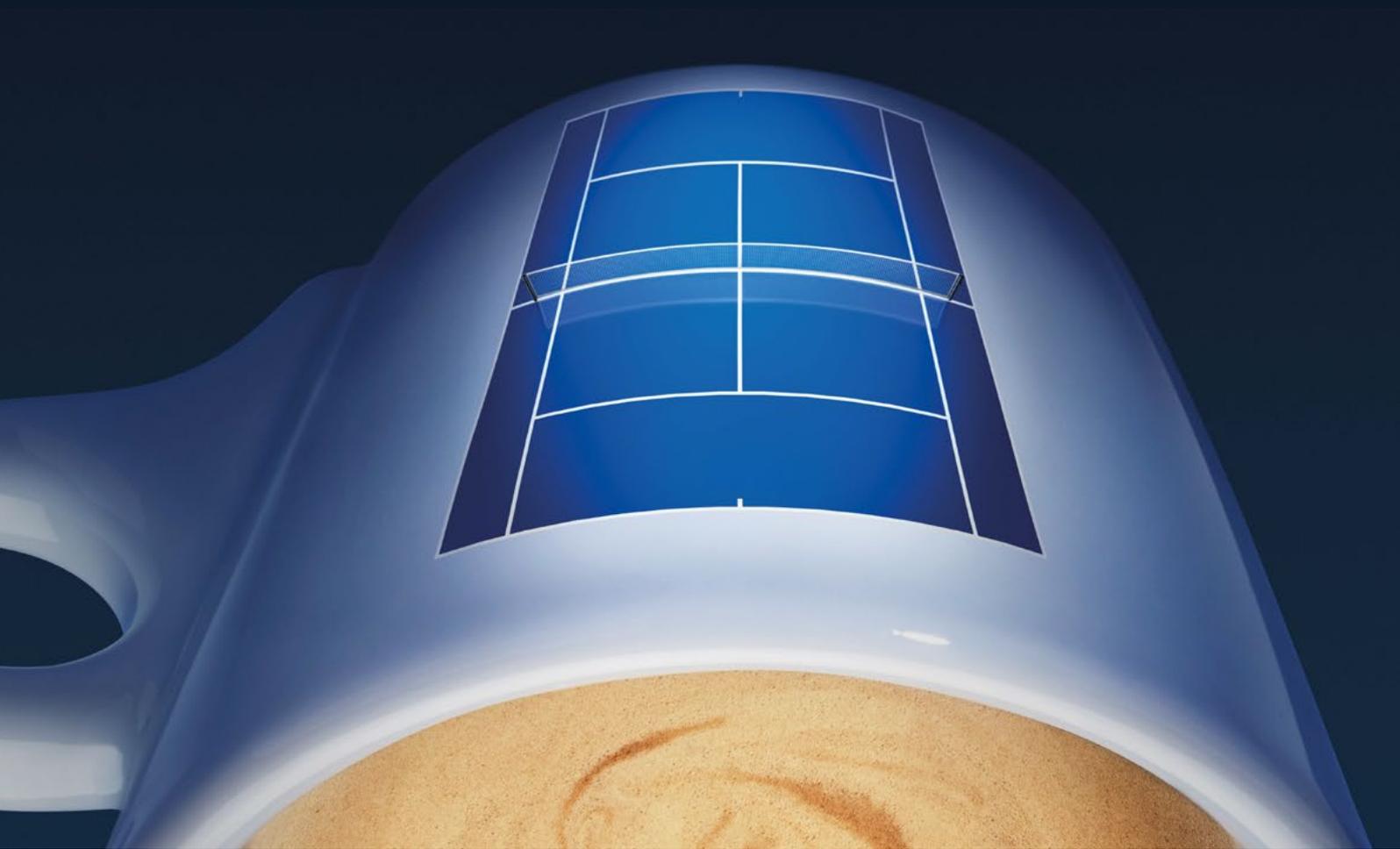


L'ESPRESSO ITALIANO GIOCA IN CASA



CARTELLA STAMPA

2022

L'ESPRESSO LAVAZZA TORNA A GIOCARE IN CASA, A TORINO, PER LE NITTO ATP FINALS

Scoprire le regole del vero espresso italiano al Fan Village delle Nitto ATP Finals è la sfida che Lavazza lancia agli appassionati di tennis, offrendo un luogo di educazione e intrattenimento: Torino, città natale del vero espresso italiano, è **Espressoland**.

