



SERVIZIO VINCENTE DI LAVAZZA AL CENTENARIO DEL CAMPO CENTRALE DI WIMBLEDON

Lavazza e il Grande Slam inglese continuano a giocare un doppio perfetto, con il partner torinese che festeggia undici anni di presenza come caffè ufficiale di Wimbledon e l'estensione della partnership fino al 2025

Londra, Regno Unito (30 giugno 2022) – Migliaia di fan a popolare gli spalti del tempio del tennis, che per la prima volta da due anni a questa parte torna alla capienza completa. A dare la carica al pubblico c'è Lavazza, sponsor ufficiale di Wimbledon per l'undicesimo anno consecutivo, che grazie all'esperienza dei suoi baristi batte ancora una volta il servizio perfetto con l'autenticità del caffè italiano. Lavazza si impegna a far vivere in prima persona agli amanti del tennis l'esperienza di un caffè pregiato, riconfermandosi fino al 2025 il caffè ufficiale dei The Championships grazie al rinnovo della partnership. La passione di Lavazza per il tennis, iniziata proprio a Wimbledon, ha dato vita a un legame ininterrotto dal 2011 tra il brand e questo sport che ha portato a servire più di 8 milioni di caffè ai tifosi di tutto il mondo.

Questa edizione dà il bentornato anche all'iconica Queue di Wimbledon, dove i baristi Lavazza offriranno caffè omaggio alle migliaia di tifosi che si metteranno in coda nella speranza di assicurarsi un posto sugli spalti. Per le due settimane del torneo, l'autentico caffè italiano firmato Lavazza sarà presente anche negli 80 punti ristoro con un'offerta prodotto di grande qualità.

In occasione di Wimbledon, Lavazza presenta gli ultimi risultati che dimostrano l'impegno dell'azienda nella sostenibilità, da sempre aspetto fondamentale del percorso e della strategia del brand.

- Gli stabilimenti del Gruppo in Regno Unito, Italia, Francia e Canada usano energia 100% rinnovabile
- Il 65% del packaging Lavazza è ora riciclabile e il 95% dei rifiuti industriali viene recuperato
- Sono 32 i progetti di sviluppo sostenibile avviati tramite la Fondazione Lavazza in 20 Paesi, con oltre 136.000 beneficiari
- A compensazione delle emissioni che non è possibile ridurre sono state acquistate 830.000 tonnellate di crediti di carbonio, mentre cinque delle linee di prodotto chiave del Gruppo sono già carbon neutral



Il valore della sostenibilità per Lavazza è rappresentato anche dalle nuove tazzine riutilizzabili, che quest'anno debuttano in esclusiva al Torneo. Inoltre, gli spettatori possono gustare il proprio caffè anche nella Cookie Cup, innovativa tazzina commestibile, per vivere un'esperienza deliziosa e anti-spreco.

A chi non riuscirà a seguire le partite sul circuito, Lavazza dà appuntamento nel cuore della città, a due passi da Regent Street, dove lo scorso settembre è stato inaugurato il primo Flagship Store estero della torrefazione, a conferma della propensione dell'azienda a investire nel mercato d'oltremarina, chiave nella strategia di crescita internazionale. Oggi il Flagship Store londinese di Lavazza si rifà il look e veste i colori del Torneo: la "Casa Lavazza" in versione verde e viola diventerà così "Casa Wimbledon" per due settimane. Lo spazio propone un'offerta speciale con ricette come il Tiramisù alle fragole, che dona un'anima italiana al dessert tradizionale del Torneo, ovvero le fragole con la panna; per rinfrescarsi, invece, niente di meglio che il Nuvola Spritz, mentre per saziare l'appetito è disponibile il ricco menù gastronomico Wimbledon. L'italianità sarà servita a tutti gli appassionati della terra verde che seguiranno l'evento in diretta dal centro di Londra.

A sottolineare la passione per il mondo del tennis professionistico, Lavazza ha da poco rinnovato la partnership fino al 2025 con Roland-Garros e US Open, e si è riconfermato Platinum Partner delle Nitto ATP Finals di casa a Torino. Queste due collaborazioni nascono dal sostegno storico di Lavazza al mondo del tennis e si inseriscono in un quadro di attività più ampio che vede l'azienda farsi madrina di eventi sportivi di alto livello. Nel Regno Unito quest'anno Lavazza è entrata in partnership anche con l'ippodromo di Royal Ascot e con le formazioni calcistiche maschili e femminili dell'Arsenal, per estendere anche ad altri tifosi l'esperienza del caffè premium.