



Lavazza celebra Napoli e il suo amore per il caffè con la sua storica miscela “Crema e Gusto Ricco”

Napoli, 10 Ottobre 2018 – Nella città dove il caffè è un vero e proprio culto, [Lavazza](#) apre le porte di “**Casa Lavazza**”: un luogo d’incontro dove celebrare l’indissolubile legame fra l’amata bevanda e gli abitanti di Napoli insieme ad ospiti speciali e all’aroma inconfondibile della storica miscela **Crema e Gusto Ricco**. L’azienda ha scelto inoltre di dedicare allo speciale binomio caffè e Napoli tante iniziative sul territorio pensate per sorprendere e stupire i cittadini, e l’apertura di una **nuova sede del Training Center**, il più grande network di formazione al mondo sul caffè.

Da sempre momento di condivisione e di relazione, il caffè diventa l’occasione perfetta per raccontare la cultura napoletana con il progetto di “[Casa Lavazza](#)” un luogo d’incontro dove celebrare l’indissolubile legame fra l’amata bevanda e gli abitanti di Napoli. Per quattro mesi questa suggestiva location ospita **showcooking** condotti dal Training Center Lavazza, **meet & greet** con ospiti d’eccezione ed esclusivi **workshop** dedicati al mondo del cinema, della musica, dell’arte e dello sport, coinvolgendo tutti coloro che desiderano confrontarsi sulle tradizioni partenopee davanti a una tazzina di caffè Crema e Gusto Ricco.

L’azienda torinese ha dato inoltre vita ad un ricco palinsesto di iniziative dedicate ai napoletani, come i tradizionali panari calati dai balconi o le divertenti apecar brandizzate che porteranno Crema e Gusto Ricco agli eventi più rilevanti per la città, dal Campionato Invernale di Vela d’Altura che si tiene tutti gli anni nel Golfo di Napoli ai tradizionali presepi di Natale che animano San Gregorio Armeno fino all’Epifania in Piazza Plebiscito.

“Abbiamo voluto realizzare questo progetto per valorizzare uno dei sodalizi più forti del nostro Paese, quello fra i napoletani e il caffè, celebrando uno dei momenti più importanti nella quotidianità delle persone che vivono in questa splendida città. Questo è un territorio con caratteristiche uniche, dove il caffè riveste un ruolo pervasivo sia da un punto di vista culturale che da un punto di vista sociale. Vogliamo quindi creare un legame duraturo nel tempo con la città di Napoli, anche grazie ad una delle miscele più amate come Crema e Gusto Ricco; presiederemo in modo costante e mirato relazioni e manifestazioni culturali, artistiche, sportive e gastronomiche, per rendere ancora più solido il rapporto tra l’azienda e questo territorio” ha dichiarato **Maurizio Cozzolino, Italy Country Manager di Lavazza**.

Inoltre Lavazza, che da sempre supporta e promuove l’arte nel mondo, rinnova il suo impegno anche in questa occasione attraverso un **progetto di riqualificazione cittadina** che prevede la realizzazione di due opere d’arte dedicate a Napoli, anch’esse volte a celebrare il rapporto fra la città e il caffè e con al centro l’iconica tazzina Lavazza. Il brand promuoverà la realizzazione di un murales all’interno del Parco dei quartieri spagnoli; mentre il secondo progetto artistico avrà come protagonista l’opera vincitrice di un bando che coinvolge gli studenti di tre istituti di design e architettura di rilievo, l’Accademia di Comunicazione, l’Istituto Superiore di Comunicazione e l’Accademia di Belle Arti di Napoli.



TORINO, ITALIA, 1895

A conferma del valore della città di Napoli per promuovere la cultura del caffè, Lavazza ha scelto inoltre Palazzo Torlo, monumentale residenza storica di inizio '800 che fa parte del Patrimonio architettonico delle celebri Ville Vesuviane, per aprire un **nuovo polo del suo Training Center**. Con oltre 50 sedi nei 5 continenti, da quasi 40 anni questo centro si occupa di formazione e di educazione al gusto, sperimentando nuove formule, affiancando i professionisti e sensibilizzandoli a ricercare una qualità sempre più elevata. Una vera e propria università del caffè dedicata ad una conoscenza approfondita e capillare: dalla pianta alla tazzina, passando per la botanica, i processi produttivi, le attrezzature per l'espresso ed i metodi di preparazione.

Infine, a supporto della presenza Lavazza sul territorio napoletano l'azienda ha implementato una **campagna di comunicazione** che include l'attivazione di **affissioni** in punti strategici di Napoli, **uscite stampa** e un sostegno **digital e social**. Il format creativo studiato dall'agenzia *Armando Testa* raffigura il nuovo pack del prodotto e due tazzine che, per l'occasione, vanno a comporsi in un'inconfondibile caffettiera napoletana

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 63% dei ricavi realizzato all'estero. Lavazza impiega complessivamente circa 3 mila persone, con un fatturato di 2 miliardi di euro nel 2017. Lavazza ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, ovvero l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue la maggior parte dei suoi prodotti.

L'azienda, tra le prime 100 marche al mondo per reputazione secondo il Reputation Institute, conta inoltre più di 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, imponendosi come prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso.

Lavazza è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre alla costante innovazione. Ad oggi Lavazza vanta un brand conosciuto in tutto il mondo, cresciuto grazie a importanti partnership perfettamente coerenti con la strategia di internazionalizzazione della marca: come quelle, nel mondo dello sport, con i tornei tennistici del Grande Slam e – nel campo dell'arte e della cultura - con prestigiosi Musei quali il Guggenheim di New York negli USA e l'Ermitage di San Pietroburgo in Russia.

Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP, la danese Merrild, la canadese Kicking Horse Coffee, l'italiana Nims e dal 2018 l'australiana Blue Pod Coffee Co.

Visita il sito web Lavazza.it

Per informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Massimo Borraccetti – 345 6789452 – massimo.borraccetti@lavazza.com