Lavazza: l’italian coffee experience è di casa a Wimbledon

cup-and-logo-a-026f435d

Per il quarto anno consecutivo Lavazza è il caffè ufficiale del torneo di Wimbledon. E l’azienda è orgogliosa di diffondere l’autentico espresso italiano nel contesto internazionale di uno dei più celebri eventi sportivi. Wimbledon non è soltanto uno dei quattro tornei di tennis annuali del Grande Slam e il torneo di tennis più longevo e prestigioso al mondo, ma è anche un’icona, un’istituzione, un modo di vivere che per tutta la durata del torneo coinvolge non solo la città di Londra ma il grande pubblico internazionale che vi accorre ogni anno. Le partite sono ancora giocate sulla superficie originale, l’erba, e i giocatori hanno l’obbligo di vestirsi di bianco. Wimbledon è dunque una scenografia che si compone di immagini come le fragole con la panna e la lunga coda organizzata che si forma ogni notte per poter assistere ai match del giorno dopo. E anche Lavazza è entrata a fare parte di questo mondo: la pausa all’italiana con un buon espresso o un cappuccino firmati dal brand torinese sono entrati di diritto fra le icone di Wimbledon e nelle abitudini del grande pubblico che frequenta il torneo. Nella patria del tè, nel contesto dell’evento sportivo internazionale più British che ci sia, l’espresso, grazie all’azienda torinese, si sta quindi consolidando come esperienza di gusto “innovativa” e allo stesso tempo “tradizionale”, conferendo all’appuntamento un tipico gusto italiano, nel nome di una “The New Tradition” che rappresenta del resto il tema stesso della partecipazione di Lavazza a Wimbledon. lavazza_wimbledon__02441_a

Anche quest’anno, dunque, il caffè di eccellenza sarà servito agli spettatori, agli atleti, agli addetti ai lavori, alla stampa internazionale, a coloro che ogni anno animano la coda più famosa del mondo: qui - in quella “Queue” formata da migliaia di appassionati che desiderano aggiudicarsi gli ultimi biglietti disponibili per i match in programma - Lavazza proporrà l’autentico espresso italiano, minicappuccino e caffè filtro, per rendere più piacevole un’attesa che a volte può durare molte ore. E sempre in quest’ottica, dopo il grande successo dello scorso anno, la coppia vincente composta da Judy Murray e Tony Nadal tornerà ad animare le attività organizzate da brand torinese presso la Queue e a servire alle persone in coda le sue bevande.

La presenza di Lavazza al torneo non si esaurisce però qui. Dal 2011, l'espresso italiano Lavazza è distribuito in tutti i 60 punti di servizio della AELTC (All England Lawn Tennis and Croquet Club): 13 tra bar e ristoranti, le aree di accoglienza istituzionali, la sala stampa e le aree riservate ai giocatori e ai funzionari di gara della manifestazione. In quello che, unendo tutti i punti di servizio, può considerarsi "il bar più grande del mondo", lavorano più di 600 baristi, preparati dal Training Center Lavazza, la più grande Scuola a livello mondiale per la diffusione della cultura dell'espresso italiano. Lavazza serve così ogni anno a Wimbledon oltre 1 milione di caffè: espresso, caffè filtro e ricette speciali create per l'occasione, per incontrare i gusti degli oltre 500.000 appassionati che ogni anno seguono il torneo. E a proposito di ricette speciali, la limited edition studiata appositamente per l'edizione 2014 è il Frozen Espresso Granita, un espresso arricchito da una fresca granita naturale a base di latte leggermente zuccherato.

La partecipazione a Wimbledon si inserisce in una più ampia strategia che vede Lavazza impegnata, anche attraverso questo importante evento sportivo, a diffondere e far apprezzare la vera cultura dell'espresso made in Italy, che rispetti la regola fondamentale, quella delle "4 M": miscela, macinatura, macchina e manualità. Un espresso che deve essere perfetto anche quando è base o ingrediente di ricette più elaborate. Con la sua ormai radicata presenza a Wimbledon, Lavazza sta insomma consolidando, nella patria indiscussa del tè, il gusto per un'eccellente tazza di caffè.

Lavazza in Uk

Nel Regno Unito Lavazza è presente sin dal 1989 e oggi è leader di mercato nel settore del caffè espresso premium. Fin dal suo lancio nel 2008 il sistema di macchine da caffè Lavazza A Modo Mio è diventato la marca preferita tra i consumatori UK e irlandesi. Le macchine sono disponibili negli store di Harrods, Selfridges, John Lewis e Brown Thomas, oltre che in molti altri punti di vendita di qualità. Per il torneo di Wimbledon, Lavazza ha creato una macchina A Modo Mio Favola Wimbledon Special Edition. Sviluppando ulteriormente il concetto di "Italian coffee experience", Lavazza ha creato nel 2007 gli Espression Café, una catena di coffee shop esclusivi dallo stile inconfondibile (le aperture più recenti sono state quelle dell'aeroporto di Belfast City, di Dublino e di Harrods).