



**LAVAZZA**

TORINO, ITALIA, 1895

XII EDIZIONE

# Terra Madre

SALONE  
DEL GUSTO  
2018

CARTELLA  
STAMPA



# L'EVOLUZIONE DEL GUSTO

tendenze gastronomiche, fotografia e sostenibilità:  
la **Nuvola Lavazza** al centro del dibattito  
di Terra Madre **Salone del Gusto**

Partner ufficiale della manifestazione enogastronomica internazionale, Lavazza ospita nella sua nuova sede dibattiti, laboratori e una mostra dedicata a Bob Noto.

*Torino, 20 settembre 2018*

L'**evoluzione del gusto** in tutte le sue sfumature di **tendenze gastronomiche, immagine del cibo e sostenibilità**. È il tema che la **Nuvola Lavazza** - polo ufficiale di Terra Madre Salone del Gusto insieme al Lingotto e a Piazza Castello - porta nella dodicesima edizione della manifestazione enogastronomica, a Torino dal 20 al 24 settembre, declinandolo e approfondendolo con numerosi dibattiti e personaggi influenti, laboratori didattici, street art e una **mostra dedicata a Bob Noto**, il gourmet, critico e fotografo torinese scomparso nel 2017.

Partner ufficiale **fin dal primo Salone del Gusto del 1996**, Lavazza rinnova il suo più che ventennale sodalizio con Slow Food e durante i cinque giorni della manifestazione si impegna ad ampliare lo sguardo sul **cibo come motore del cambiamento** a partire dalla sua nuova sede: la **Nuvola Lavazza** firmata dall'architetto Cino Zucchi nel riqualificato quartiere Aurora, un quadrilatero di oltre 30 mila metri quadrati aperti alla città, alla condivisione di progetti, cibo e cultura. Qui gli uffici dell'azienda dialogano con il ristorante gourmet Condividere e un museo interattivo, ma anche con un grande spazio eventi, un'area archeologica e con il Bistrot, l'innovativo spazio di ristorazione collettiva che si ispira proprio alla **filosofia del buono, pulito e giusto di Slow Food**.

## ► LA MOSTRA

Si intitola **ANTE INSTAGRAM: BOB NOTO** ed è la mostra che dal 20 settembre racconta al pubblico, negli spazi della Centrale della Nuvola Lavazza, la figura e le intuizioni del pionieristico gourmet, critico e fotografo di food torinese che ha cambiato, prima dell'avvento di Instagram, **la storia della rappresentazione del cibo**. Punto di riferimento per i grandi chef del pianeta e considerato da Ferran Adrià come *"il miglior palato del mondo"*, Bob Noto ha segnato il passaggio epocale da un'iconografia classica e funzionale delle ricette alla rivoluzionaria immagine del food in chiave creativa e ironica. Così, il percorso espositivo offre uno spaccato sulle tendenze gastronomiche degli ultimi vent'anni e sui più importanti protagonisti della cucina occidentale contemporanea, raccontando la costruzione di un nuovo modello fotografico del food attraverso le tre grandi passioni di Bob Noto: la fotografia, la grafica e la gastronomia. La mostra è curata da Marco Bolasco in collaborazione con Antonella Fassio, Luigina Tozzato e Lavazza.



## GLI INCONTRI

Da Ferran Adrià a Carlo Cracco, da Alice Waters a Carlo Petrini: nei cinque giorni del Salone del Gusto la Nuvola Lavazza ospita nello **spazio eventi La Centrale** un ricco palinsesto di incontri, dibattiti e performance sull'evoluzione del gusto. La mostra ANTE INSTAGRAM: BOB NOTO offre, ad esempio, lo spunto per un confronto sul tema dell'evoluzione del gusto con Ferran Adrià, Matteo Baronetto, Carlo Cracco, Federico Zanasi, Marco Bolasco e Giuseppe Lavazza (*sabato 22, ore 18:30*). Tra i momenti più significativi si segnalano, inoltre, **la presentazione del libro "Con tutti i miei sensi. Storia di una cucina rivoluzionaria" di Alice Waters** (*domenica 23, ore 18*) e un **dibattito sulle ricette del cambiamento** e su come gli chef possano garantire la sostenibilità (*venerdì 21, ore 18 - Pierre Thiam dialoga con Olivier Roellinger e Claudia Albertina Ruiz Sántiz*). Molto atteso anche il **talk tra Carlo Petrini e Ferran Adrià**: due differenti filosofie del cibo che, per la prima volta, si confrontano a partire dal tema del Salone del Gusto "Food for Change" e su come questo si coniughi con l'evoluzione che il gusto sta vivendo negli ultimi anni (*domenica 23, ore 11*).



