



Lavazza, a Identit  Milano 2026 i»   la proposta di 1895 Coffee Designers

Descrizione

(Adnkronos)    Lo specialty coffee sta ridefinendo il modo di vivere e raccontare il caff , trasformandolo sempre pi  in un  esperienza culturale e sensoriale che mette al centro origine, qualit  della materia prima e ricerca del gusto. In Italia, il segmento specialty rappresenta ancora una nicchia rispetto alla scena internazionale , ma si tratta di un fenomeno in forte crescita e sempre pi  osservato, capace di intercettare nuove modalit  di consumo e un pubblico attento alla qualit  e alla sperimentazione.   in questo contesto che ha preso forma 1895 Coffee Designers by Lavazza, il progetto con cui Lavazza interpreta l  evoluzione contemporanea della cultura del caff  specialty attraverso il dialogo con il mondo dell  alta gastronomia, dell  hospitality premium e della mixology. (Video)

Una visione protagonista anche a Identit  Milano 2026, il Congresso internazionale di gastronomia giunto alla ventunesima edizione, tenutosi dal 7 al 9 giugno presso Allianz MiCo, dove 1895 Coffee Designers by Lavazza ha rinnovato la propria presenza con un racconto in cui l  eccellenza del caff  si trasforma in esperienze capaci di coinvolgere tutti i sensi. La manifestazione   stata inoltre l  occasione per presentare Inti, la nuova single origin in edizione limitata del brand, protagonista di un palinsesto di appuntamenti pensati per esplorare nuove interpretazioni del caff  specialty e il suo ruolo all  interno della gastronomia contemporanea. A guidare le experience gli ambassador d  eccezione Agostino Perrone, pluripremiato Director of Mixology del Connaught Bar di Londra, Cesare Murzilli Executive Pastry Chef di Portrait Milano e Chiara Pavan, Chef e Co-Head Chef di Venissa Restaurant.

   Con 1895 Coffee Designers by Lavazza interpretiamo lo specialty coffee come un linguaggio contemporaneo che unisce qualit  , ricerca, cultura del gusto ed esperienza. Il progetto nasce proprio con l  obiettivo di dialogare con i mondi dell  alta gastronomia, dell  hospitality premium e della mixology, portando il caff  all  interno di esperienze sempre pi  evolute  ha dichiarato Marco Barbieri, Marketing Director Italia di Lavazza.

Lo specialty non è soltanto una categoria di prodotto, ma un modo diverso di vivere il caffè che riflette un cambiamento più ampio nell'evoluzione delle esperienze gastronomiche e di consumo. Come osserva Annalisa Cavaleri, giornalista esperta di lusso e docente universitaria: «Viviamo in un'epoca caratterizzata da una crescente accelerazione dei ritmi quotidiani. Proprio per questo, il nuovo lusso contemporaneo non è legato all'ostentazione o all'eccesso, ma alla possibilità di rallentare, dedicare tempo a sé stessi e vivere esperienze autentiche e significative in compagnia». In questo senso, come sottolinea Cavaleri: «gli Specialty Coffee si inseriscono in questa trasformazione culturale e rappresentano perfettamente il concetto di lusso del tempo». Non sono soltanto una bevanda di qualità superiore, ma restituiscono valore a un gesto quotidiano trasformandolo in un'esperienza culturale e relazionale».

Più che una categoria di prodotto, lo specialty coffee rappresenta un approccio diverso al consumo: uno sguardo che valorizza ogni fase della filiera, dalla coltivazione fino alla tazzina, con particolare attenzione alla relazione con i produttori e all'identità del caffè, strettamente legata al territorio e al metodo di lavorazione. A livello europeo, a guidare la crescita dello specialty sono soprattutto Millennials e Gen Z, generazioni aperte alla sperimentazione e sempre più interessate all'origine del prodotto e alle diverse modalità di estrazione. Il caffè diventa così molto più di una semplice pausa quotidiana, assumendo un ruolo sempre più centrale all'interno di esperienze gastronomiche e rituali contemporanei.

