



**MEDITERRANEAN SEA**  
CIVITAVECCHIA | BARCELONA | CIVITAVECCHIA  
28-31 MAY 2016

# Un sottile aroma

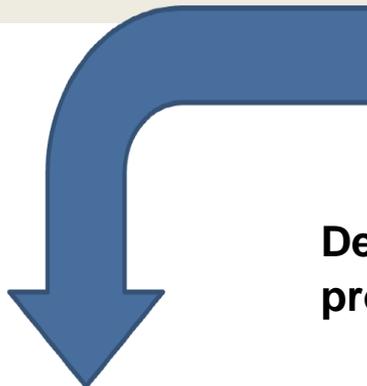
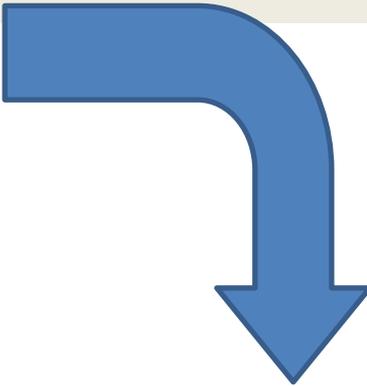
*L'espresso sostenibile del Laboratorio del Caffè*

*The sweet aroma of sustainable coffee*

Stefano Magnoni

[www.boatcamp2016.org](http://www.boatcamp2016.org)

**Crescente bisogno dei consumatori per prodotti che rispondono all'esigenza di una vita sensibile e salutare**



**Inclusione sociale di persone in difficoltà in Italia**

**Destinazione dei proventi progetti sociali**



# Il problema

- Il consumatore sta cercando sempre di più cibi di qualità, biologici e che rispettino l'ambiente
- I produttori di caffè sono svantaggiati dalla gestione della filiera, gestita secondo logiche e interessi da commodity globale



Persone in difficoltà in Italia hanno poche opportunità di integrazione nel mondo del lavoro



## La soluzione

- Caffè equo solidale, filiera controllata e non profit
- Confezionamento in capsule che corrispondono all'esigenza di servizio del consumatore ma che sono anche facilmente riciclabili
- Prodotto da cooperative sociali che hanno come obiettivo la inclusione sociale di persone svantaggiate in Italia
- Altissima qualità, biologico, tostato in Italia



# Il prodotto e i canali

- Alta qualità di prodotto, certificato da test comparativo «Altroconsumo» (ed. lug-ago 2014)
- 3 miscele di caffè
  - 100% Arabica Bio
  - Espresso 60% Arabica
  - Decaffeinato Bio
- Filiera controllata rete globale Altromercato, confezionato in capsule 100% riciclabile
- Macchina a sistema chiuso
- Distribuzione attualmente attraverso
  - Rete Altromercato
  - Rete di imprese sociali
  - Rete di distributori HORECA
  - Online dal proprio sito