## I LABORATORI

**Il Museo Lavazza** - l'innovativo museo d'impresa che permette di intraprendere un viaggio sensoriale ed emotivo nella cultura globale del caffè - ospita **nove Laboratori del Gusto** realizzati dagli esperti del Training Center Lavazza: nove appuntamenti dedicati alla degustazione, alla scoperta delle diverse miscele, modalità di preparazione e consumo del caffè. Nei laboratori del Museo Lavazza si possono scoprire, ad esempio, la vera storia della caffettiera, icona del made in Italy nel mondo (*sabato 22, ore 10 - con Enrico Maltoni*) e le nuove frontiere dell'estrazione del caffè, come l'infusione a freddo, il Siphon e l'Aeropress (*venerdì 21, ore 10*). Inoltre, si può viaggiare tra i caffè regionali d'Italia (*venerdì 21, ore 17*) e capire come il caffè possa diventare protagonista di un gustoso dessert (*giovedì 20, ore 17*), di cocktail originali (*sabato 22, ore 17*) o formare, con il cioccolato, la coppia più buona del mondo (*domenica 23, ore 10 - con Guido Gobino*).



## LA STREET ART

Durante il Salone del Gusto continua il progetto di street art **"Toward 2030. What Are You Doing?"** che, voluto dalla Città di Torino e da Lavazza, sta trasformando il capoluogo piemontese nella prima città al mondo ambasciatrice dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (Sustainable Development Goals, SDGs) con segni tangibili sul suo territorio, sui muri, le strade e le piazze. Durante la manifestazione enogastronomica quattro writer si cimenteranno con i complessi temi legati alla **lotta alla povertà** (Goal 1 - No poverty; sul Lungo Po Antonelli) e **alla fame** (Goal 2 - Zero Hunger), all'impegno per rendere le città dei luoghi inclusivi e sostenibili (Goal 11 - Sustainable cities and communities; in Corso Regina), alla **salvaguardia degli oceani e delle risorse marine** (Goal 14 - Life below water; in Corso Regina). Il progetto parla il linguaggio immediato e universale della street art con l'obiettivo di smuovere le persone, soprattutto i più giovani, a diventare protagonisti di una rivoluzione positiva, ricordando a tutti come il 2030 sia dietro l'angolo, mentre la strada da percorrere per salvaguardare il pianeta sia ancora tutta in salita.





**LAVAZZA**  
TORINO, ITALIA, 1895

Lavazza e  
Terra Madre Salone del Gusto  
20-24 Settembre 2018

COMUNICATO STAMPA

## La partnership Lavazza-Slow Food

Da sempre Lavazza crede nella filosofia del **buono, pulito e giusto** che anima Slow Food e nell'importanza strategica della **formazione in campo alimentare**, una condizione fondamentale per sostenere la qualità e l'eticità dei prodotti. Questa visione comune è alla base della partnership ultraventennale tra Lavazza e Slow Food, iniziata con **la prima edizione del Salone del Gusto nel 1996**: Lavazza non sceglie solo di sponsorizzare la manifestazione enogastronomica, ma ne sposa la filosofia e l'attenzione meticolosa alla qualità del prodotto. Presenta così due laboratori sull'espresso e permette agli appassionati di degustare aromi e miscele.

Slow Food, il Salone del Gusto e la partnership con Lavazza decollano, si rafforzano e crescono anno dopo anno, edizione dopo edizione. Il 2002 è, ad esempio, un anno chiave. Al Salone del Gusto si concretizza il **percorso di "Innovazione nella Tradizione" di Lavazza**, che sposa l'alta gastronomia e porta al lancio di **è spesso**: il primo caffè che si mangia, presentato con un workshop speciale di **Ferran Adrià**.

