**Lavazza ist offizieller Kaffee**

**von Juventus Turin: eine gemeinsame Zukunftsvision**

**Turin, 8. September 2020** – «Offizieller Kaffee» von Italiens amtierenden Champions auf globaler Ebene: Dies ist der Kern der Vereinbarung, die **Lavazza** und **Juventus** auf der Grundlage der Werte getroffen haben, die sie stets geteilt und die ihnen in Italien und im Ausland Respekt verschafft haben. Die Vereinigung dieser beiden legendären Marken ist eine gemeinsame Vision einer Zukunft, in der Innovation, Leidenschaft und Tradition ihre Projekte prägen, um Menschen zu inspirieren, zu motivieren und in den Mittelpunkt einer Geschichte der Exzellenz zu rücken.

Aber das ist noch nicht alles. **Lavazza** und **Juventus** haben beide ihren Ursprung in Turin und sind heute zwei globale Grössen, die dank ihrer strategischen Vision und unternehmerischen Fähigkeiten in der Lage sind, ein Geschäftsmodell zu entwickeln und zu exportieren, das allgemein als erfolgreich angesehen wird.

Die Vereinbarung umfasst eine Reihe von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen wie die Sichtbarkeit der Marke Lavazza im Allianz Stadium während der Spiele der Serie A und der Coppa Italia sowie im Juventus-Trainingszentrum, Aktivitäten im Bereich digitale und soziale Medien sowie die Verwendung des Logos in der ATL-, BTL- und Web-Kommunikation.

Die Partnerschaft involviert auch das erste Frauenteam von Juventus, das seit seiner Gründung immer italienischer Meister war; und die eSports-Welt, dank einiger Aktivitäten mit dem Juventus eFootball-Team.

Die Vereinbarung umfasst ausserdem den Exklusivverkauf von Lavazza Kaffee in allen Cafés und Lounges des Turiner Allianz Stadiums (die auch Lavazza Kaffeestationen haben); die Nutzung von Lavazza Maschinen in allen «Sky-Logen» des Stadions sowie das Recht, Kaffee im J Hotel anzubieten.

«Wir sind besonders stolz darauf, diese mehrjährige Partnerschaft mit einer legendären Marke wie Juventus zu unterzeichnen, die wie wir italienisch ist und aus Turin stammt und ein wichtiges Familienerbe und internationale Reichweite hat,» erklärte **Lavazza Chief Marketing Officer Sergio Cravero**. «Sport ist einer der strategischen Pfeiler unserer Marke, um die wahre Kultur des italienischen Kaffees in der ganzen Welt zu fördern und ein breites Publikum von Enthusiasten zu erreichen. Ich bin auch sicher, dass diese neue Zusammenarbeit erfolgreicher denn je sein wird, wenn es darum geht, gemeinsame Werte wie das Streben nach Exzellenz und die Fähigkeit zur Innovation und Inspiration der Menschen zu vermitteln und die Welt von Juventus mit einem hochwertigen Kaffeeerlebnis von Lavazza noch einzigartiger zu machen.»

*«Wir freuen uns Lavazza in unserer Partnerfamilie willkommenzuheissen. Diese Vereinbarung ist für unseren Club und für unsere Stadt von grosser Bedeutung, da sie zwei der weltweit wichtigsten italienischen Marken vereint. Die Projekte, die wir gemeinsam entwickeln werden, werden verschiedene Bereiche betreffen und die zahlreichen strategischen Berührungspunkte zwischen unseren beiden Organisationen nutzen,» betonte* ***Juventus Chief Revenue Officer Giorgio Ricci****.*

Im Laufe der Jahre war Lavazza Partner einiger der prestigeträchtigsten Sportveranstaltungen der Welt. Beim Tennis ist es die einzige Nahrungs- und Genussmittelmarke, die alle vier **Grand Slam** -Turniere gesponsert hat (US Open, Wimbledon, Roland Garros, Australian Open). Beim Fussball ist Lavazza international für seine bedeutenden Partnerschaften mit Prestigeclubs bekannt und bewundert – Projekte, die sich durch drei gemeinsame Nenner auszeichnen: Hingabe, Authentizität und Innovation. Im Jahr 2018 hat Lavazza mithilfe langfristiger Vereinbarungen Millionen von Premier League Fans erreicht. Das Unternehmen war offizieller Kaffeepartner von **Arsenal F.C.** und **Liverpool F.C.**, zwei der prestigeträchtigsten Clubs im Vereinigten Königreich.

**\*\*\***

**Lavazza Group**

Lavazza wurde 1895 in Turin gegründet und befindet sich seit vier Generationen im Besitz der Lavazza Familie. Als einer der wichtigsten Kaffeeröster der Welt ist die Gruppe mit seinen Tochtergesellschaften und Händlern in mehr als 140 Ländern vertreten und generiert 70 % seines Umsatzes auf internationalen Märkten. Lavazza beschäftigt insgesamt mehr als 4.000 Mitarbeiter und erzielte 2019 einen Umsatz in Höhe von 2,2 Milliarden Euro. Zu den Unternehmen, die Teil der Lavazza Group sind, gehören Carte Noire und ESP aus Frankreich (2016 bzw. 2017 erworben), Merrild (2015) aus Dänemark, Kicking Horse Coffee Ltd. aus Nordamerika (2017), Nims aus Italien (2017) und die Unternehmen von Blue Pod Coffee Co aus Australien (2018). Nach einer Akquisition Ende des Jahres 2018 wurde die Lavazza Professional Business Unit gegründet, die Office Coffee Service (OCS) und die Verkaufssysteme Flavia und Klix beinhaltet..

**Zur Information::**

**BURSON COHN & WOLFE**

Centre de coordination Lavazza – lavazzacoordinationhub@bcw-global.com