Costadoro: arriva la nuova limited edition della tazzina Carlotta

20230919120345costapizza-a6875bbf

Negli scorsi giorni **Costadoro ha presentato il risultato del progetto formativo avviato nell'ottobre 2022** in collaborazione con il Liceo Artistico Primo di Torino. Le classi 4° e 5° hanno partecipato a un **contest per la realizzazione di una limited edition della tazzina da caffè Carlotta**. Il premio in palio era una borsa di studio di 1000 euro da utilizzare per l'acquisto di materiale scolastico.

"Gli alunni ci hanno sorpreso con proposte innovative e attuali, di conseguenza non è stata una scelta facile e scontata. Abbiamo scelto un progetto che ha fatto discutere la giuria e che rappresentasse attraverso grafiche e colori i valori Costadoro. La vincitrice ***Sara Biondi*** *ci ha conquistati nell'esposizione del progetto "Battiti al caffè", il suo trasporto ha completato la passione che ha voluto comunicare con il design proposto"* commenta la **giuria Costadoro**, composta da figure multidisciplinari tra cui Direzione, Marketing, Acquisti, Qualità.

"La mia tazzina nasce ispirandosi alla passione e all'amore che Costadoro mette nel fare il suo caffè. Attraverso questa grafica, ho cercato di ***esprimere visivamente l'immagine di Costadoro come un custode attento e premuros****o, che tiene tra le sue mani il cuore e la passione dei suoi clienti, simboleggiando così un legame profondo tra il marchio e la sua clientela. Quelle stesse mani ogni giorno stringono e lavorano la materia prima, i chicchi di caffè, con passione. E il cuore graficamente ricorda proprio un chicco di caffè"* ha dichiarato **Sara Biondi**.

Quella di Costadoro è un'**operazione avviata per dar seguito all'impegno sociale dichiarato nel Codice Etico della certificazione** B Corp, che prevede sostegno alle nuove generazioni e valorizzazione dei giovani talenti oltre all'integrazione della realtà aziendale con il territorio. Il secondo obiettivo di questa operazione riguardava la necessità di **soddisfare le esigenze di un mercato** che richiede oltre alla bontà del prodotto anche un merchandising **sempre innovativo e stimolante**. L'occasione scelta per presentare le tazzine vincitrici è stata la Horeca Convention 2023, dove lo

scorso 15 settembre Costadoro ha illustrato le novità alla propria rete vendita.