Torino, 15 novembre 2022 – Per il secondo anno, Torino si trasforma nella capitale del tennis internazionale con le **Nitto ATP Finals**. Anche per questa edizione, come per i prossimi 3 appuntamenti fino al 2025, non può mancare il **sostegno di Lavazza alla manifestazione, in qualità di Platinum Partner**, a fianco di organizzatori e istituzioni nazionali e territoriali.

Lavazza ha un legame speciale, e ormai radicato, con il mondo del tennis professionistico, a cui si unisce il ruolo attivo che svolge nella città e per la città, dove l'azienda è nata nel lontano 1895 e dove tuttora ha sede il suo quartier generale.

Il matrimonio di Lavazza con questo sport è iniziato oltre dieci anni fa nel tempio del tennis - a Wimbledon - per poi arrivare a tutti i tornei del Grande Slam raggiungendo col tempo risultati straordinari: ogni anno Lavazza entra in contatto con più di 3 milioni di persone, e negli anni ha offerto agli appassionati di tennis un'esperienza di gusto straordinaria servendo più di 10 milioni di caffè.

“Siamo orgogliosi di essere presenti anche quest'anno agli Atp Finals. Abbiamo collaborato fin da subito con le istituzioni e gli altri stakeholder per la realizzazione di questo evento. In continuità con la scorsa edizione abbiamo lavorato per arricchire l'evento con iniziative dirette sulla città che aggiungano valore all'esperienza dei visitatori. Torino potrà beneficiare della visibilità che il grande evento porta con sé e noi puntiamo a far vivere agli appassionati di tennis la cultura del vero espresso italiano. Un connubio perfetto” - **dichiara Marco Lavazza, Vicepresidente Lavazza Group e membro del Comitato d'Onore di Nitto ATP Finals.**

ESPRESSOLAND

Durante la settimana delle Nitto ATP Finals, nel Fan Village adiacente al Pala Alpitour, Lavazza propone **Espressoland**, un'area ludica dove vivere un'esperienza immersiva per scoprire le regole di un vero espresso italiano. Il gioco, interattivo e dinamico, sfrutta la metafora del tennis per raccontare in 6 tappe le regole di un vero espresso italiano. Inoltre, il gioco è fruibile anche in modalità digitale al sito <https://espressoland.concorsi.lavazza.it/>

Attraverso un percorso di intrattenimento e approfondimento Espressoland rivela in maniera interattiva i segreti per gustare un

espresso perfetto a casa come al bar grazie al sistema **Lavazza A Modo Mio** e alla **Barista Technology**.

E chi, se non il campione di tennis **Jannik Sinner, Ambassador Lavazza**, potrebbe essere il «**fan numero 1**» di **Espressoland**? Con un racconto per immagini, mix di foto e video, il campione invita i suoi fan a vivere l'esperienza di Espressoland.

Con Espressoland Lavazza mira a trasformare ogni appassionato di tennis in un appassionato del vero espresso italiano.

“Torino, tennis ed espresso sono la miscela perfetta per Lavazza A Modo Mio che, grazie alla Barista Technology, si distingue sul mercato. Questa tecnologia ideata da Lavazza, nel rispetto delle 8 regole del disciplinare¹, permette di replicare il vero espresso italiano a casa come al bar e garantisce al consumatore un'esperienza di gusto eccezionale.” - afferma **Igor Nuzzi, Regional Director Italia e Svizzera di Lavazza** - *“Quest'anno con Espressoland nel Fan Village delle Nitto ATP Finals, o attraverso l'attivazione digitale, vogliamo stimolare il pubblico di appassionati di tennis, ma anche i curiosi e gli amanti di caffè, a conoscere quali sono gli elementi necessari per gustare a casa un vero espresso italiano. La visita di Espressoland offre inoltre in anteprima l'opportunità di degustare un espresso con la nuova Lavazza A Modo Mio Tiny Eco e le capsule compostabili iTierra! Bio-Organic, un connubio di prodotti sostenibili, esempio della ricerca costante di Lavazza a innovare nel rispetto della sostenibilità.”* - conclude Igor Nuzzi.

