



Lavazza è “Official coffee” della Juventus: uno sguardo comune sul futuro.

Torino, 8 settembre 2020 – “Official coffee” a livello globale del Club campione d’Italia: è questo il cuore della partnership siglata da **Lavazza** e **Juventus**, che mettono così a fattor comune quei valori che da sempre li caratterizzano e fanno apprezzare in Italia e all’estero. A legare i due brand iconici, uno sguardo comune sul futuro in cui innovazione, passione e tradizione guidano progettualità orientate a ispirare le persone, a coinvolgerle e renderle protagoniste di storie di eccellenza. Non solo. Entrambe di origine torinese e oggi due realtà globali, **Lavazza** e **Juventus**, grazie alla visione strategica e alla capacità imprenditoriale, hanno saputo creare ed esportare nel mondo un modello di business vincente riconosciuto a livello internazionale.

L’accordo prevede una serie di azioni di marketing e comunicazione quali la visibilità del brand Lavazza sul campo durante le partite di serie A e Coppa Italia e al Juventus Training Center, attività su canali digital e social, l’utilizzo del logo per la comunicazione ATL, BTL e web.

La partnership coinvolgerà anche la Prima Squadra di calcio femminile della Juventus, che dalla sua costituzione è sempre stata campione d’Italia, e anche il mondo eSports grazie ad alcune attività con il team bianconero di eFootball.

Rientrano nell’accordo anche il consumo esclusivo di caffè Lavazza presso tutti i bar e le sale hospitality dell’Allianz Stadium di Torino, dotate anche di Coffee Station; l’utilizzo di macchine Lavazza presso tutti gli “Sky box” dello stadio, nonché il diritto di fornire il caffè presso il J Hotel.

*“Siamo particolarmente orgogliosi di siglare questa partnership pluriennale con un brand iconico come Juventus, che come noi è torinese, italiano, con un’importante heritage familiare e dalla dimensione internazionale”, dichiara **Sergio Cravero, Chief Marketing Officer del Gruppo Lavazza.** “Lo sport rappresenta un pillar strategico del nostro brand per far apprezzare in tutto il mondo la vera cultura del caffè italiano e per raggiungere un pubblico trasversale di appassionati. Sono certo che questa nuova collaborazione risulterà vincente per trasmettere ancora una volta, e sempre meglio, i valori condivisi come la ricerca dell’eccellenza, la capacità di innovare e di ispirare le persone, e renderà ancora più unico il mondo Juventus con una coffee experience di altissima qualità firmata Lavazza.”*

*“Accogliamo Lavazza nella famiglia dei nostri partner con soddisfazione. Questo accordo è molto significativo per il nostro Club e la nostra città unendo due dei brand italiani più importanti al mondo. I progetti che andremo a realizzare insieme toccheranno diversi ambiti sfruttando i molti punti strategici di contatto tra le nostre realtà”, con queste parole **Giorgio Ricci, Chief Revenue Officer di Juventus** ha voluto commentare l’accordo.*

Lavazza è da molti anni partner di alcuni tra i più prestigiosi brand internazionali nell’ambito degli eventi sportivi. Nel mondo del tennis, a livello globale, l’azienda è l’unico brand del food&beverage sponsor di tutti e quattro i tornei del **Grande Slam** (US Open, Wimbledon, Roland Garros, Australian



Open). Nel mondo del calcio, Lavazza è oggi conosciuta e apprezzata a livello internazionale grazie a importanti sinergie, siglate con realtà storiche e incentrate su tre denominatori comuni: eccellenza, tradizione e innovazione. Nel 2018 Lavazza ha infatti scelto di parlare a milioni di appassionati della Premier League attraverso un accordo pluriennale come “Official Coffee” di **Arsenal F.C.** e **Liverpool F.C.**, due tra le più prestigiose società di calcio del Regno Unito.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è di proprietà della famiglia Lavazza da quattro generazioni. Tra i più importanti torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 140 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 70% del fatturato generato sui mercati internazionali. Il Gruppo Lavazza impiega complessivamente oltre 4.000 dipendenti e nel 2019 ha generato un fatturato di 2,2 miliardi di euro.

Fanno parte del Gruppo le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la nordamericana Kicking Horse Coffee (2017), l'italiana Nims (2017) e il business dell'australiana Blue Pod Coffee Co. (2018). Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi rispettivamente nel settore dell'Office Coffee Service (OCS) e del Vending.

Per informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Davide Asinelli – 335 6567822 - davide.asinelli@lavazza.com

STUDIO SUITNER

Manuela Ciacci – 011 8196450 – segreteria@studiosuitner.it