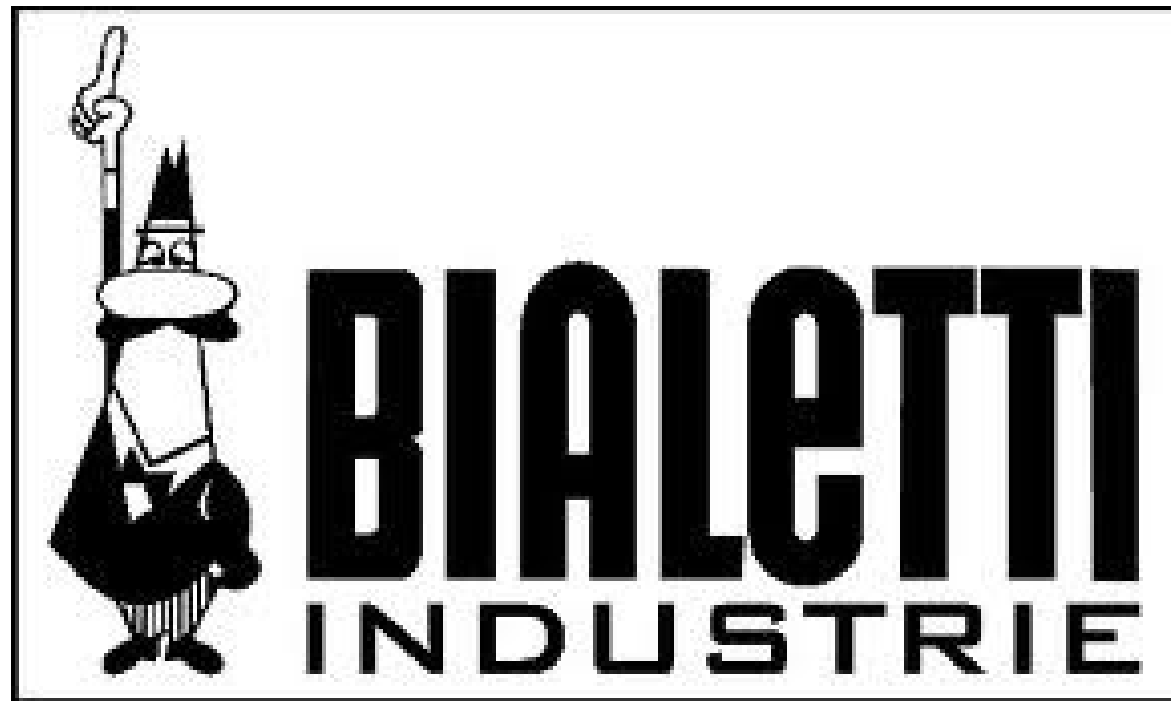




Corso di Corporate Identity ed Etica d'Impresa

Prof. Federico Brunetti

Silvia Cavazza
Margoot Pognani
Silvia Gambaretto



Il percorso della presentazione

- Le origini del caffè
- L'evoluzione storica dell'azienda Bialetti
- Il Gruppo Bialetti Holding Spa
- La filosofia ed i valori etici
- I prodotti del gruppo
- Lo sviluppo della comunicazione nel tempo



Le origini del caffè

Guerrieri nomadi dell'Etiopia

Arabi: inizia la coltivazione

1600 furto dei chicchi

Olandesi : esportazione sull'Isola di Giava

1700 espansione nel Mondo e nascita dei primi Caffè

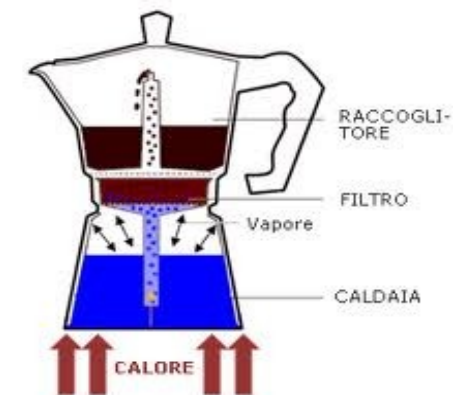
da bevanda maledetta a bevanda curativa



L'azienda Bialetti

1919 Alfonso Bialetti apre un'officina a Crusinallo (Vb) per la lavorazione dell'alluminio

1933 nasce Moka Express: rivoluzione del modo di preparare il caffè



1993 Rondine Italia acquisisce Bialetti

2003 nascita Bialetti Holding SpA a seguito di numerose acquisizioni



Il Gruppo Bialetti Holding SpA

Rondine



Girmi



Aeternum



Bialetti

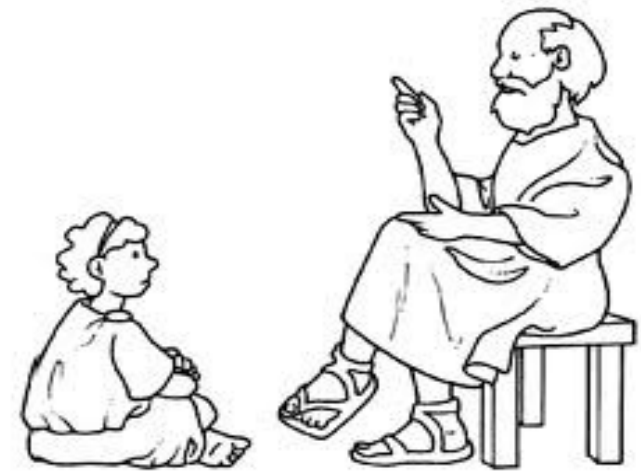


Cem



La filosofia

Le tre caratteristiche:



la qualità dei materiali e delle lavorazioni

l'innovazione: nuove soluzioni e nuove realtà

il design per produrre oggetti belli e piacevoli



L'impegno sociale

- AIRC Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro ed altre associazioni presenti in diversi Paesi
- Legambiente: recupero alluminio e raccolta metallo
- Symbola Fondazione: sviluppo della soft economy
- Rugby Leonessa-Admo: collaborazione per finanziare il reparto di Oncoematologia pediatrica (Brescia)
- Certificazione etica SA 8000 e sicurezza sul lavoro in conformità alle normative UNI
- Bilancio Sociale