LAVAZZA A MODO MIO TINY ECO

Tiny Eco è la prima macchina Lavazza realizzata in parte con **plastica riciclata²** nata per rispondere ai bisogni dei consumatori attenti alla sostenibilità, ma allo stesso tempo entusiasti di un design moderno. Abbinata alle **capsule compostabili³ Lavazza A Modo Mio iTierra! Bio-Organic** - realizzate con un innovativo biopolimero compostabile industrialmente e biodegradabili in 180 giorni, - **garantisce il miglior espresso in tazza in termini di qualità e aroma.**

Da diversi anni Lavazza ha intrapreso un percorso di innovazione che, attraverso ricerca e sviluppo di nuove tecnologie e strumenti, mira al miglioramento continuo e all'ottimizzazione di tutti i propri prodotti, in termini di sostenibilità, qualità, sicurezza ed eccellenza.

1 Disciplinare dell'espresso tradizionale italiano con macchine per uso professionale - Comitato Italiano del Caffè. Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale e INEI.

2 Percentuale di plastiche riciclate in base al colore: nero (61,6%); bianco (57,2%); rosso, rosa antico e verde (52,8%).

3 Capsule compostabili certificate per il compostaggio industriale secondo lo standard EN 13432:2000 da TUV AUSTRIA. Scopri sul pack le corrette modalità di smaltimento.

LA SOSTENIBILITÀ SCENDE IN CAMPO

All'interno del percorso di innovazione del Gruppo Lavazza, la sostenibilità ambientale gioca un ruolo fondamentale, guidando lo sviluppo dei processi e dei prodotti, al fine di ridurre l'impatto sull'ambiente e dare un contributo positivo nel lungo periodo, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU, in particolare il Goal 12 - Produzione e consumo responsabili - e il Goal 13 - Lotta al cambiamento climatico.

Uno studio sui livelli di circolarità realizzato da GSI1 in collaborazione con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa attraverso il metodo CircolUP⁴ conferma l'impegno virtuoso di Lavazza, che ha intrapreso un percorso di sviluppo con buona consapevolezza del ruolo dell'economia circolare nella propria organizzazione e come leva per il proprio sviluppo economico nel rispetto dell'ambiente. Lo studio afferma come la strategia e la visione di medio termine vengano sviluppate coinvolgendo una rete di collaborazioni continuative, che portano all'individuazione di soluzioni innovative.

La collaborazione con le **Nitto ATP Finals non fa eccezione e ulteriormente testimonia l'impegno di Lavazza** nel promuovere l'applicazione dei principi dell'economia circolare. In occasione della manifestazione torinese, infatti, l'azienda ha allestito in La

Centrale Nuvola Lavazza **un vero campo da tennis prodotto con caffè destinato al macero e successivo recupero e riciclo del materiale utilizzato per l'allestimento del campo** stesso, grazie alla collaborazione con **Spazio Meta**, start-up milanese che si propone di limitare gli sprechi incentivando il riciclo creativo.

Il campo da tennis in caffè di scarto sarà inoltre oggetto di un'**iniziativa benefica da parte di Fondazione Lavazza in collaborazione con le Nitto ATP Finals e FIT a favore di Save the Children**, l'Organizzazione internazionale che da oltre 100 anni lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro. Il 10 novembre scorso, infatti, in occasione del Dinner Show che si è tenuto in La Centrale Nuvola Lavazza, i giocatori delle Nitto ATP Finals hanno autografato ciascuno una porzione di campo; i lotti autografati saranno messi all'asta dal **14 al 30 novembre sulla piattaforma di CharityStars** (www.charitystars.com/lavazzaxsavethechildren) e il ricavato, grazie alla collaborazione ultraventennale di Fondazione Lavazza con Save the Children, sarà destinato al progetto "Connessioni Digitali" dell'Organizzazione. In particolare, l'azienda concentrerà i suoi sforzi supportando l'intervento a favore degli studenti delle scuole del quartiere Aurora di Torino, dove dal 2018 risiede la sede del Gruppo Lavazza.

⁴ Circol-UP è uno strumento per la misurazione del livello della circolarità di aziende operanti nei settori Home & Personal Care, Food & Beverage e Retail realizzato da GSI Italy in collaborazione con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Si tratta di un'analisi della distanza rispetto ad una situazione "ideale" (100%) di economia circolare applicata dall'azienda, in cui si cerca di stabilire effettivamente "quanto è circolare" l'impostazione delle attività aziendali, delle scelte di approvvigionamento, delle strategie di distribuzione dei prodotti, etc. I livelli di performance sono 4 in ordine crescente: principiante (beginner), impegnato (concerned), proattivo (proactivist) e circolare (circular).



Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Il Gruppo è oggi tra i principali protagonisti nello scenario globale del caffè, con un fatturato di oltre 2,3 miliardi di euro e un portfolio di marchi leader nei mercati di riferimento come Lavazza, Carte Noire, Merrild e Kicking Horse. È attivo in tutti i segmenti di business, presente in 140 mercati, con 9 stabilimenti produttivi in 6 Paesi e oltre 4.200 collaboratori in tutto il mondo. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da oltre 125 anni e gli oltre 30 miliardi di tazzine di caffè Lavazza prodotti all'anno sono oggi la testimonianza di una grande storia di successo, per continuare a offrire il miglior caffè possibile in qualsiasi forma, curando ogni aspetto della filiera, dalla selezione della materia prima al prodotto in tazza.

Il Gruppo Lavazza ha rivoluzionato la cultura del caffè grazie ai continui investimenti in Ricerca e Sviluppo: dall'intuizione che ha segnato il primo successo dell'impresa – la miscela di caffè – allo sviluppo di soluzioni innovative per i packaging; dal primo espresso bevuto nello Spazio alle decine di brevetti industriali sviluppati. Un'attitudine a precorrere i tempi che si riflette anche nell'attenzione rivolta al tema della sostenibilità – economica, sociale e ambientale – considerata da sempre un riferimento per indirizzare la strategia aziendale. "Awakening a better world every morning" è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore sostenibile per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.



LAVAZZA PRESS OFFICE

Davide Asinelli

+39 335 6567822

davide.asinelli@lavazza.com

BURSON COHN & WOLFE

Roberta Recchia

+39 346 7025060

roberta.recchia@bcw-globa.com

Alessandra Ciuccarelli

+39 347 9773585

alessandra.ciuccarelli@bcw-global.com

Lavazza A Modo Mio Tiny Eco



Con Lavazza A Modo Mio Tiny Eco il vero espresso italiano a casa diventa sostenibile. Tiny Eco è la prima macchina Lavazzarealizzata in parte con plastica riciclata¹, nata per rispondere ai bisogni dei consumatori attenti alla sostenibilità, ma allo stesso tempo entusiasti di un design moderno.

La nuova Tiny Eco è un'ulteriore conferma dell'impegno concreto dell'azienda nel ricercare e realizzare soluzioni di prodotto che siano sostenibili: una macchina espresso a capsule in parte creata con plastica riciclata, dotata di un packaging al 100% in cartone riciclato e dal basso consumo energetico (Classe Energetica A+; per garantire il risparmio energetico la macchina va in stand-by dopo 2 minuti).

Piccola e compatta, Tiny Eco porta colore e allegria in casa grazie alle nuove tonalità pastello Verde e Rosa Antico, al più acceso Rosso e alle intramontabili Bianco e Nero.

Con Lavazza A Modo Mio Tiny Eco un piccolo gesto, come preparare il caffè, diventa una buona pratica sostenibile da portare nel quotidiano di tutti i coffee lover. Silenziosa e dallo stile pop, Tiny Eco nel suo piccolo contiene tutta l'eccellenza Lavazza con un'esperienza d'uso estremamente facile: con un solo tasto si accende, si spegne e fa il caffè che, grazie alla funzionalità Stop&Go e alla griglia removibile, si può scegliere di gustare nella lunghezza che più si desidera.



¹ Percentuale di plastica riciclata in base al colore: nero (61,6%); bianco (57,2%); rosso, rosa antico e verde (52,8%).

Capsule compostabili¹ Lavazza iTierra! Bio-Organic

Innovazione e sostenibilità hanno guidato Lavazza nella creazione delle capsule compostabili Lavazza A Modo Mio iTierra! Bio-Organic. Queste nuove capsule, disponibili nelle varianti For Planet, For Amazonia e For Africa, rappresentano la soluzione ideale per assaporare a casa come al bar il vero espresso italiano senza alcun compromesso in termini di qualità e con attenzione all'ambiente.

Lavazza da diversi anni ha intrapreso un percorso di innovazione che, attraverso la ricerca e sviluppo di nuove tecnologie e strumenti, mira al miglioramento continuo e all'ottimizzazione di tutti

i propri prodotti, in termini di sostenibilità, qualità, sicurezza ed eccellenza.

Le nuove capsule compostabili Lavazza iTierra! Bio-Organic si distinguono grazie alla tecnologia "salva aroma" che crea una barriera all'ossigeno in grado di mantenere fresco il caffè e di garantire la migliore resa in tazza di un autentico espresso italiano. Tale tecnologia di autoprotezione preserva la qualità del caffè e garantisce un'esperienza di gusto eccellente per tutta la durata della shelf life – pari a 15 mesi – senza necessità di ulteriori imballi esterni.



