

LAVAZZA

CAFÉ OFFICIEL



COMUNICATO STAMPA

Parigi,

LAVAZZA RINNOVA LA PARTNERSHIP CON ROLAND-GARROS FINO AL 2025

Un anno in cui Lavazza festeggia i 40 anni di presenza in Francia Una partnership basata sui valori dello sport e sull'impegno in sostenibilità

Parigi, 25 maggio 2022 – **Il Gruppo Lavazza, tra i leader mondiali della torrefazione e caffè ufficiale del Roland-Garros dal 2015, ribadisce oggi l'impegno nel mondo dello sport e del tennis rinnovando la collaborazione con il torneo francese fino al 2025.**

La Francia è un Paese strategico, in quanto rappresenta per il gruppo torinese il secondo mercato dopo quello nazionale e proprio qui ha aperto la sua prima filiale estera **40 anni** fa: è stato questo il primo passo di un percorso di internazionalizzazione che oggi vede il Gruppo attivo in tutti i segmenti di business, presente in 140 mercati con 9 stabilimenti produttivi in 6 Paesi e oltre 4.000 collaboratori in tutto il mondo.

Inoltre, con il Roland-Garros l'azienda condivide i valori legati sia al mondo dello sport che alla sostenibilità economica, sociale e ambientale: qui affondano le radici dell'importanza che il torneo francese assume tra i quattro tornei del Grande Slam di cui Lavazza è partner.

ROLAND-GARROS, L'EMBLEMATICO TORNEO DEL GRANDE SLAM

Quest'anno Lavazza ritorna alla grande con 70 punti vendita, 300 macchine e 20 baristi qualificati per gli spettatori del torneo. Inoltre, 2 fan corner a Parigi – situati presso il Publicis Drugstore sugli Champs Elysées e il chiosco Roland-Garros all'Opéra – propongono in vendita alcuni prodotti Lavazza appositamente realizzati per il torneo.

LAVAZZA, ROLAND-GARROS E IL MONDO DEL TENNIS: UNA COMUNIONE DI VALORI

L'universo del tennis e il Gruppo Lavazza sono uniti dal gusto per l'eccellenza, oltre che da una cultura improntata all'autenticità, alla convivialità e alla responsabilità. Sono proprio questi valori intrinseci, che legano a doppio filo e avvicinano le due realtà, ad avere permesso a Lavazza di essere scelta come fornitore ufficiale di caffè dal 2011 per gli incontri del Grande Slam e di essere presente, oltre che a Parigi, anche ai tornei di Wimbledon e US Open. Ma non solo: per rafforzare il proprio coinvolgimento nel mondo del tennis,

LAVAZZA

CAFÉ OFFICIEL



Lavazza ha ampliato la rosa degli Ambassador del marchio con l'italiano Jannik Sinner, 12° giocatore nella classifica mondiale.

Dal 2020, Lavazza è anche Platinum Partner delle Nitto ATP Finals 2021-2025, con sede a Torino. Questa importante collaborazione rispecchia il forte legame che unisce l'azienda alla sua città natale e che risale alla fondazione di Lavazza nel 1895, con la nascita del primo caffè espresso italiano della storia.

*"L'investimento nel mondo dello sport è un'occasione di sviluppo strategico per il Gruppo Lavazza" - **afferma Giuseppe Lavazza, Vicepresidente del Gruppo.** - "la partecipazione a Roland Garros per 7 anni risponde alla nostra strategia di internazionalizzazione e consolida la nostra presenza in quello che è per noi uno dei mercati più importanti, offrendo a tutti gli appassionati del tennis l'esperienza autentica del caffè italiano in tutte le sue forme. Siamo lieti di rinnovare la partnership con questo torneo, alleato di lunga data con il quale condividiamo un obiettivo comune: trasformare questo evento di fama internazionale in un'esperienza unica per gli spettatori."*

*"Gli eccellenti risultati del 2021 non sono solo un traguardo significativo per il nostro Gruppo, ma anche il trampolino di lancio per affrontare un anno estremamente complesso e impegnativo. Tra i nostri vari mercati la Francia occupa un posto di assoluto rilievo. La complementarità dei nostri canali distributivi e la scelta strategica di avere due marchi forti, Lavazza e Carte Noire, ci ha permesso di affermarci come gruppo vincente e di essere leader nei due segmenti del consumo fuori casa e del retail", **conclude Giuseppe Lavazza.***

