**لافاتزا هي القهوة الرسمية ليوفنتوس:**

**رؤية مشتركة للمستقبل**

**تورينو، 8 سبتمبر 2020 –** "القهوة الرسمية"على مستوى العالم لأبطال إيطاليا حاملي اللقب: هذا هو جوهر الاتفاقية التي أبرمتها لافاتزا ونادي يوفنتوس، استنادًا إلى القيم المميزة المشتركة التي طالما تمسكوا بها ونالوا بفضلها مكانة مرموقة في إيطاليا وخارجها. يكشف الجمع بين هاتين العلامتين التجاريتين الشهيرتين عن رؤية مشتركة لمستقبل تلعب فيه قيم الابتكار والشغف والتقاليد دورًا بارزًا جوهره إثراء مشروعاتهم لإلهام الناس وإشراكهم وجعلهم أبطال قصة التميز.

لكن هذا ليس كل شيء. شهدت تورينو انطلاق كل من لافاتزا ويوفنتوس، ويمثل كل منهما في الوقت الحاضر كيانين عالميين، وبفضل رؤيتهما الاستراتيجية ومهارات ريادة الأعمال، تمكنا من إنشاء وتصدير نموذج أعمال يُشار إليه بالبنان عالميًا**.**

تغطي الاتفاقية سلسلة من الإجراءات التسويقية والتواصلية، مثل ظهور علامة لافاتزا التجارية في ملعب أليانز أرينا خلال مباريات دوري الدرجة الأولى ومباريات كأس إيطاليا وفي مركز تدريب يوفنتوس، وفي أنشطة وسائل التواصل الرقمي والاجتماعي، واستخدام الشعار في إعلانات ATL وBTL والاتصال عبر الويب.

ستشمل الشراكة أيضًا فريق يوفنتوس الأول للسيدات، والذي لطالما كان بطل إيطاليا منذ تأسيسه، وعالم الرياضات الإلكترونية (eSports) بفضل بعض الأنشطة مع فريق يوفنتوس لكرة القدم الإلكترونية.

تشمل الاتفاقية أيضًا البيع الحصري لقهوة لافاتزا في جميع المقاهي وصالات الضيافة في ملعب أليانز أرينا في تورينو (التي توجد بها أيضًا محطات قهوة لافاتزا)؛ واستخدام ماكينات لافاتزا في جميع "الصناديق الخاصة" بالملعب، بالإضافة إلى الحق في توريد القهوة إلى فندق J Hotel.

"صرّحسيرجيو كرافيرو، كبير مسؤولي التسويق في لافاتزا، قائلاً: "نشعر بفخر عميق إزاء توقيع هذه الشراكة الممتدة لعدة سنوات مع علامة تجارية شهيرة مثل يوفنتوس، والتي تعود جذورها مثلنا إلى تورينو وتتمتع بأصول إيطالية وإرث عائلي عريق وحضور دولي قوي،". "تعد الرياضة إحدى ركائز علامتنا التجارية الاستراتيجية في الترويج للثقافة الحقيقية للقهوة الإيطالية في جميع أنحاء العالم والوصول إلى جمهور واسع النطاق من المتحمسين. أنا على يقين من أن هذا التعاون الجديد أيضًا سيكون أكثر نجاحًا من أي وقت مضى في نقل القيم المشتركة مثل السعي لتحقيق التميز والقدرة على الابتكار وإلهام الناس، مما يجعل عالم يوفنتوس أكثر تفردًا مع تجربة قهوة بأعلى جودة من لافاتزا."

"نرحب بلافاتزا في عائلة شركائنا بكل سعادة. تتسم هذه الاتفاقية بأهميتها الكبيرة لنادينا ومدينتنا، حيث تجمع بين اثنتين من أبرز العلامات التجارية الإيطالية في العالم. علّق جورجيو ريتشي، رئيس قسم الإيرادات في نادي يوفنتوس، "ستتناول المشروعات التي سنطورها معًا مجالات مختلفة، وستستغل العديد من نقاط الاتصال الاستراتيجية بين عملياتنا"..

على مر السنين، كانت لافاتزا شريكًا في العديد من الأحداث الرياضية المرموقة في العالم. فعلى مستوى التنس، تعتبر العلامة التجارية الوحيدة للمأكولات والمشروبات التي رعت جميع بطولات الجراند سلام الأربع (بطولة أمريكا المفتوحة للتنس، بطولة ويمبلدون، بطولة رولان جاروس، بطولة أستراليا المفتوحة للتنس). أمّا في كرة القدم، تحظى لافاتزا بشهرة وإعجاب دوليين لشراكاتها الرئيسية مع أندية مرموقة، ومشروعاتها التي تتميز بثلاثة قواسم مشتركة: التفاني والأصالة والابتكار. في عام 2018، اختارت لافاتزا مخاطبة الملايين من مشجعي الدوري الإنجليزي الممتاز من خلال اتفاقيات طويلة الأجل كانت بموجبها الشريك الرسمي للقهوة لناديين؛ نادي أرسنال ونادي ليفربول، وهما من أكثر أندية كرة القدم شهرة في المملكة المتحدة.

**\*\*\***

**مجموعة لافاتزا**

تأسست شركة لافاتزا في تورينو عام 1895، وتملكها عائلة لافاتزا على مدار أربعة أجيال. وباعتبارها واحدة من أهم مراكز تحميص البن في العالم، تعمل المجموعة الآن في أكثر من 140 دولة من خلال شركاتها التابعة والموزعين، بحجم أعمال يصل إلى 70% في الأسواق العالمية. يعمل لدى لافاتزا أكثر من 4000 شخص وفي عام 2019 حققت مبيعات بقيمة 2,2 مليار يورو. تشمل الشركات التي تشكل جزءًا من مجموعة لافاتزا شركتي Carte Noire وESP في فرنسا (تم الاستحواذ عليهما في 2016 و2017 على التوالي)، وشركة Merrild في الدنمارك (2015)، وشركة Kicking horse للقهوة في أمريكا الشمالية (2017)، وشركة Nims في إيطاليا (2017)، وشركة Blue Pod للقهوة في أستراليا (2018). في نهاية عام 2018، بعد عملية الاستحواذ، أُسست وحدة أعمال لافاتزا الاحترافية، والتي تشمل خدمة القهوة المكتبية (OCS) وأنظمة البيع Flavia وKlix.

**للمزيد من المعلومات:**

**BURSON COHN & WOLFE**

مركز تنسيق لافاتزا – [lavazzacoordinationhub@bcw-global.com](mailto:lavazzacoordinationhub@bcw-global.com)