In Italia, la geografia del fenomeno mostra dinamiche ben definite. Il Nord Italia si conferma l'area più dinamica, inoltre città come Milano, Roma e Firenze stanno emergendo come nuovi hub dello specialty coffee grazie a caffetterie innovative e format contemporanei capaci di interpretare in modo nuovo la cultura del caffè.

Parallelamente, anche il mondo dell'alta ospitalità e della ristorazione contemporanea sta evolvendo, integrando sempre più spesso il caffè specialty all'interno dei propri percorsi gastronomici. Dall'hotellerie al fine dining, fino ai nuovi format dedicati alla pastry e al brunch, il caffè specialty diventa un elemento distintivo, capace di dialogare con mondi diversi del gusto. Una dinamica che trova una delle sue espressioni più interessanti proprio nei nuovi rituali della convivialità. Come osserva Cavaleri: «il brunch, ad esempio, rappresenta una forma di convivialità che valorizza il tempo trascorso insieme, la conversazione e il piacere di abitare uno spazio bello e rilassante. Il rito del caffè si allunga e diventa un momento di condivisione sociale, capace di restituire centralità al tempo trascorso insieme. E nell'alta cucina d'autore evidenzia la giornalista una cena stellata non è mai soltanto un pasto, ma un percorso costruito attorno a una narrazione, alla visione personale di uno chef e a una successione di gesti che richiedono tempo e attenzione. In questo contesto, anche il caffè assume un significato diverso: non è più un gesto conclusivo consumato rapidamente, ma uno dei capitoli di un racconto gastronomico».

1895 Coffee Designers by Lavazza, in questo contesto, porta il caffè specialty all'interno di esperienze gastronomiche contemporanee, collaborando con chef, pastry chef, bartender e protagonisti dell'hospitality premium, accomunati da una visione condivisa del gusto e dell'innovazione. A Identità Milano 2026 il brand è stato presente nella Lounge MAGENTA bureau, nella piazza centrale, per una serie di momenti gastronomici d'eccezione con gli ambassador Agostino Perrone, Cesare

Murzilli e Chiara Pavan, consentendo ai visitatori di immergersi in un viaggio esperienziale nel mondo dei caffè di eccellenza, accompagnati dai Coffelier 1895.

stata l'identità di Milano 2026 è stata anche l'occasione per presentare Inti, la nuova single origin in edizione limitata della collezione 1895 Coffee Designers by Lavazza. Inti nasce negli altipiani della regione Huila in Colombia, dove piccoli produttori coltivano varietà di Arabica eccezionali con il supporto di Quima Coffee. È una varietà tra le più rare al mondo, la Geisha Colombiana, coltivata tra i 1.600 e i 1.800 metri di altitudine e celebrata per la sua eleganza e profondità aromatica. Per questa edizione limitata, il lotto selezionato viene sottoposto a un innovativo processo di fermentazione in due fasi. 1895 Coffee Designers by Lavazza accoglie un Geisha nel proprio portfolio, una scelta che segna un nuovo capitolo nella ricerca dell'eccellenza da parte del brand che continua a superare i confini, ricercare la rarità ed elevare l'arte del gusto. L'introduzione di questa varietà significa molto più che aggiungere un nuovo caffè: abbracciare un simbolo di innovazione ed esplorazione sensoriale. Il nome Inti deriva dalle antiche culture precolombiane e significa "Dio del Sole", simbolo di energia, rinnovamento e abbondanza. In tazza, si esprime con una chiarezza radiosa: note di litchi, marmellata di limone e pompelmo rosa danno vita a un profilo fresco e scintillante, che raggiunge la sua massima espressione nella modalità di estrazione in cold brew. Un caffè pensato per celebrare l'estate, la sua leggerezza, il suo ritmo e il suo spirito luminoso.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 10, 2026

Autore

redazione