



Handelszeitung
8021 Zürich
058 269 22 80
<https://www.handelszeitung.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 31 734
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Seite: 32
Fläche: 103 689 mm²

Auftrag: 1050878
AEV (in Tsd. CHF): 1,2

Referenz: 93826138
Ausschnitt Seite: 1/4

Erstklassige Qualität von der Knospe bis in die Tasse

Bei Caffè Vergnano 1882 wird das Engagement für Nachhaltigkeit grossgeschrieben. Die Kaffeekapseln sind zu 100 Prozent kompostierbar, alle Mischungen bestehen aus sorgfältig ausgewählten Rohstoffen. Auch die Röstung basiert auf einem zeitaufwändigen, traditionellen Verfahren. Das Ergebnis: Ein authentisch-italienisches Espresso-Erlebnis.

PUBLIREPORTAGE



Vergnano Kaffee gibt es seit 1882. Seit 2022 besteht eine strategische Partnerschaft mit Coca-Cola HBC.





Handelszeitung
8021 Zürich
058 269 22 80
<https://www.handelszeitung.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 31 734
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Seite: 32
Fläche: 103 689 mm²

Auftrag: 1050878
AEV (in Tsd. CHF): 1,2

Referenz: 93826138
Ausschnitt Seite: 2/4

Frischer Kaffeeduft riecht nicht nur einzigartig, sondern macht uns auch leistungsfähiger – zu diesem Schluss kommt zumindest eine internationale Studie. Aber selbst ohne zusätzlichen Leistungs-Booster ist der Duft von frisch gerösteten Kaffeebohnen vor allem eines: unwiderstehlich.

Bei Caffè Vergnano in der Nähe von Turin werden bereits seit 1882 frische Kaffeebohnen verarbeitet. Damit gilt Caffè Vergnano 1882 als Italiens älteste Kaffeerösterei. Heute wird das Unternehmen von Carolina Vergnano als CEO geführt, neben ihr sind weitere Familienmitglieder der dritten und vierten Generation in der Firma tätig.

Nach wie vor steckt viel Handarbeit in jeder Tasse Kaffee. Die Rohstoffe werden sorgfältig ausgewählt, sämtliche Bohnen langsam in einem traditionellen Verfahren geröstet, um ihnen das perfekte Aroma zu entlocken.

«Wir überwachen jeden einzelnen Schritt und stellen sicher, dass die Qualität des Kaffees von den Ursprungsländern bis zu unseren Anlagen konstant hoch bleibt», erklärt Carolina Vergnano. «Wir testen den Rohkaffee persönlich, bevor wir ihn einkaufen.» So steckt in jeder Caffè Vergnano 1882-Mischung garantiert authentisch italienischer Geschmack – Tasse für Tasse.

Die Nachfrage nach nachhaltig produziertem Kaffee wächst

Rund 8 Kilogramm Rohkaffee werden in der Schweiz jährlich pro Kopf konsumiert, das entspricht rund drei Tassen täglich. In Finnland wird mit 12 Kilogramm pro Kopf und Jahr am meisten Kaffee konsumiert, gefolgt von Norwegen mit knapp 10 Kilogramm. Gestiegen ist gemäss Bio-Suisse in den letzten Jahren auch der Anteil an getrunkenem Bio-Kaffee. Im Schweizer Detailhandel betrug der Marktanteil 2019 knapp

5 Prozent, 2021 bereits 6,7 Prozent. Der Anteil von Kaffee gemäss den «Fairtrade»-Richtlinien liegt sogar noch darüber.

Im Segment des nachhaltig produzierten Kaffees positioniert sich auch Caffè Vergnano 1882. Die Kaffeekapseln sind zu 100 Prozent kompostierbar. Ein Schritt, der gar nicht so einfach umzusetzen war, wie Carolina Vergnano erklärt: «Kompostierbare Materialien sind empfindlicher gegenüber äusseren Faktoren wie Feuchtigkeit und Sauerstoff. Wir mussten einiges in Forschung und Entwicklung investieren, um sicherzustellen, dass das neue Material das gleiche Mass an Schutz bietet und gleichzeitig vollständig biologisch abbaubar ist.»

Das Programm «Women in Coffee» ist ein grosser Erfolg

Daneben engagiert sich das Unternehmen auch sozial. Mit dem Programm «Women in Coffee» werden weltweit von Frauen geleitete Produktionen unterstützt. «Im Jahr 2019 haben wir die erste Spendenaktion gestartet, um in der Dominikanischen Republik eine Mikrorösterei für 20 Bäuerinnen zu errichten», erläutert Carolina Vergnano. Es folgte der Bau einer Bibliothek in Honduras sowie eines Cafés und einer lokalen Akademie für Ausbildungszwecke. In diesem Jahr werden weitere lokale Akademien folgen. Die Frauen sollen damit wirtschaftlich unabhängig werden.

Um die Präsenz von Caffè Vergnano 1882 im Ausland zu verstärken und die internationale Wachstumsstrategie zu beschleunigen, besteht seit dem Jahr 2022 eine strategische Partnerschaft mit Coca-Cola HBC. Mit Costa Coffee besitzt The Coca-Cola Company bereits eine eigene Kaffeemarke. Gibt es da Überschneidungen? Nein, sagt Alain Mettler, Head of Coffee Business Unit

bei Coca-Cola HBC Schweiz. Die beiden Kaffeemarken seien komplementär: «Die lebendige, jugendliche Energie von Costa Coffee spricht ein Publikum an, das Bequemlichkeit sucht, ohne Kompromisse bei der Qualität einzugehen. Caffè Vergnano 1882 dagegen ist mit seiner reichen Tradition und dem Engagement für erstklassige Qualität und Innovation perfekt geeignet für gehobene Ansprüche.»

