

Un magazine totalement dédié aux professionnels !

Partenaire historique du secteur des CHR (Cafés-Hôtels-Restaurants), Lavazza multiplie les services à destination des professionnels du café. Torréfacteur reconnu autant pour l'excellence de ses produits que pour son savoir-faire, Lavazza fait également preuve d'un accompagnement unique en matière d'innovation marketing et de communication. Nouvelle étape dans le développement d'outils adaptés aux professionnels de l'espresso : le lancement au printemps 2009 d'un magazine haut de gamme, LAVAZZA TRADE, qui vient renforcer cette relation gagnant-gagnant.



Magazine LAVAZZA TRADE :

un outil de proximité qui fait la différence.

Idéal pour parfaire ses connaissances sur le café et se tenir au courant de toute l'actualité et de toutes les nouveautés de la marque Lavazza, le magazine LAVAZZA TRADE sera distribué directement et gratuitement à ses partenaires, intermédiaires ou professionnels du secteur des CHR. Tiré à **4000 exemplaires**, ce luxueux semestriel de 18 pages adopte une ligne éditoriale placée sous le signe de valeurs chères à la marque : prestige, créativité, tradition et italianité sont ainsi les maîtres mots qui positionnent les partenaires de Lavazza au cœur de l'actualité.

Un contenu adapté aux réalités du marché.

S'ouvrant sur un éditorial du service marketing, le magazine affiche six rubriques dédiées qui serviront de fil conducteur à l'ensemble des éditions...

• Zoom :

Les articles aborderont à chaque édition des sujets clés pour la marque. Le premier numéro se penchera sur Voix de la Terre, produit 100 % équitable issu du projet de développement durable entrepris par Lavazza depuis des années en collaboration avec Rainforest Alliance.





• Tout un monde dans une tasse :

Une rubrique dédiée aux produits et concepts du torréfacteur favori des Italiens. Cette première édition propose aux lecteurs non seulement d'approfondir leurs connaissances sur les différents produits cafés de la gamme *Bar e Caffetteria* mais aussi de découvrir les recettes *I Piaceri del Caffè et Tandem™*.

• Culture espresso :

Du savoir-faire au faire savoir, ces pages présentent le prestigieux Training Centre Lavazza qui fait rayonner partout dans le monde la culture café. Les différentes formations disponibles y sont détaillées pour éclairer les choix des professionnels.



• Lavazza News :

C'est un voyage au cœur de l'entreprise que propose cette chronique. Pour cette première, une interview du directeur de la région PACA apporte un éclairage nouveau sur les méthodes de travail et la perception de la marque à l'échelon local.

• Café acteur :

Cette partie plonge le lecteur au cœur d'un lieu emblématique de la consommation du café. Direction Toulon où le patron de l'illustre café *Le Carrefour* explique pourquoi il a choisi l'espresso Lavazza pour répondre aux attentes d'une clientèle exigeante.



• Avant-première :

Cette rubrique est consacrée aux exclusivités Lavazza. Une excellente occasion de découvrir dans ce numéro la première boutique Lavazza dédiée aux professionnels. Ce haut-lieu du design, aux couleurs de la marque, a ouvert ses portes au 79 rue de Vaugirard, dans le 6e arrondissement à Paris.

Lavazza le torréfacteur favori des professionnels.

Au-delà de la qualité reconnue de ses produits et de sa légitimité sur un marché où il fait figure d'acteur historique, Lavazza, le torréfacteur italien, décline un vaste champ d'expertise destiné aux professionnels. Tout en leur permettant d'enrichir leur offre avec des propositions valorisantes et adaptées à leurs besoins, Lavazza leur apporte nombre de services qui sont autant de leviers pour développer leur volume d'activité. Après la mise en place récente d'une carte de fidélité dédiée aux consommateurs, les professionnels bénéficient désormais du magazine LAVAZZA TRADE, outil prestigieux constituant une réelle valeur ajoutée en termes de connaissance de l'univers du café ainsi que des produits et services proposés par la marque.

À propos de LAVAZZA : Chaque jour, 36 millions de tasses de café issu des centres de production Lavazza sont consommées dans le monde. Avec plus d'un siècle d'expérience dans l'univers du café, la société fondée en 1895 par Luigi Lavazza est devenue synonyme de qualité et d'authenticité. Sélectionnant ses grains un à un, calibrant parfaitement tous ses mélanges et utilisant des emballages qui préservent toute leur fraîcheur, Lavazza est réputée pour l'excellence de son savoir-faire. Avec 11 filiales et plus de 80 distributeurs à l'international, le groupe emploie plus de 4000 personnes et fait partie des 5 entreprises leaders du secteur. Lavazza détient, avec son site de Turin, la plus grande usine européenne de torréfaction d'une surface de 73 000 m² pouvant produire quotidiennement jusqu'à 350 tonnes de café. Lavazza compte parmi les plus grands producteurs de café dans le monde : leader en Italie sur le marché de la vente au détail, l'entreprise a considérablement étendu sa présence dans le monde entier, dans la "Grande Distribution" et la "Consommation Hors Domicile" (restauration, distribution automatique et cafés-bars). Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 803 millions d'euros en 2006 et de plus de 897 millions en 2007.

Pour en savoir plus : www.lavazza.fr

Relations Médias : **FHCOM - Caroline Crohem**

42, rue des Jeûneurs - 75002 PARIS - Tél. : 01 55 34 24 24 - Fax : 01 55 34 24 25
agence@fhcom.net - www.fhcom.net