Ogni caffè una scelta: Lavazza iTierra! Bio-Organic for Planet, For Amazonia, For Africa

iTierra! Bio-Organic è un Premium blend sostenibile, un caffè di alta qualità, la combinazione perfetta di gusto eccellente e sostenibilità. iTierra! Bio-Organic racconta progetti e obiettivi sostenuti grazie a **Fondazione Lavazza**. Oggi attiva in, 20 paesi con 32 progetti a beneficio di oltre 1.460.000 beneficiari, dal 2004 la Fondazione promuove e realizza progetti di sostenibilità economica, sociale e ambientale a favore delle comunità produttrici di caffè. Lavazza iTierra! porta in ogni tazzina una vera storia di sostenibilità, che racconta le diverse origini dove sono attivi i progetti della Fondazione Lavazza.

- **iTierra! Bio-Organic For Planet**, per rispondere al cambiamento climatico
- **iTierra! Bio-Organic For Amazonia**, a sostegno della riforestazione
- **iTierra! Bio-Organic For Africa**, a supporto della formazione di giovani coltivatori.

Chi sceglie Lavazza iTierra! Bio-Organic si immerge in un'avventura di gusto unica grazie all'expertise Lavazza nella miscelazione e torrefazione e ad un caffè biologico raccolto a mano, da produzioni certificate RFA (Rainforest Alliance).

All'interno di iTierra! Bio-Organic sono contenute miscele di caffè premium: 100% Arabica per iTierra! For Planet (dolce e fruttato); 100% Arabica Monorigine per iTierra! For Amazonia (bilanciato e aromatico) e Miscela Arabica/Robusta per iTierra! For Africa (ricco e corposo).

¹ Capsule compostabili certificate per il compostaggio industriale secondo lo standard EN 13432:2000 da TUV AUSTRIA. Scopri sul pack le corrette modalità di smaltimento.

Economia circolare – Lavazza

Lavazza è risultata un'azienda particolarmente virtuosa e innovativa nell'applicazione dei principi di economia circolare, secondo l'analisi del livello di circolarità eseguita attraverso Circol-UP¹, lo strumento sviluppato da GS1 Italy in collaborazione con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa.

Gli esperti evidenziano come “Lavazza abbia intrapreso un percorso di sviluppo di circolarità strutturato con una buona consapevolezza del ruolo dell'economia circolare nella propria organizzazione come leva per il proprio sviluppo economico nel rispetto dell'ambiente. Queste azioni di circolarità, sviluppate anche attraverso una rete di collaborazioni, non sono iniziative a sé stanti, ma soluzioni, spesso innovative, derivanti da una chiara strategia strutturata con una visione di medio-lungo termine.”

I principi di economia circolare risultano mediamente integrati, tanto da posizionare l'azienda nella fascia delle imprese virtuose, accreditandole il terzo livello di performance, quello precedente la completa circolarità, detto “Proactivist”² (con una percentuale pari al 64%).

In particolare, le evidenze raccolte individuano le fasi di Design, Produzione e Utilizzo/Consumo del prodotto come quelle in cui gli stabilimenti produttivi italiani del Gruppo raggiungono le prestazioni di circolarità migliori, con una percentuale superiore all'80% che le colloca già nella fascia alta di adesione quasi completa ai principi di circolarità.

ECONOMIA CIRCOLARE



I PILASTRI PER LAVAZZA

RECUPERO E RICICLO

Porre attenzione alle caratteristiche del prodotto in modo da favorirne, dove possibile, il riutilizzo, riciclaggio o il compostaggio a fine vita.

RIDUZIONE MATERICA

Ottimizzazione dell'uso delle risorse.

ESTENSIONE DEL CICLO VITA

Progettare e produrre con l'obiettivo di un ciclo di vita più duraturo preservando materiali ed energia.

RSORSE A BASSO IMPATTO AMBIENTALE O SOSTENIBILI

L'utilizzo di energia rinnovabile e di materie prime rinnovabili, riciclabili o biodegradabili.

