



ALERTE PRESSE

LAVAZZA, CAFÉ OFFICIEL DE ROLAND-GARROS, RENOUVELLE SON PARTENARIAT AVEC LE TOURNOI JUSQU'EN 2025

Paris, 24 mai 2022 – Le Groupe Lavazza, l'un des plus grands torréfacteurs au monde et café officiel de Roland-Garros depuis 2015, réaffirme son engagement dans le monde du tennis et renouvelle son partenariat avec le tournoi Roland-Garros jusqu'en 2025.

LAVAZZA ET ROLAND-GARROS, LE PARTAGE DE VALEURS COMMUNES

Le monde du tennis et le Groupe Lavazza partagent un goût pour l'excellence, une culture de l'authenticité, de la convivialité et de la responsabilité. Ce sont des valeurs qui les lient intrinsèquement, qui les rapprochent et qui ont permis à Lavazza de s'inscrire au sein de cet univers sportif. Second marché après l'Italie et la première filiale à avoir été créée, la France est un pays clé pour le Groupe Lavazza. Parmi les tournois de tennis dont l'entreprise est partenaire, Roland-Garros occupe ainsi une place de choix, d'autant plus que les questions de durabilité sont au cœur de leurs stratégies respectives.

« L'investissement dans le monde du sport constitue une opportunité de développement stratégique pour le Groupe Lavazza. » déclare Giuseppe Lavazza, Vice-Président du Groupe Lavazza. *« Notre participation à Roland-Garros pour la 7^{ème} année est conforme à notre stratégie d'internationalisation et consolide notre présence sur l'un de nos marchés les plus importants, offrant aux Français une expérience authentique du café italien, sous toutes ses formes. Nous nous réjouissons du renouvellement du partenariat avec le tournoi Roland-Garros, un allié de longue date, et avec lequel nous partageons un objectif commun : celui d'offrir aux spectateurs une expérience unique lors de cet événement de renommée internationale ».*

« Nous sommes très heureux de renouveler le partenariat avec Lavazza et les spectateurs aussi ! Roland-Garros partage la même vision de l'excellence, de l'authenticité et des questions durables de cet acteur devenu incontournable dans l'univers du tennis. » annonce Amélie Mauresmo, Directrice du Tournoi de Roland-Garros.



UN DISPOSITIF IN STADIA AU PLUS PRÈS DES VISITEURS PENDANT LA QUINZAINE

Cette année, Lavazza revient en force avec un dispositif à la hauteur de cette nouvelle édition. Pour l'occasion, 70 points de vente et 300 machines ont été installées, et 20 baristas ont été formés pour répondre aux besoins des spectateurs du tournoi. 2 fans corners dans Paris – au Publicis Drugstore des Champs Elysées et au kiosque Roland-Garros à Opéra – vendent également les produits Lavazza spécialement conçus pour le tournoi.

Afin de renforcer son implication dans le monde du tennis, Lavazza a élargi son équipe d'ambassadeurs de marque avec le joueur italien Jannik Sinner, 12^e joueur mondial. Avec son parrainage des ATP Next Gen Finals 2019, Lavazza confirme sa décision de promouvoir et de soutenir de jeunes joueurs de tennis prometteurs.

En 2020, Lavazza est également devenu le partenaire platinum du tournoi Nitto ATP Finals 2021-2025 à Turin. Ce partenariat majeur reflète les liens forts entre l'entreprise et sa ville natale, qui remontent à la fondation de Lavazza en 1895 et où est né le premier café espresso italien de l'histoire.

UN COFFRET EN ÉDITION LIMITÉE

Souhaitant conjuguer sa passion pour le tennis et ses engagements écologiques et sociaux, Lavazza a lancé un coffret fabriqué en France par des artisans spécialisés dans le recyclage de matériaux locaux. Nommé "Service gagnant", il est composé de 2 tasses et sous-tasses espresso Lavazza x Roland Garros, 2 cuillères à café en forme de raquettes de tennis, et 2 plateaux de service fabriqués avec du marc de café Lavazza ainsi que de la terre battue Roland-Garros recyclés.



À propos du Groupe Lavazza

Lavazza, fondée à Turin en 1895, est une entreprise italienne de café appartenant à la famille du même nom depuis quatre générations. Aujourd'hui, le groupe est l'un des principaux acteurs de la scène internationale du café, avec un chiffre d'affaires de plus de 2,3 milliards d'euros et un portefeuille de marques leaders sur le marché telles que Lavazza, Carte Noire, Merrild et Kicking Horse. Il est actif sur tous les secteurs d'activité et présent sur 140 marchés, avec 9 usines de production dans 6 pays et plus de 4 200 employés dans le monde. Sa présence à l'international est le résultat d'un parcours de croissance qui dure depuis plus de 125 ans. Les plus de 30 milliards de tasses de café Lavazza produites chaque année témoignent de ce succès historique, continuant à offrir le meilleur café possible sous toutes ses formes, en prenant soin de chaque aspect de la chaîne d'approvisionnement, de la matière première à la tasse.

Le Groupe Lavazza a révolutionné la culture du café grâce à son investissement continu dans la recherche et le développement : de l'intuition qui a marqué le premier succès de l'entreprise – l'assemblage de café - au développement de solutions d'emballage innovantes ; du premier espresso bu dans l'espace aux dizaines de brevets industriels développés. L'aptitude à être en avance sur son temps se reflète également dans l'attention portée au développement durable - économique, sociale et environnementale - qui a toujours été considéré comme un axe de référence pour orienter la stratégie de l'entreprise. *"Awakening a better world every morning"* ("Réveiller un monde meilleur chaque matin"), tel est l'objectif du groupe Lavazza, qui vise à créer de la valeur durable pour les actionnaires, les employés, les consommateurs et les communautés dans lesquelles il opère, en combinant compétitivité ainsi que responsabilité sociale et environnementale.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.lavazzagroup.com

Contacts presse - AGENCE BCW PARIS

Philippine Nicolas-Vullierme - philippine.nicolas-vullierme@bcw-global.com - +33 7 85 22 45 21

Maélis Coulon - maelis.coulon@bcw-global.com - +33 1 56 03 15 44