CAFFÈ IN POLVERE	PREZZI		CONFEZIONE		RISULTATI									
	Prezzo medio (€/kg)	Prezzo medio (€/kg)	Formato (g)	Tipologia miscela	Bicicletta	Umbrella	TCA	Distribuzione A	Accertamento	Assaggi	Aspettativa	Qualità globale	Qualità globale (da 100)	
<b>ALTROMERCATO BIOCAFÈ</b>	3,63	14,32	250	100% Arabica	+	+	+	+	+	+	+	+	80	
100% Arabica														
ILLY Espresso Tostatura Media	6,25 - 7,15	26,91	250	100% Arabica	+	+	+	+	+	+	+	+	77	
VERGANO Espresso Casa	6,40 - 7,09	14,33	500 (2 x 250)	n.d.	+	+	+	+	+	+	+	+	77	
CONAD Qualità Bar	2,45 - 3,12	11,32	250	n.d.	+	+	+	+	+	+	+	+	77	
PELLINI Espresso Gusto Bar	2,35 - 6,66	16	500 (2 x 250)	Arabica e Robusta	+	+	+	+	+	+	+	+	77	
1° Viatico														
SPLENIDI Espresso	4,50 - 6,25	11,11	500	n.d.	+	+	+	+	+	+	+	+	77	
LAVAZZA Super Espresso	4,50 - 4,80	19,03	250	100% Arabica	+	+	+	+	+	+	+	+	75	
100% Arabica														
LAVAZZA Espresso Qualità Oro	4,24 - 4,53	12,35	250	100% Arabica	+	+	+	+	+	+	+	+	74	
COOP Caffè Espresso Bar	4,35 - 5,49	9,49	500 (2 x 250)	Arabica e Robusta	+	+	+	+	+	+	+	+	74	
KIMBO Espresso Napoletano	3,20 - 4,10	15,17	250	80% Arabica e 20% Robusta	+	+	+	+	+	+	+	+	73	
LAVAZZA Espresso Crema e Gusto	2,83 - 3,15	11,85	250	20% Arabica - 80% Robusta	+	+	+	+	+	+	+	+	71	
20% Arabica - 80% Robusta														
DDN BREZÈ (Ex origini) Caffè Espresso Casa	1,39	5,56	250	n.d.	+	+	+	+	+	+	+	+	68	
SEGAFFREDO Espresso Casa Gusto Cremoso	5,80 - 6,85	12,67	500 (2 x 250)	Arabica e Robusta	-	+	+	+	+	+	+	+	60	



# Strategia di crescita

- Fase 1:
  - Pieno sfruttamento del potenziale dei seguenti canali
    - Rete Altromercato
    - Rete di imprese sociali e cooperative
    - Rete di distributori HORECA
    - Online dal proprio sito
    - Bar di proprietà (Bar «BESO», Milano)
  - Offerta combinata con macchina di caffè compatibile
  - Inserimento di una forza commerciale
- Fase 2:
  - Commercializzazione diretta
    - Mass Market - GDO
    - Uffici
    - Imprese
    - Ampliamento concetto «BESO» e compostabilità della capsule



## Qualità, sostenibilità e ingredienti biologici – sono i bisogni chiave ai quali Laboratorio del Caffè fornisce la soluzione

**Ci rivolgiamo a quel pubblico sensibile e attento agli stili di vita sostenibili che continua a crescere in numero e potere d'acquisto.**