Due anni dopo, nel 2004, Slow Food si fa portavoce, con i suoi **Presidi** e tramite i progetti di **Terra Madre**, di un nuovo approccio filosofico di responsabilità sociale. Non è un caso, dunque, che **¡Tierra!** venga presentato in anteprima proprio al Salone del Gusto del 2004: il principale **progetto di responsabilità sociale della Fondazione Lavazza**, infatti, è in qualche modo ispirato dai principi di Slow Food ed ha l'ambizioso obiettivo di migliorare le condizioni sociali, ambientali e le tecniche produttive delle piccole comunità dei coltivatori di caffè.

Intanto, la profonda condivisione della filosofia di Slow Food si concretizza anche nella partecipazione di Lavazza a diversi progetti nell'ambito della formazione e dell'educazione alimentare, come il **Master of Food** e le borse di studio dell'**Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo**.

Dalla comune **ricerca della qualità del prodotto** all'attenzione per la **materia prima**, dalla **filiera sostenibile** fino ai **progetti concreti di sostegno ai Paesi produttori**. L'evoluzione della partnership vive un'altra svolta al Salone del Gusto e Terra Madre 2014 con il lancio del **progetto The Earth Defenders**: un viaggio che ha permesso al grande pubblico - tramite il Calendario Lavazza e grazie agli scatti di tre maestri della fotografia contemporanea come **Steve McCurry, Joey L. e Denis Ruvre** - di conoscere e di ammirare i Difensori della Terra, **moderni eroi impegnati a salvaguardare le loro coltivazioni nel rispetto della propria terra**.

Lavazza.com



## IL GRUPPO LAVAZZA

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 63% dei ricavi realizzato all'estero. Lavazza impiega complessivamente circa 3 mila persone, con un fatturato di 2 miliardi di euro nel 2017. Lavazza ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, ovvero l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue la maggior parte dei suoi prodotti.

L'azienda, tra le prime 100 marche al mondo per reputazione secondo il Reputation Institute, conta inoltre più di 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, imponendosi come prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso.

Lavazza è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre alla costante innovazione. Ad oggi Lavazza vanta un brand conosciuto in tutto il mondo, cresciuto grazie a importanti partnership perfettamente coerenti con la strategia di internazionalizzazione della marca: come quelle, nel mondo dello sport, con i tornei tennistici del Grande Slam e – nel campo dell'arte e della cultura – con prestigiosi Musei quali il Guggenheim di New York negli USA e l'Ermitage di San Pietroburgo in Russia.

Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP, la danese Merrild, la canadese Kicking Horse Coffee, l'italiana Nims e dal 2018 l'australiana Blue Pod Coffee Co.

### Per ulteriori informazioni

#### RESPONSABILE UFFICIO STAMPA

**Marilù Brancato**

marilu.brancato@lavazza.com

#### UFFICIO STAMPA ITALIA

**Davide Asinelli**

davide.asinelli@lavazza.com | Phone +39 011 2349126 | Mobile +39 335 6567822

**Massimo Borraccetti**

massimo.borraccetti@lavazza.com | Phone +39 011 2348794 | Mobile +39 345 6789452

**Valeria Redaelli**

valeria.redaelli@bm.com | Phone +39 02 7214 3595 | Mobile +39 348 0054286

**Cristina Caricato**

cristina.caricato@bm.com | Phone +39 02 7214 3534 | Mobile +39 348 4567862

#### UFFICIO STAMPA INTERNAZIONALE

**Edoardo Fulio Bragoni**

Edoardo.FulioBragoni@lavazza.com | Phone: +39 011 2348377 | Mobile: +39 340 3872907

**Daniel Hernandez**

LavazzaCoordinationHub@edelman.com | daniel.hernandez.lyon@edelman.com |

Phone +39 02 63116 249 | Mobile +39 334 6380226

**Claudia Masala**

claudia.masala@bm.com | Phone +39 02 7214 3537 | Mobile +39 345 7143115

#### UFFICIO STAMPA LOCALE TORINO E TRADE

**Marianna Carlini**

segreteria@studiosuitner.it | marianna.carlini@studiosuitner.it | Phone +39 011 8196450 |

Mobile +39 340 0598621