2024 dürfte für Caffè Vergnano 1882 in der Schweiz ein Rekordjahr werden. In der Schweiz bieten verschiedene Spitzencafés und Hotels Caffè Vergnano 1882 an. «Wir beobachten ein schönes Wachstum und eine steigende Nachfrage in der Schweizer Gastronomieszene. Wir sind zuversichtlich, dass 2024 ein Rekordjahr für Caffè Vergnano 1882 werden wird», so Alain Mettler.

Auch in ausgewählten Detailhandelskanälen ist die Marke erhältlich. Über den Valser-Service wird zudem direkt an über 80 000 Haushalte in der Schweiz geliefert. Und selbstverständlich kann Caffè Vergnano 1882 auch im Internet bestellt werden.

Eine vielversprechende Schweizer Kooperation ist ausserdem die Partnerschaft mit der renommierten EHL Hospitality Business School. Sie ist die weltweit führende Business School im Gastgewerbe. Alle EHL- Verkaufsstellen bieten eine Reihe von Vergnano-Kaffee Konzepten und -röstungen sowie das «Women in Coffee»-Konzept an. «Ein Meilenstein wird die Eröffnung der Academia Vergnano im Frühjahr 2025. Es ist die erste Vergnano-Akademie ausserhalb Italiens und soll ein führendes Schulungszentrum für künftige Fachkräfte im Gastgewerbe werden», erklärt Alain Mettler. Durch stetige Innovationen möchte das Unternehmen weiterhin neue Standards

HANDELSZEITUNG

Wirtschaft im Klartext.



Handelszeitung
8021 Zürich
058 269 22 80
<https://www.handelszeitung.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 31 734
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Seite: 32
Fläche: 103 689 mm²

Auftrag: 1050878
AEV (in Tsd. CHF): 1,2

Referenz: 93826138
Ausschnitt Seite: 3/4

setzen und die Zukunft der nachhaltigen Kaffeeindustrie mitgestalten. Seit kurzem ist die fünfte Generation ins Familienunternehmen eingetreten. Die Zeichen für weiteres Wachstum stehen also gut – ganz unabhängig davon, ob frischer Kaffeeduft nun tatsächlich leistungsfähiger macht oder einfach nur unwiderstehlich gut riecht.



Handelszeitung
8021 Zürich
058 269 22 80
<https://www.handelszeitung.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 31 734
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Seite: 32
Fläche: 103 689 mm²

Auftrag: 1050878
AEV (in Tsd. CHF): 1,2

Referenz: 93826138
Ausschnitt Seite: 4/4

«Von klein auf bin ich in die Welt des Kaffees eingetaucht»

Wie viele Tassen Kaffee oder Espresso trinken Sie pro Tag?



Carolina Vergnano

Carolina Vergnano: Jeden Morgen mache ich zwei Tassen Moka nur für mich und genieße sie in aller Ruhe, während ich meine Gedanken ordne, bevor der Rest meiner Familie aufwacht. Im Laufe des Tages trinke ich dann noch zehn weitere Tassen.

War für Sie immer klar, dass Sie in das Familienunternehmen einsteigen würden?

Von klein auf bin ich in die Welt des Kaffees eingetaucht. Schon als Kind war das unvergleichliche Aroma frisch gerösteter Bohnen allgegenwärtig, und es wurde ein Teil meiner Identität. Ich fühlte

mich immer eng mit dem Familienunternehmen verbunden. Zu sehen, wie meine Familie mit Leidenschaft und Hingabe arbeitet, hat mich inspiriert, dieses Erbe fortzuführen. Ich möchte nicht nur erhalten, was die Generationen vor mir aufgebaut haben, sondern auch meine eigene Vision einbringen und zum Wachstum des Unternehmens beitragen.

Caffè Vergnano steht für authentischen italienischen Espresso. Wie muss ein solcher Espresso schmecken?

Authentischer italienischer Espresso erzählt eine Geschichte von Ritualen und Traditionen, die von Generation zu Generation weitergegeben werden. Es geht nicht nur um den Geschmack, sondern um das Erlebnis. Ein echter italienischer Espresso sollte reichhaltig und vollmundig sein, mit einem perfekten Gleichgewicht von Säure, Bitterkeit und Süsse. Zum Schluss sollte er einen langanhaltenden, weichen Abgang haben. Aber über das sensorische Erleb-

nis hinaus symbolisiert italienischer Espresso etwas Tieferes: Er verkörpert das Bedürfnis der Menschen, zusammenzukommen, in der Hektik des Alltags innezuhalten und kostbare Momente zu geniessen.

Mit dem Programm «Women in Coffee» unterstützen Sie von Frauen geführte Produktionen. Warum ist dies ein Herzensprojekt von Ihnen?

«Women in Coffee» ist mein grosser Traum, denn das Programm steht für persönliche Stärke, Gleichberechtigung und Respekt. Als wir «Women in Coffee» 2018 ins Leben gerufen haben, wollten wir kleine Gemeinschaften von Kaffeebäuerinnen unterstützen. Im Laufe der Zeit hat sich das Projekt zu einer Plattform für nachhaltige Veränderungen entwickelt – nicht nur in der Kaffeeindustrie, sondern für Frauen weltweit. Dieses Projekt vermag Brücken zu bauen und fördert die Gemeinschaft. So können wir einen dauerhaften Wandel herbeiführen. Darauf bin ich sehr stolz.