**+17,7%** 2015 vs 2014 la crescita delle capsule in Italia

**20%** gli italiani che pagherebbero di più per brand responsabile

**61%** gli italiani per ingrediente bio è il criteri più importanti di acquisto

**+14%** la crescita del comparto «Bio» 2015 vs 2014 (866mio €)

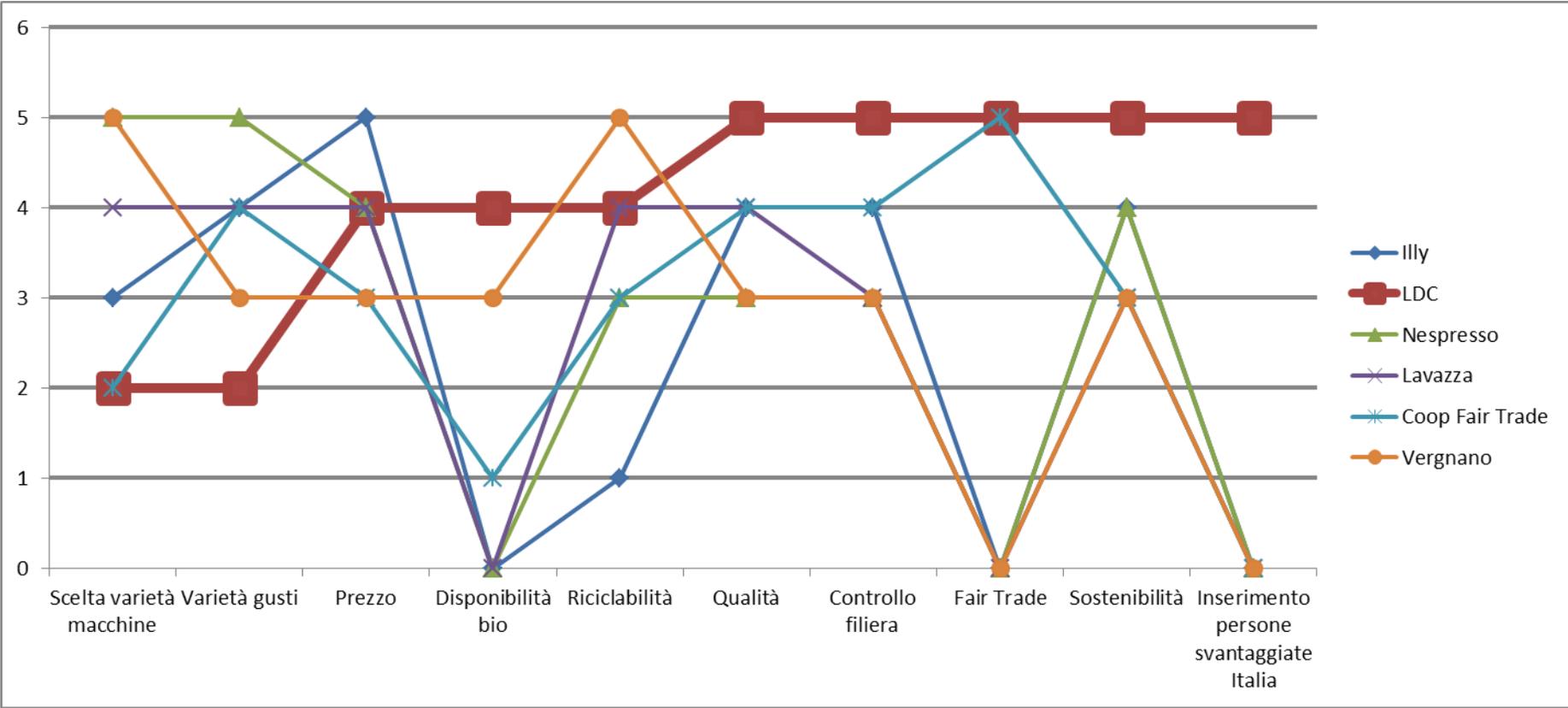
**33%** chi sceglie un prodotto per il suo impatto sociale **12,7%** la quota delle

capsule nel mass market (80% in Francia) **38%** chi acquisisce un prodotto per il suo basso impatto ambientale

(fonte: dati Nielsen, Nielsen Global Sustainability Report 2015)

# Il quadro competitivo – i plus differenzianti di Laboratorio del Caffè

Laboratorio del Caffè è competitivo o superiore ad altri player del mercato in molti criteri chiave



# Per crescere abbiamo bisogno di investimenti

- I soci hanno sostenuto il primo biennio con 128.000€ di capitale e 190.000€ di prestito sociale
- Per il biennio 2016-2017 stiamo cercando investimenti al valore di 300.000€
- Obiettivo
  - Rafforzamento della struttura commerciale – 120.000€
  - Marketing, Trade Marketing & Comunicazione – 80.000€
  - Adattamento produzione per nuovi formati – 40.000€ – Introduzione capsule compostabili – 60.000€



# Chi c'è dietro tutto questo



Quattro cooperative sociali milanesi, con storie ed esperienze differenti insieme per un concetto innovativo di impresa che sviluppa un'economia sostenibile nelle comunità dei produttori di caffè, salvaguarda l'ambiente e crea opportunità di lavoro a persone in difficoltà in Italia, impegnandosi a restituire alle comunità e al territorio parte dei proventi generati.

- **Fornire un prodotto fair trade** che rispetta i diritti di chi produce
- **Salvaguardare la tradizione italiana del caffè** tostato secondo la grande tradizione italiana
- **Sostenere i più deboli:** i profitti vengono distribuiti in opere di solidarietà
- **Creare lavoro:** occupazione per persone in difficoltà in Italia



**Caffè di qualità**  
**+ corrispondenza con i**  
**valori del consumatore**  
**+ differenziazione sul**  
**mercato**  
**+ fair trade**  
**+ controllo della filiera**  
**+ sostenibilità**  
**+ inclusione sociale**