Lavazza rinnova la partnership con Mare Fuori: protagonisti i laboratori del caffè

20250416180200marefuori-67d9fc88

Anche quest'anno **Lavazza** torna al fianco della serie **Mare Fuori**, continuando il percorso avviato nel 2024 con la campagna di comunicazione **"Un caffè per ricominciare"**, con l'obiettivo di valorizzare la cultura del caffè, l'expertise nel settore e l'impegno dell'azienda nella formazione.

Durante tutte le puntate disponibili su *RaiPlay*, e in onda su *Rai 2*, l'azienda porta in scena **un laboratorio studiato dal Training Center Lavazza**, un'occasione per gli interpreti di diventare esperti, imparare la professione di barista e iniziare una nuova vita, a partire da una tazzina di caffè. **I laboratori del caffè Lavazza hanno un ruolo attivo nella trama** della serie: l'azienda, infatti, presenta i suoi prodotti come la **nuova gamma** **Tales of Italy Food Service**, con la sua referenza Riviera di Chiaia dedicata proprio alla città di Napoli. Mentre **Lavazza Crema e Gusto** è protagonista di una scena di consumo domestico insieme a un attore del cast di Mare Fuori.

Inoltre, **per valorizzare questa partnership Lavazza ha attivato molteplici touchpoint**. Prima fra tutti, una sezione dedicata sul sito web aziendale dove vengono raccontate le diverse attività, una shopper activation che consente di vincere la visita sul set di Mare Fuori durante le riprese, una linea di merchandising che prevede tazzine e mug dedicate alla serie disponibile alla vendita sul sito e, **per la prima volta, i consumatori potranno iscriversi ai corsi dedicati alla cultura del caffè** presso i Training Center Lavazza, un'opportunità per entrare in contatto direttamente con l'azienda per ampliare la loro conoscenza in materia.

Ma non solo. Verrà realizzato anche un social toolkilt con l'attore **Giuseppe Pirozzi, "Micciarella"** nella serie, che contribuirà a raccontare l'offerta dei corsi del Training Center pensati per consumatori e professionisti. In particolare, i corsi dedicati ai consumatori sono: **"Coffee culture"**, il percorso per chi desidera immergersi nel mondo del caffè, esplorando ogni fase della sua lavorazione, dalla coltivazione della pianta fino alla preparazione della tazzina perfetta, e **"Coffee Evolution"** che

esplora l’evoluzione del caffè attraverso il connubio tra innovazione tecnologica e tradizione.

«*La partnership con Mare Fuori valorizza il know-how aziendale in modo sempre più coinvolgente e attivo. Creare cultura e partecipazione ci ha spinto ad aprire i corsi anche ai coffee lovers. In Lavazza, infatti, crediamo fortemente nel valore della formazione e il nostro Training Center rappresenta un asset fondamentale grazie al quale abbiamo la possibilità di trasferire, per la prima volta, anche ai consumatori l’expertise e la cultura del caffè*», afferma in una nota stampa **Marco Barbieri**, direttore marketing Lavazza Italia.

In concomitanza alla messa in onda della serie su Rai Play, Lavazza è on air anche con lo spot on demand da 15” **“L’eccellenza è una scelta”** di Lavazza A Modo Mio su Rai 2 fino al 30 aprile, e con un video di 30” dedicato alla nuova partnership Lavazza e Mare Fuori.

Invece, a partire da maggio, il programma **“A Cup of Learning”**, il modello di formazione che Fondazione Lavazza dal 2017 rivolge ai giovani in cerca di opportunità lavorative nel mondo del caffè, in particolare a coloro che provengono dai gruppi sociali più fragili, sarà nuovamente attivo sul territorio nazionale coinvolgendo associazioni no-profit e giovani appassionati al mondo del caffè desiderosi di acquisire competenze. Il programma vedrà coinvolti i Training Center Lavazza di Napoli, Torino, Catania e Roma garantendo capillarità territoriale.