

Lavazza refuerza su compromiso con las plataformas de tenis con su asociación con el Mutua Madrid Open 2024

Fortaleciendo el vínculo innato con el mundo del deporte, esta asociación confirma aún más el papel clave que desempeña el mercado español para la empresa italiana de café

El Grupo Lavazza, uno de los principales fabricantes de café del mundo, anuncia hoy su asociación con el Mutua Madrid Open 2024: esto confirma aún más el compromiso de la marca con el tenis, construido sobre objetivos comunes y valores compartidos como la búsqueda de la excelencia, la innovación y la internacionalización, el sentido de convivencia y, sobre todo, la pasión innata y la unión.

La marca estará presente en el torneo español con varias actividades, contribuyendo a la creación de una experiencia inolvidable para todos los espectadores. Habrá un punto de café Lavazza en la terraza VIP, mientras que, una boutique especial de Lavazza ofrecerá a los visitantes la oportunidad de disfrutar de experiencias únicas, como la posibilidad de personalizar su cappuccino con un selfie impreso en la espuma. En cuanto a la oferta de productos, La Reserva de ¡Tierra! Cuba, la mezcla premium de calidad sostenible con trazabilidad de blockchain integrada, será servida por baristas profesionales con recetas especiales como el espresso Salentino y Napoletano.

La relación de Lavazza con el tenis comenzó en Wimbledon 2011 y rápidamente se convirtió en una de las plataformas estratégicas principales para comunicar el patrimonio, los valores y los productos de la empresa. Desde entonces, el Grupo se ha convertido gradualmente en el socio oficial de café de los torneos de Grand Slam: la asociación con Wimbledon y Roland Garros ha estado en marcha durante 13 y 10 años respectivamente, ambas renovadas hasta 2025. La asociación con el US Open ha estado en marcha desde 2015 y también se extenderá hasta 2025. Los últimos pasos relevantes dentro de los planes del Grupo han sido las asociaciones con el torneo NITTO ATP FINALS 2021-2025 y el Rolex Shanghai Masters, consolidando aún más la fuerte conexión entre la marca y el mundo del tenis.

Los patrocinios deportivos desempeñan un papel clave en el crecimiento internacional del Grupo. Al entrar en los principales templos del tenis, con el Mutua Madrid Open como la última incorporación, el Grupo logra llegar a una gran audiencia internacional a la que se puede presentar la alta calidad de su oferta y servicio. Cada año, gracias a la plataforma de tenis, Lavazza entra en contacto con más de 3 millones de personas y, a lo largo de los años, ha ofrecido a los aficionados al tenis una experiencia de sabor extraordinaria al servir más de 11 millones de cafés.

A través de la colaboración con el Mutua Madrid Open, Lavazza no solo está consolidando su conexión con las plataformas deportivas, sino que también marca un valioso hito en la estrategia diseñada para España.

España es un mercado en crecimiento para Lavazza, en el que la marca opera desde la década de

1990, pero en los últimos 5 años se ha puesto un mayor enfoque en la región. De hecho, la marca ha estado promoviendo la auténtica cultura del café italiano en todas sus formas, adaptándose a las necesidades y demandas de los consumidores locales.

La colaboración con el Mutua Madrid Open confirma la importancia de España en la estrategia internacional de Lavazza, al mismo tiempo que fortalece el vínculo entre el Grupo y el mundo del tenis.

Sobre el Grupo Lavazza

Lavazza, fundada en Turín en 1895, ha estado en manos de la familia Lavazza durante cuatro generaciones. Hoy en día, el Grupo es uno de los principales activos en la escena global del café, con una facturación de más de 3.000 millones de euros y un portfolio de marcas líderes en sus respectivos mercados, como Lavazza, Carte Noire, Merrild y Kicking Horse.

Está presente en todos los sectores empresariales y tiene operaciones en 140 mercados, con 8 plantas de producción en 5 países y aproximadamente 5.500 colaboradores en todo el mundo. La presencia global del Grupo es el resultado de más de 125 años de crecimiento, y los más de 30 mil millones de tazas de café Lavazza producidas cada año son un testimonio de una historia de éxito notable, con el objetivo de seguir ofreciendo el mejor café posible en todas sus formas, centrándose en todos los aspectos de la cadena de suministro, desde la selección de la materia prima hasta el producto en la taza.

El Grupo Lavazza ha revolucionado la cultura del café invirtiendo continuamente en investigación y desarrollo: desde la intuición que marcó los primeros éxitos de la empresa -la mezcla de café- hasta el desarrollo de soluciones de envasado innovadoras; desde el primer café espresso tomado en el espacio hasta las decenas de patentes industriales. La capacidad de estar a la vanguardia también se refleja en el enfoque en la sostenibilidad -económica, social y ambiental- que siempre ha sido un referente para guiar las estrategias empresariales. "Despertar un mundo mejor cada mañana" es el propósito corporativo del Grupo Lavazza, con el objetivo de crear valor sostenible para los accionistas, colaboradores, consumidores y las comunidades en las que opera, combinando la competitividad con la responsabilidad social y ambiental.

Datos de contacto:

It Comunicacion

It Comunicacion

933 62 10 34

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing Madrid Industria Alimentaria Tenis Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>