Foto e Video gallery - 03/05/2022

"Oltre" con Marco Lavazza: i temi e gli spunti emersi

La strategia vincente del caffè, da Torino al mondo

L'azienda e la famiglia, Torino e il mondo, la visione e la strategia: di tutto questo **Marco Lavazza** ha parlato al **Club Oltre**, confrontandosi con gli imprenditori presenti e con il moderatore **Sebastiano Barisoni**, in occasione dell'incontro che si è svolto giovedì scorso negli spazi del MeBo Experience a Biella. "E' stato un dialogo particolarmente interessante - commenta **Paolo Barberis Canonico**, vice presidente dell'Unione Industriale Biellese con delega a Sviluppo delle Filiere, Economia di Impresa, e Sostenibilità, ideatore e promotore del Club - che ha messo in luce l'esperienza di un grande imprenditore: le scelte coraggiose che sono state fatte nella gestione dell'azienda e il percorso di managerializzazione, la crescita del business nel rispetto dei valori fondanti l'impresa e gli investimenti per il territorio. Tutti elementi che trovano interessanti punti di contatto con il nostro tessuto imprenditoriale e preziosi spunti di riflessione".

Managerializzazione e internazionalizzazione

Il gruppo Lavazza ha affrontato la crisi generata dalla pandemia forte di una grande solidità: un risultato che è il frutto del percorso iniziato undici anni fa con la scelta della famiglia di fare un passo indietro per la **managerializzazione dell'azienda**, pur mantenendo centrale il ruolo degli imprenditori nella definizione della visione, della strategia, dei valori dell'impresa e l'assoluto appannaggio sulle ricette. Il fatturato è passato da 1 a 2,3 miliardi, puntando molto sull'**internazionalizzazione**. Dieci anni fa il 70% del mercato era rappresentato da quello interno e il 30% estero: oggi la percentuale si è invertita, mantenendo stabile il valore del mercato italiano e sviluppando quello straniero, fino ad essere presenti in 140 Paesi.

Il prezzo del caffè, un indicatore "sensibile" dell'inflazione

Il prezzo della tazzina di caffè a 1 euro è un'abitudine molto consolidata nel consumatore: alzare questo prezzo, superando la soglia dell'euro è percepito molto negativamente dalle persone e rappresenta un indicatore particolarmente sensibile dell'inflazione. Sul **prezzo del caffè** stabilito per il pubblico, però, il gruppo Lavazza non può incidere direttamente: come fare, allora, per gestire i rincari delle materie prime come alluminio e plastica, e dei costi dell'energia? Ci sono speculazioni sul prezzo del caffè?
Lavazza si trova tra due variabili: il prezzo del caffè definito dalla Borsa di Londra e New York, su cui incide la speculazione finanziaria, e il listino definito dalla distribuzione e dalla gdo. Ad oggi il costo della materia prima è aumentato dell'80%: per assorbire le oscillazioni di prezzo senza scaricarle a valle, Lavazza ha scelto di puntare sulla sua **solidità**.

Il valore aggiunto per le persone, per il territorio

Lavazza ha sempre reinvestito nell'azienda, puntando a rendere sempre più forte il proprio brand e aumentando così la propria solidità. E ci è riuscita. Oggi il marketing si declina anche nella comunicazione della **sostenibilità**, che è un investimento importante per il futuro: consumare meno risorse significa anche risparmiare. Significa anche poter raccontare una storia all'insegna della trasparenza, per rivolgersi ad **un consumatore sempre più "evoluto", informato e attento** a come il prodotto viene fatto, non solo al costo o a soddisfare l'esigenza primaria legata la consumo alimentare.
La sostenibilità contribuisce a creare i**l valore aggiunto del brand**, che rappresenta la chiave di volta per essere attrattivi nei confronti del consumatore ma anche dal punto di vista delle risorse umane da inserire (e trattenere) in azienda: ecco perché Lavazza ha scelto di puntare sul welfare per i propri dipendenti e di investire sul territorio riqualificando un intero quartiere attraverso la sua nuova sede. Con la "Nuvola" sono stati investiti 120 milioni, valorizzando il partenariato fra pubblico e privato. Lavazza ha anche dialogato con chef, con il mondo dello sport, con artisti: se ognuno, nel proprio settore, continua a investire per la "comunità", si può sviluppare tutto il territorio e renderlo più attrattivo anche per ricercare nuovo personale per l'azienda.

Si va verso una **nuova globalizzazione**, un cambiamento che può rappresentare una criticità ma anche una grande opportunità: secondo Marco Lavazza, il valore aggiunto che ogni impresa saprà esprimere potrà essere la chiave di volta del suo sviluppo.

I prossimi incontri del Club Oltre Scopri di più

Guarda la Gallery

Allegati

» OLTRE con Marco Lavazza
» OLTRE con Marco Lavazza
» OLTRE con Marco Lavazza
» OLTRE con Marco Lavazza
» OLTRE con Marco Lavazza
» OLTRE con Marco Lavazza

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - https://www.ui.biella.it