I prodotti Bialetti

1933 l'intuizione geniale: nasce Moka Express, semplice, funzionale e dal design Art Decò

Dal 2000 ad oggi: lancio sul mercato di modelli classici e rivisitati



Moka Crèm: per gli amanti della cremosità

Mukka Express: per il cappuccino fatto in casa



Mini Express: per i veri innamorati

Brikka: un espresso come al bar



Dama Sound: la moka che ti avvisa quando il caffè è pronto



Zera: per gli amanti dell'orzo



Cuor di moka: per gustare l'essenza migliore del caffè



.. non solo Moka ..

2006: il lancio di Mokona One, la macchina per caffè “fact totum”

Dalla preparazione del caffè espresso a regola d'arte al cappuccino come al bar utilizzando capsule, cialde e caffè macinato

2011: il progetto I Caffè d'Italia ..
5 modi diversi di vivere il caffè all'italiana



Bialetti entra nel mercato della produzione del caffè con 5 diverse miscele in capsule monodose: Milano, Venezia, Roma, Napoli, Italia Deca

Apertura di negozi monomarca, outlet e e-commerce
www.bialetticaffe.it



La comunicazione di Bialetti

All'inizio (1958/1968) ..

Bialetti si inserisce tra gli “sketch” del Carosello Campani realizza
l'Omino con i Baffi che intrattiene i bambini prima di andare a letto
attraverso i suoi quiz

.. poi ..

l'Omino con i Baffi si rivolge agli adulti



La comunicazione di Bialetti

.. dal 1971 ..

Provolino, arrabbiato con la maestra, viene ingaggiato per una pubblicità divertente mirata ai bambini

Visti i cambiamenti nella società di oggi
anche Bialetti si adegua ..



La comunicazione di Bialetti

.. oggi ..

La pubblicità mira ad un pubblico diversificato

amici

famiglia

single



Bialetti l'oggi e il domani

Oggi ha il 49% di quota di mercato per le macchine da caffè

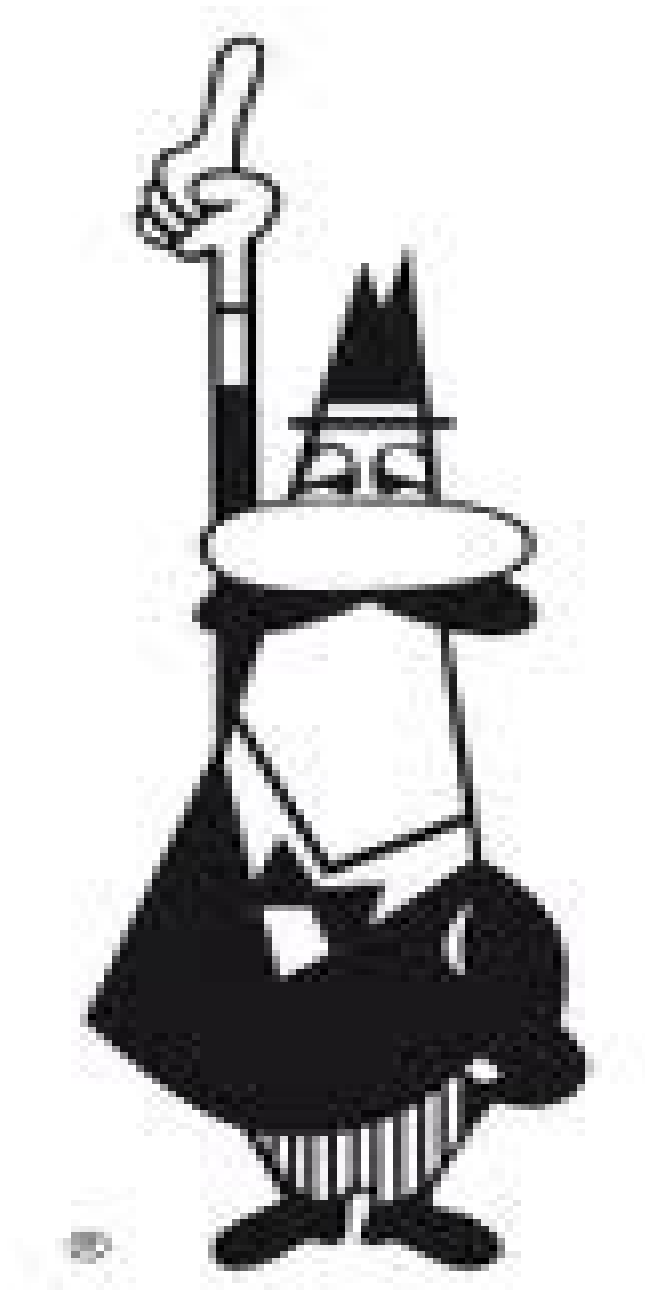
Diversifica il proprio core business con la produzione del caffè a cui ha dedicato un mini sito per la vendita on-line

Il budget di comunicazione aumentato da 5 a 7 milioni di euro per il lancio dei nuovi prodotti, capsule e Mokona One

La comunicazione prevede anche altre attività di product placement (in particolare è già partita quella all'interno del Grande Fratello)



Grazie per l'attenzione !



Se ci sono domande
alzate pure la mano...