



TORINO, ITALIA, 1895

LA COMUNICAZIONE LAVAZZA PREMIATA AGLI NC AWARDS 2019

Gli NC Awards 2019 premiano la comunicazione Lavazza con il titolo di Best Holistic Company, dedicato all'azienda che si è contraddistinta nell'anno 2018 per la qualità delle campagne integrate. I progetti che rientrano in classifica sono **Lavazza ¡Tierra! Hands**, **Lavazza Tiny Toiletpaper**, **Calendario Lavazza 2018** e **Casa Lavazza**. La campagna **Lavazza ¡Tierra! Hands** è stata premiata inoltre come **Migliore Campagna Olistica** nella categoria della **bevande**, classificandosi anche **seconda** come **Migliore Campagna Olistica in assoluto**. Il progetto **Calendario Lavazza 2018** si è aggiudicato invece il primo premio nella categoria **Packaging & Design**.

“Oggi più che mai è fondamentale per i brand avere un approccio olistico alla comunicazione, con piani integrati capaci di proporre nuovi linguaggi e di ingaggiare in modo valoriale, attraverso media mix efficaci, le community di riferimento” – afferma Carlo Colpo, Global Head of Marketing Communication di Lavazza.
“Questo risultato conferma ulteriormente il lavoro attraverso il quale cerchiamo di assicurare sempre maggiore rilevanza e forza al brand, nell’ottica di premiumizzazione e ringiovanimento del marchio Lavazza”.

La campagna di comunicazione integrata **Lavazza ¡Tierra! Hands** è stata realizzata dall'azienda a supporto del lancio del caffè **¡Tierra! Bio-Organic**, con la direzione artistica dell'agenzia **Armando Testa**. La campagna vede protagoniste le mani, vero e proprio simbolo del marchio **¡Tierra!** e sintesi di lavoro e sostenibilità. Il progetto ha previsto uno spot e una serie di attivazioni sul territorio nel contesto delle manifestazioni milanesi del Milano Film Festival e della Milano Green Week. Con lo **spot “Hands”**, che sarà **di nuovo in onda a partire dal 23 maggio**, on air in TV e sul web, Lavazza racconta il viaggio del suo chicco di caffè biologico dai luoghi d'origine fino a noi attraverso una serie di videoproiezioni che alternano uomo e ambiente in maniera del tutto naturale e sorprendente. La campagna ha previsto inoltre **suggestive affissioni** in punti strategici della città e una **speciale installazione** in Piazza XXV Aprile. Lavazza ha infatti scelto l'artista di fama internazionale **Daniel Ost** per dar vita ad un'evocativa opera d'arte: una scultura floreale che rappresenta due mani che reggono un chicco di caffè.

La serata degli NC Awards, guidata da Marco Maccarini, ha visto sfilare sul palco del teatro Elfo Puccini i protagonisti della comunicazione italiana che si sono aggiudicati gli NC Awards, il premio di **ADC Group** dedicato alla **migliore comunicazione integrata e olistica Made in Italy**, ma soprattutto la più **innovativa piattaforma di business** che consente l'incontro tra le aziende in giuria e le agenzie partecipanti.

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 64% dei ricavi realizzato all'estero. Lavazza impiega complessivamente oltre 4 mila persone, con un fatturato di 1,87 miliardi di euro nel 2018. [Con il bilancio al 31/12/2018 il Gruppo Lavazza per la prima volta applica per le proprie rappresentazioni economico-patrimoniali consolidate i principi contabili internazionali IFRS].

Lavazza ha creato, 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 30 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, l'Ermitage di San Pietroburgo e la National Gallery of Victoria di Melbourne.

Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la canadese 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 nel settore dell'Office Coffee Service (OCS) e del Vending.

Visita il sito web www.lavazza.it

Per informazioni:

Lavazza – Massimo Borraccetti - +39 011.234.8794, +39 345.6789452; massimo.borraccetti@lavazza.com

Studio Suitner - +39 011.8196450; segreteria@studiosuitner.it