LAVAZZA E LA SOSTENIBILITA': AL ROLAND GARROS GLI ULTIMI RISULTATI DI UN IMPEGNO CHE HA ORIGINE DAI VALORI DELLA FAMIGLIA

- 100% energia elettrica da fonte rinnovabile per gli impianti italiani, francese, canadese e inglese
- 65% del packaging del Gruppo già riciclabile e 95% degli scarti industriali recuperate
- 830 mila tonnellate di crediti carbonio acquistati per compensare le emissioni non riducibili e neutralità di carbonio raggiunta per cinque gamme di prodotti chiave del Gruppo
- 32 progetti di sviluppo sostenibile in 20 paesi per oltre 136.000 beneficiari attraverso la Fondazione Lavazza

Dal 2004, con la nascita della Fondazione Lavazza, il Gruppo ha iniziato a strutturare il suo impegno nel coniugare sostenibilità sociale, ambientale ed economica, partendo dal supporto alle comunità produttrici di caffè, attraverso progetti misurabili di cui oggi beneficiano oltre 136.000 coltivatori di caffè in 20 Paesi e 3 continenti. Questi programmi realizzati attraverso la collaborazione con i diversi attori del territorio si pongono l'obiettivo di migliorare la resa produttiva e la qualità del caffè, promuovendo allo stesso tempo l'imprenditorialità dei produttori e il miglioramento delle loro condizioni di vita, al contempo valorizzando il lavoro delle donne e coinvolgendo le nuove generazioni.

LAVAZZA

CAFÉ OFFICIEL



Negli ultimi 20 anni, l'impegno sostenibilità ha subito una forte accelerazione. Un anno chiave è stato il 2015, quando è stato realizzato il primo bilancio di sostenibilità, su base volontaria, ed è stato avviato un percorso di integrazione della sostenibilità nel business dell'Azienda, coerente con la vicina adesione all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, con i suoi 17 Sustainable Development Goals (SDGs).

Se nell'ambito del sociale, i progetti sviluppati attraverso la Fondazione sono sempre più integrati a livello di Gruppo internazionale, l'impegno di Lavazza nella filiera prevede una strategia di sostenibilità ambientale articolata secondo tre livelli di azione, affrontati con un approccio scientifico:

- 1.** misurazione dell'impatto con il 100% degli stabilimenti produttivi coperto da rigorose valutazioni di impatto ambientale
- 2.** piani di riduzione dell'impatto, grazie ai quali il 100% dell'energia nei siti produttivi italiani, francesi, inglesi e canadesi proviene da fonti rinnovabili; il 65% del packaging del portfolio prodotti del Gruppo è già riciclabile, così come il 95% del packaging flessibile; il 95% degli scarti industriali vengono recuperati in ottica di economia circolare che prevede anche che ogni anno l'azienda destini 3000 tonnellate di caffè di scarto alla produzione di fertilizzante organico a cura di un ente esterno.
- 3.** piani di compensazione delle emissioni di CO2 equivalente residue non riducibili, tramite progetti di acquisto di crediti di carbonio riconosciuti dai più rigorosi standard a livello internazionale e derivati da programmi di riforestazione, agricoltura sostenibile ed energie rinnovabili in Paesi in via di sviluppo, con i seguenti risultati:
 - 830 mila tonnellate di crediti carbonio acquistati per compensare le emissioni non riducibili
 - oltre 900.000 ettari di foreste protetti, 270.000 tonnellate di Co2 evitate, accesso ad acqua potabile a 37.000 persone
 - raggiungimento della neutralità di carbonio per 5 gamme chiave di prodotti del Gruppo

Un impegno riconosciuto, in quanto il Gruppo Lavazza si classifica anche per il 2022 **all'interno della rosa delle Top 100 aziende con la più alta Reputazione al mondo** secondo la classifica rilasciata per il "2022 Global RepTrak®" da The RepTrak Company, società specializzata nella misurazione della Reputazione aziendale agli occhi dell'Opinione Pubblica. È la quinta azienda italiana e l'unica realtà all'interno della Top 100 che appartiene al comparto beverage.

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

LAVAZZA

CAFÉ OFFICIEL



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.

Per informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Davide Asinelli – cell. 335 6567822 - davide.asinelli@lavazza.com

bcw

Roberta Recchia – cell. 346 7025060 – roberta.recchia@bcw-global.com