



LAVAZZA E TORINO, IT'S A MATCH! ALLE NITTO ATP FINALS TORNA IN CAMPO L'ESPRESSO ITALIANO

Torino ospita un nuovo e avvincente capitolo delle Nitto Atp Finals che Lavazza si impegna a far vivere a tutti gli appassionati con incontri sorprendenti e occasioni uniche per conoscere la cultura dell'espresso.

Torino, 8 novembre 2023 – La città di Torino torna ad essere, per la terza volta, capitale del tennis internazionale ospitando le **Nitto ATP Finals** e, anche per questa edizione e fino al 2025, **Lavazza** continua il proprio **sostegno alla manifestazione, in qualità di Platinum Partner**. Il brand scende in campo a fianco di organizzatori e istituzioni nazionali e territoriali rinnovando il proprio impegno per la città, che rappresenta tradizione e futuro dell'azienda.

Il mondo del caffè e quello del grande tennis si sono incontrati per la prima volta a Londra nel 2011 sul campo in erba di Wimbledon. Da allora, colpo dopo colpo, con oltre 10 anni di presenza nei più importanti tornei del circuito tennistico mondiale, Lavazza è oggi riconosciuta come il caffè degli appassionati di tennis servendo 11 milioni di caffè e entrando in contatto ogni anno con più di 3 milioni di persone.

"Il binomio tennis e Torino funziona, le previsioni di quest'anno mostrano un'ulteriore crescita dell'affluenza di appassionati: è un bene per la città da un punto di vista culturale ed economico. Noi ci abbiamo creduto fin dal principio, sostenendo la candidatura e lavorando con le istituzioni: sappiamo che eventi come questo sono fondamentali per rendere Torino sempre più internazionale. In più come ogni anno organizziamo diverse iniziative che puntano ad arricchire l'esperienza di tutti i visitatori, mentre in campo scenderà il nostro Ambassador Jannik Sinner: siamo stati tra i primi a scommettere sul suo talento, a lui va il nostro in bocca al lupo" - dichiara **Marco Lavazza, Vicepresidente Lavazza Group**.

Nuvola Lavazza si tinge di arancione

Per l'azienda torinese, lo sport, proprio come il rito dell'espresso, crea unione e condivisione, incoraggiando il confronto tra esperienze diverse all'insegna della socialità senza confini. Forte di questi valori comuni al brand e al tennis, Lavazza ha scelto le Nitto Atp Finals per organizzare nel suo headquarter torinese un incontro memorabile tra **Jannik Sinner**, oggi tra i primi tennisti al mondo e Ambassador del brand dal 2019, e i suoi fan numero 1, **i Carota Boys**.

Fin dalla loro prima apparizione in arancione Lavazza ha sostenuto i sei ragazzi di Revello, dando loro accesso ai tornei più prestigiosi al mondo; qualche giorno fa ha anche realizzato il sogno più grande di ogni fan, avere l'incredibile opportunità di incontrare dal vivo il proprio idolo e sfidarlo sul campo da gioco, per l'occasione allestito in Nuvola Lavazza.

Grazie al brand, un suggestivo video racconta lo straordinario incontro rendendo partecipe tutta la community di appassionati di tennis delle emozioni vissute dai Carota Boys.

Torino, tennis ed espresso: la miscela perfetta per Lavazza A Modo Mio

Scoprire le regole per preparare un vero espresso italiano è la sfida che A Modo Mio lancia a tutti i tennis lovers. Il primo a mettersi in gioco è proprio Jannik Sinner, che all'interno di uno speciale

“elevator” - https://www.youtube.com/watch?v=g_W_OqLd8cM - deve misurarsi con le domande a bruciapelo dei Carota Boys, in regia, sulle regole dell'espresso e rispondere correttamente per salire tutti i piani e poter aprire ufficialmente le porte della “**Home of Masters**”, la Club House A Modo Mio dedicata alla Mastership Lavazza nella preparazione dell'espresso presso il Fan Village, adiacente al Pala Alpitour. Uno spazio dove, attraverso un percorso di approfondimento e intrattenimento, sono svelate le regole per gustare un espresso perfetto a casa come al bar grazie al sistema Lavazza A Modo Mio e alla Barista Technology. L'iniziativa riprende lo spirito agonistico della manifestazione tennistica, invitando le persone a giocare per diventare Masters dell'espresso italiano con divertenti domande a tema. Ispirandosi ai rompicapi presenti nelle Escape Room, per i partecipanti sono stati ideati vari enigmi a tempo da risolvere grazie ad indizi celati all'interno della Home of Masters e al supporto di uno staff “originale ed eclettico”, per poter scoprire le regole della Barista Technology ed entrare nella Wall of Fame dell'Espresso Italiano.

Con questa originale brand experience, il torneo delle Nitto ATP Finals si trasforma ancora una volta nella casa dell'espresso italiano, riservata a tutti gli appassionati di tennis, curiosi e amanti del caffè.

Inoltre, tutti gli appassionati di tennis e i coffee lovers al di fuori del Pala Alpitour potranno mettersi alla prova per diventare Masters dell'espresso italiano tramite il concorso digital raccontato grazie al coinvolgimento di campioni dell'eccellenza sul campo e in tazza come il giovane brand Ambassador Jannik Sinner, e i Carota Boys.

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 2,7 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, e con 8 stabilimenti produttivi in 5 Paesi. 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
TORINO, ITALIA, 1895