

La prima di Namuya al Gucci Giardino

In un contesto unico e noto a livello internazionale, piazza della Signoria a Firenze, e in una location iconica come [Gucci Giardino](#), si è tenuta lo scorso 30 settembre la presentazione di **Nauyuma**, ultima Single Origin di 1895 Coffee Designers by Lavazza, il progetto nato nel 2020 con cui Lavazza interpreta l'evoluzione contemporanea della cultura dello Specialty Coffee. Su questa iniziativa e su questo mondo hanno aperto l'evento **Margo Schächter**, cultural strategist, e **Marco Barbieri**, Marketing Director Italy di Lavazza.

Cosa è Nayuma

Il **caffè specialty** sta conquistando uno spazio nuovo nell'universo della mixology: non viene più utilizzato soltanto come base aromatica per i grandi classici, ma viene selezionato anche in funzione della provenienza, della varietà, del processo di lavorazione e del profilo sensoriale che può conferire al drink. Coerentemente a ciò anche le tecniche di estrazione si ampliano: accanto all'espresso trovano spazio **cold brew**, **flash brew** e **caffè filtro**, offrendo al bartender modalità diverse per lavorare sulle componenti aromatiche del caffè. In questo scenario si inserisce **1895 Coffee Designers by Lavazza** e la nuova espressione di questa visione è **Nayuma, Single Origin colombiana**.

Quote

Con 1895 Coffee Designers by Lavazza interpretiamo lo specialty coffee come un linguaggio contemporaneo, capace di trovare espressione in momenti e mondi diversi del gusto. Nella mixology il caffè può assumere un ruolo nuovo: non più soltanto un ingrediente all'interno di una ricetta, ma un elemento da cui partire per costruire l'esperienza e valorizzare l'identità di una singola origine. È un territorio particolarmente interessante perché consente di esplorare nuove modalità di consumo mantenendo riconoscibili le caratteristiche del caffè. Nayuma, con la sua personalità luminosa e fruttata, esprime pienamente questa visione e apre nuove possibilità di dialogo tra specialty coffee e miscelazione.

Marco Barbieri, Marketing Director Italy di Lavazza

Il testimone è quindi passato a **Martina Bonci**, *Bar Manager di Gucci Giardino*, che ha parlato del dialogo fruttuoso e suggestivo fra caffè e cocktail, e a Stefania Zecchi, *Coffelier di 1895 Coffee Designers by Lavazza*, che ha spiegato come lo Specialty Coffee rappresenti un approccio al consumo che valorizza ogni fase del viaggio del caffè, dalla coltivazione fino alla tazzina, con l'obiettivo di esplorare linguaggi e, appunto, occasioni di consumo differenti, mantenendo sempre al centro l'identità e il profilo sensoriale del caffè.