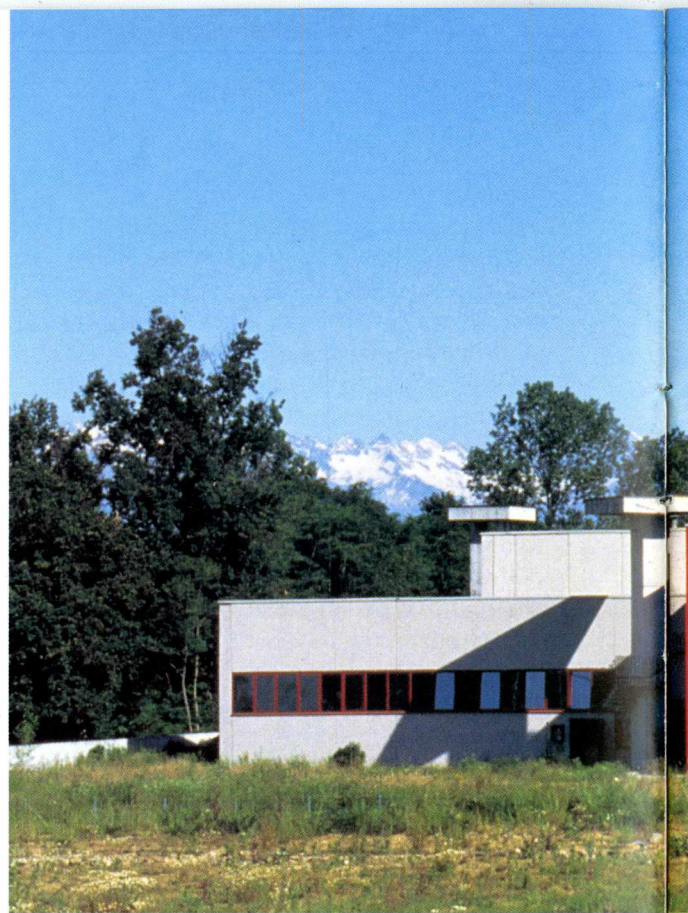


DALLA CIALDA ALL'ESPRESSO...

L'AVVINCENTE STORIA DELLA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA LAVAZZA.

La storia della distribuzione automatica Lavazza comincia con la Unoper, una società indipendente, nata nel 1982 dalla collaborazione tra un inventore, un ingegnere e il proprietario di una officina meccanica: è dal lavoro di questo gruppo che ha origine la possibilità di sfruttare industrialmente - con una macchina apposita - una cialda preconfezionata di caffè, cialda che, in forme più o meno prototipali, già circolava in Europa da tempo. Dopo circa sei anni dalla sua costituzione, la Unoper sente la necessità di utilizzare un grande marchio per imporsi in modo stabile sul mercato. Da qui l'idea di appoggiarsi ad un marchio riconosciuto, forte per la sua immagine e per la qualità e la scelta, parlando di caffè, non poteva che ricadere su Lavazza. La proposta iniziale della Unoper prevedeva l'utilizzo del marchio e la fornitura da parte di Lavazza del caffè decaffeinato necessario al riempimento delle cialde. La controproposta Lavazza va da subito in tutt'altra direzione e, dopo due anni di intense trattative, tutto il gruppo Unoper viene acquisito e la cessione formalmente completata nel novembre del 1989. La reazione iniziale dei clienti che già trattavano la macchina Unoper (società di distribuzione indipendenti, sparse in tutta Italia) alla notizia della fusione è ambivalente: alcuni tra questi sembrano intimiditi dalla dimensione e dalla notorietà dell'azienda leader, mentre altri vedono proprio in questo l'opportunità di espandere la penetrazione della macchina e del consumo di cialde: il periodo di transizione viene alla fine superato brillantemente e, nel 1991 sono già 15.000 le Espresso Point - così verrà ribattezzata la nuova versione della macchina - vendute (contro 6.000 nel 1990), con un tasso di crescita che rimarrà costante negli anni successivi, assestandosi intorno ad un sorprendente 40%. La rete distributiva, estesa su tutto il territorio, vede impegnate circa 180 società anche se l'80% dei volumi è realizzato da una quindicina di grandi distributori, perfettamente organizzati per la vendita, la distribuzione e il servizio. La distribuzione automatica pesa oggi circa l'8% sul fatturato complessivo di Lavazza. Dal punto di vista produttivo, l'Espresso Point è oggi assemblata presso lo stabilimento Balzano di Rondissone (To) mentre le cialde sono fabbricate nell'unità



La macchina Unoper

produttiva della Mokapak a Gattinara (Vc). Se in Italia il mercato di riferimento era e rimane sostanzialmente quello della distribuzione automatica, all'estero l'Espresso Point attacca con crescente successo il mondo degli esercizi pubblici, in particolare la macchina si sta diffondendo nei *coffee shop*, nelle *executive lounge* degli aeroporti, negli alberghi e nei ristoranti. La famiglia delle Espresso Point si sta evolvendo rapidamente, con importanti innovazioni. Nascono versioni speciali per consumi speciali: dalle cabine dei TIR, alla macchina destinata ai *Trains à Grande Vitesse* francesi