LAVAZZA STA DISEGNANDO I PROPRI PRODOTTI, IMPLEMENTANDO AZIONI QUALI:

- 1 Definire una metrica di Circolarità di Lavazza
- 2 Attuare azioni volte alla valorizzazione delle risorse lungo la filiera di produzione del caffè e dei relativi scarti
- 3 Implementare una Road Map del packaging sostenibile con l'obiettivo di valorizzare le materie prime a basso impatto ambientale e il materiale a fine vita
- 4 Sviluppare le nuove macchine del caffè studiate per essere sempre più riparabili allungandone la vita media e che contengano materiale riciclato, aumentino l'efficienza energetica durante l'uso, e facilitino le operazioni di manutenzione e disassemblaggio.
- 5 Utilizzo di fonti energetiche rinnovabili
- 6 Efficientamento delle linee produttive con l'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali.
- 7 Valorizzazione degli scarti di produzione come input per altre attività.
- 8 Efficientamento della logistica e distribuzione dei prodotti

LAVAZZA GROUP

Lavazza considera l'applicazione dei principi dell'Economia Circolare come strategici per raggiungere gli obiettivi della propria Road Map to Zero. Stiamo lavorando per promuovere l'economia circolare giocando un ruolo attivo nella trasformazione dei sistemi per ridurre l'utilizzo delle risorse, fare di più con meno, facilitare la circolarità dei materiali inserendoli nuovamente in un ciclo produttivo per evitare che inquinino gli ecosistemi, o che vengano inviati in discarica o ad incenerimento.

1 Circol-UP è uno strumento per la misurazione del livello della circolarità di aziende operanti nei settori Home & Personal Care, Food & Beverage e Retail realizzato da GS1 Italy in collaborazione con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Si tratta di un'analisi della distanza rispetto ad una situazione “ideale” (100%) di economia circolare applicata dall'azienda, in cui si cerca di stabilire effettivamente “quanto è circolare” l'impostazione delle attività aziendali, delle scelte di approvvigionamento, delle strategie di distribuzione dei prodotti, etc. I livelli di performance sono 4 in ordine crescente: principiante (beginner), impegnato (concerned), proattivo (proactivist) e circolare (circular).

2 La misurazione della circolarità è riferita agli stabilimenti produttivi italiani di Pozzilli, Gattinara e Torino di Luigi Lavazza S.p.A.

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Live the Lavazza Experience at the Nitto ATP Finals

Nitto ATP
FINALS
platinum partner

Nitto ATP Finals e Fondazione Lavazza per Save the Children

In occasione dell'evento Nitto ATP Finals 2022 – Dinner Show – che si è svolto presso La Centrale Nuvola Lavazza il 10 novembre, Lavazza, Platinum Partner del torneo, ha realizzato un campo da tennis speciale, con polvere di caffè, recuperando e dando nuova vita al caffè destinato al macero: il primo campo da tennis in cui la sostenibilità scende in campo insieme ai giocatori.

Questo speciale palcoscenico ha ospitato la presentazione dei due gironi dei finalisti (singolare e doppio) delle Nitto ATP Finals, ognuno dei quali ha lasciato la propria firma sul campo, dal quale sono stati ricavati 16 lotti autografati che saranno messi all'asta dal 14 al 30 novembre sulla piattaforma di CharityStars (www.charitystars.com/lavazzaxsavethechildren).

Il ricavato della vendita sarà devoluto a Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Onlus che, dal 2004, promuove e realizza progetti di sostenibilità economica, sociale e ambientale a favore delle comunità produttrici di caffè in tutto il mondo, oltre ad intervenire a supporto delle comunità in cui opera.

Con questa iniziativa la Fondazione sostiene Save the Children, l'Organizzazione internazionale che da oltre 100 anni lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro. Il ricavato sarà destinato al più ampio progetto "Connessioni Digitali" dell'Organizzazione, contro la povertà educativa digitale, dedicato agli studenti della scuola secondaria di secondo grado. L'impegno sarà rivolto in particolare agli studenti delle scuole del quartiere Aurora di Torino, dove l'azienda ha sede.

Le disuguaglianze economiche, sociali e le disparità territoriali colpiscono i minori fin dalla primissima infanzia; tale situazione non è dovuta solo alla situazione economica familiare, ma rispecchia una mancanza di risorse adeguate all'infanzia e all'adolescenza nell'ambiente in cui vivono. L'accesso a strumenti tecnologici adeguati attraverso la scuola, è fondamentale per permettere a ragazze e ragazzi di costruire nuove opportunità per il proprio futuro. Beneficiari del progetto, oltre agli studenti, saranno le loro famiglie e le comunità alle quali appartengono.

