



TORINO, ITALIA, 1895

LAVAZZA: Quando il caffè sposa il tennis

In occasione del World Tennis Day, l'azienda torinese celebra un'eccellenza del Made in Italy che ha fatto innamorare gli appassionati di tennis

Torino, 5 marzo 2018 - In occasione della Giornata Mondiale del Tennis, Lavazza celebra il suo forte legame con questo sport. Un'affinità nata nel 2011 sul campo di Wimbledon, il più antico e famoso torneo di tennis, ricco di tradizioni e valori che Lavazza abbraccia sin da subito: eccellenza, tradizione, passione e innovazione. Il caffè, simbolo del Made in Italy nonché il cuore dello storico brand, leader nel mercato in Italia, si inserisce rapidamente nella quotidianità del torneo britannico al fianco dei grandi classici emblemi di Wimbledon, come il Pimm's e le fragole con panna.

Un amore che è cresciuto negli anni, tanto che Lavazza comincia a giocare la sua partita conquistando anno dopo anno anche i prestigiosi campi di **Roland Garros, U.S. Open e Australian Open**, diventando così unico brand al mondo ad essere partner di tutti e 4 gli Slam che ogni anno riuniscono appassionati e atleti da tutto il mondo.

*"Come leader nel settore del caffè, simbolo dell'eccellenza italiana nel mondo e azienda sempre attenta alla qualità, Lavazza ha scelto di parlare ai milioni di appassionati della racchetta perché - sostiene **Giuseppe Lavazza**, Vicepresidente del Gruppo - il caffè e il grande tennis sono più complementari di quanto si possa immaginare. Molti sono, infatti, i valori che ci accomunano, tra cui tradizione, innovazione, ritualità, internazionalità e, soprattutto, passione".*

E veri *coffee lovers* sono anche i campioni della racchetta, molti dei quali hanno affiancato negli anni Lavazza diventando protagonisti di tante iniziative e manifestazioni sportive ma non solo. **Pat Cash** e **Annabel Croft**, il vincitore di Wimbledon **Goran Ivanisevic**, l'icona del tennis italiano **Adriano Panatta**, la tennista numero uno al mondo **Caroline Wozniacki**, per arrivare oggi a **Toni Nadal** e **Carlos Moyà** (del team di Rafael Nadal) e alla leggenda del tennis **Andre Agassi**.

Vincitore di 8 tornei del Grande Slam e 6 volte numero uno al mondo, il campione americano non solo è testimonial Lavazza dal 2016 ma è un grandissimo appassionato di caffè. *"La prima cosa che faccio al mattino - ha dichiarato Andre Agassi- è bere una tazza di caffè nero, che mi facilita piacevolmente la giornata".*

E come dargli torto. Agassi non è l'unico ad apprezzare la bevanda. In tutto il mondo ogni anno si bevono mediamente **27 miliardi** di tazzine di caffè Lavazza.

Ormai parte integrante della storia, della vita e della cultura della società contemporanea, tra le qualità che caratterizzano il caffè vi è non solo il gusto intenso e profumato, ma anche le sue proprietà energetiche che lo rendono un prezioso alleato di coloro che, professionisti e non, praticano attività fisica. A dirlo è anche l'**ISIC (Institute for Scientific Information on Coffee)** che ha recentemente diffuso i risultati di uno studio sugli effetti positivi del caffè sui diversi tipi di attività fisica: in particolare è stato dimostrato come anche soltanto una piccola quantità di caffeina, pari a circa 3mg/kg del peso corporeo, non solo migliora le prestazioni del 2% ma aumenta i livelli di concentrazione ed energia (a questo [link](#) la ricerca completa).



TORINO, ITALIA, 1895

Insomma, un'alleanza vincente quella tra caffè e sport. E a proposito di vittorie, lo sapevate che alla Hopman Cup di Perth, nel gennaio del 2015, la tennista numero uno al mondo Serena Williams, sotto 6-0 al primo set ha ribaltato e vinto il match contro l'italiana Flavia Pennetta proprio dopo aver ordinato e bevuto in campo un espresso?

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, esportando oltre il 60% della sua produzione. Lavazza impiega complessivamente circa 3 mila persone, con un fatturato di 1,9 miliardi di euro nel 2016. 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, al sesto posto in Italia 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.

Lavazza ha inaugurato nel centro di Milano, in Piazza San Fedele, il suo primo Flagship Store in cui vivere l'esperienza del caffè a 360° e le innovative creazioni del Coffee Design.

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

Visita il nuovo sito web lavazza.it