sia una risposta a questo". E aggiunge: "Ai baristi vogliamo dare il giusto supporto per poter arrivare a trasmettere ai nostri e ai loro clienti i contenuti di 1895, dall’unico storytelling che c’è dietro ogni prodotto ai supporti di comunicazione, alla formazione e all’interazione con i nostri coffelier, cercando di arrivare ad avere la migliore tazzina sempre in ogni momento della giornata. L’obiettivo non è assolutamente quello di massificare questo concetto ma di supportare al meglio il barista che voglia far vivere ai propri clienti un’esperienza unica”.

1895 Coffee Designers by Lavazza ha già instaurato collaborazioni con **Iginio Massari**, **Gino Fabbri** e **Alain Ducasse** e si trova nelle **pasticcerie Marchesi 1824** del Gruppo Prada.