**Lavazza devient le « café officiel »**

**de la Juventus : une vision commune du futur**

**Turin, le 8 septembre 2020** – Du « café officiel » pour les champions en titre de l’Italie : tel est l’accord passé entre **Lavazza** et la **Juventus**, dont les valeurs caractéristiques communes et la réputation locale et internationale constituent le fondement de ce partenariat. Le fait de réunir ces deux marques emblématiques incarne la une vision commune d’un avenir où l’innovation, la passion et la tradition façonneront des projets inspirants et engageants qui placeront les gens au cœur d’une histoire d’excellence.

Mais ce n’est pas tout. Toutes deux originaires de Turin et mondialement célèbres aujourd’hui, **Lavazza** et la **Juventus**, grâce à leur vision stratégique et leurs compétences entrepreneuriales, ont su créer et exporter un modèle d’affaires reconnu à l’international.

L’accord comprend diverses actions en marketing et en communication, notamment la visibilité de la marque Lavazza à l’Allianz Stadium lors des matchs de Serie A et de la Coupe d’Italie, ainsi qu’au centre d’entraînement Juventus Training Center, des activités en ligne et sur les réseaux sociaux, et l’utilisation du logo pour la publicité dans les médias de masse et hors médias et dans la communication sur Internet. Le partenariat comprendra également la première équipe féminine de la Juventus, championne italienne depuis sa création, et l’eSport, grâce à quelques activités avec l’équipe d’eFootball de la Juventus.

L’accord implique également la vente exclusive de café Lavazza dans tous les cafés et espaces salons de l’Allianz Stadium à Turin (où se trouvent aussi des stands de café Lavazza), l’utilisation de machines Lavazza dans toutes les lounges Sky Box du stade, ainsi que la possibilité de fournir du café au J Hotel.

« Nous sommes particulièrement fiers de signer ce partenariat qui se déroulera sur plusieurs années avec une marque emblématique telle que la Juventus, originaire de Turin comme nous et italienne, avec un important héritage familial et une portée internationale », a déclaré **Sergio Cravero, directeur marketing chez Lavazza.** « Le sport incarne l’un des piliers stratégiques de notre marque, car il promeut la culture du café italien de façon authentique à travers le monde et touche de nombreuses catégories de passionnés différentes. Je suis également certain que cette nouvelle collaboration permettra plus que jamais de transmettre des valeurs communes, comme la poursuite de l’excellence et la capacité à innover et à inspirer les gens, faisant ainsi de la Juventus un univers encore plus exceptionnel grâce à une expérience gustative de la plus haute qualité proposée par Lavazza. »

*« Nous sommes ravis d’accueillir Lavazza dans notre famille de partenaires. Cet accord revêt une importance particulière pour notre club et notre ville. Il unit deux des plus grandes marques italiennes au monde. Les projets que nous mettrons en place ensemble concerneront divers domaines et points de contact stratégiques entre nos deux organisations », a déclaré* ***Giorgio Ricci, directeur des recettes à la Juventus****.*

Au fil des années, Lavazza a été la partenaire de certains des plus prestigieux événements sportifs internationaux. Dans le monde du tennis, il s’agit de la seule marque de nourriture et de boissons à avoir sponsorisé les quatre tournois du **Grand Chelem** (l’US Open, Wimbledon, Roland-Garros, l’Open d’Australie). Dans le monde du football, Lavazza est mondialement connue et admirée pour ses partenariats célèbres avec des clubs réputés et ses projets ayant trois points communs : dévouement, authenticité et innovation. En 2018, Lavazza a choisi de s’adresser à des millions de supporteurs la Premier League par le biais de contrats à long terme en devenant le « café officiel » de l’ **Arsenal F.C.** et du **Liverpool F.C.**, deux des plus prestigieux clubs du Royaume-Uni.

**\*\*\***

**Groupe Lavazza**

Fondée en 1895 à Turin, l’entreprise Lavazza a appartenu à la famille Lavazza durant quatre générations. Le groupe est l’un des torréfacteurs majeurs dans le monde et dispose désormais d’activités dans plus de 140 pays à travers ses filiales et ses distributeurs, avec 70 % du chiffre d’affaires issues des marchés internationaux. Lavazza emploie plus de 4 000 personnes et a réalisé plus de 2,2 milliards d’euros de ventes en 2019. Le groupe Lavazza comprend les entreprises Carte Noire et ESP en France (respectivement acquises en 2016 et 2017), Merrild au Danemark (2015), Kicking Horse Coffee en Amérique du Nord (2017), Nims en Italie (2017) et Blue Pod Coffee Co en Australie (2018). À la suite d’une acquisition à la fin de l’année 2018, Lavazza a créé la Professional Business Unit, qui comprend l’Office Coffee Service (OCS) et les distributeurs automatiques Flavia et Klix.

**Pour plus d’informations :**

**BURSON COHN & WOLFE**

Centre de coordination Lavazza – [lavazzacoordinationhub@bcw-global.com](mailto:lavazzacoordinationhub@bcw-global.com)