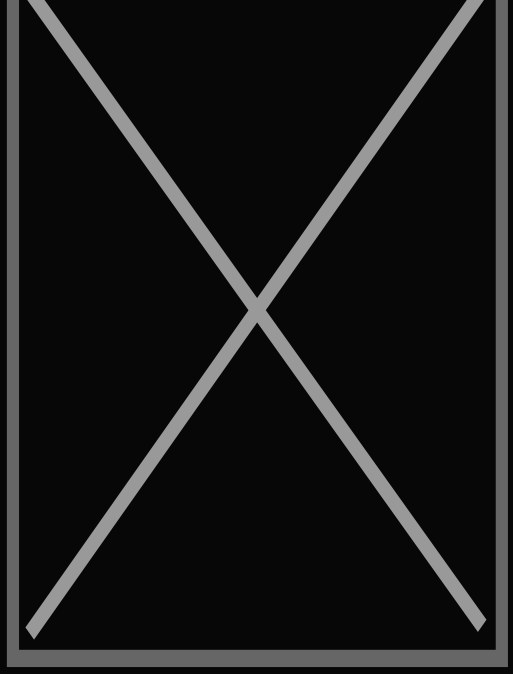
Caffè Mauro porta le nuove miscele a Venditalia 2022

mauroheadv-b60adaf9

Caffè Mauro partecipa a Venditalia 2022, il vending show in programma a Fiera Milano dall'11 al 14 maggio. In quest'occasione, Caffè Mauro sarà presente al Padiglione 4 – Stand C74, insieme a oltre 300 espositori provenienti da più di 20 Paesi.

Alla **costante ricerca di qualità e innovazione**, a partire dal 2021 Caffè Mauro ha portato avanti una nuova strategia di riposizionamento del brand, con una completa rivisitazione delle sue miscele anche per gli operatori Vending e OCS – Office Coffe Service.

La **nuova linea 2022**, che sarà presentata proprio nel corso di Venditalia, è quindi il **risultato di una profonda analisi sui gusti e sulle abitudini di consumo del caffè** nei diversi momenti della giornata, con l'obiettivo di garantire ai propri clienti miscele di altissima qualità.



La nuova linea di miscele Caffè Mauro presentata nel corso di Venditalia 2022:

MISCELA VALUE IN GRANI: nuova ed esclusiva miscela premium di Caffè Mauro, frutto dell'esperienza di oltre 70 anni della storica torrefazione calabrese situata sullo Stretto di Messina. La miscela value in grani, **appositamente studiata per i distributori automatici**, si distingue per le sue caratteristiche organolettiche e per il suo gusto naturalmente dolce, che riduce sensibilmente la necessità di zucchero aggiunto.

MONOPORZIONATI: Caffè Mauro ha **ampliato la propria offerta del comparto dei monoporzionati**, disponibili nelle seguenti miscele: 100% Arabica, 100% Robusta, 70% Arabica e 30% Robusta, 50% Arabica e 50% Robusta, 30% Arabica e 70% Robusta, 20% Arabica e 80% Robusta e Deca 25% Arabica e 75% Robusta. I prodotti sono offerti nei formati: Capsule compatibili Nespresso, Capsule compatibili A Modo Mio, Capsule compatibili Dolce Gusto, Cialde compostabili ESE in carta e Capsule SEM (Sistema Espresso Mauro).

Una **linea innovativa**, che risponde alla richiesta di maggiori informazioni da parte dei consumatori sempre più orientati a un acquisto consapevole e a una **maggiore trasparenza delle informazioni relative al prodotto**: provenienza del crudo, percentuale fra arabica e robusta, tempi di tostatura, contenuto di caffeina e profilo aromatico.

Non un semplice restyling quindi, ma un vero e proprio **cambio di paradigma** nel dialogo con il consumatore con un obiettivo molto ambizioso: diventare "promotori di una nuova cultura del blend".