

Avec « LAVAZZA O SOLE MIO 2010 », la marque va à la rencontre des consommateurs pour leur présenter une offre scénarisée autour du calendrier 2010. L'atmosphère musicale du calendrier sera ainsi au cœur de cet événement avec une théâtralisation somptueuse et de nombreux cadeaux à gagner.



Un événement réglé comme du papier à musique :

L'événement in-store « O Sole Mio 2010 » se déroulera de mi-mai à mi-juillet dans les 265 plus gros hypermarchés de France.

8^{ème} édition de la série des événements Lavazza, ce rendez-vous séduit chaque année les enseignes et un nombre toujours croissant de consommateurs.

L'édition 2010 s'inspirera de l'univers créatif du calendrier Lavazza 2010, conçu comme un trait d'union entre la photographie d'art et la musique italienne. Réalisé par l'influent photographe britannique Miles Aldridge, le calendrier véhicule l'optimisme et le mode de vie emblématiques de la péninsule transalpine.



Une ambiance festive et ludique :

Pendant l'événement, une mise en scène originale et décalée, avec des PLV impactantes, fera flotter comme un air de fête sur les points de vente. Les consommateurs pourront se rendre sur le stand aux couleurs de la marque Lavazza pour y découvrir son offre et se voir remettre le 5^{ème} numéro du magazine Lavazza Edizione.

Un magnifique **sac cabas collector**, reprenant 2 des visuels très colorés du calendrier 2010, sera également remis aux clients. Enfin, durant toute la durée de l'opération, des lecteurs MP3 seront mis en jeu dans chaque magasin participant.

Les produits stars :

Au centre des promotions de l'événement « O Sole Mio 2010 », une large gamme de produits sera mise à l'honneur :

- *L'Espresso Italiano* et *L'Espresso Italiano Decaffeinato*, deux marques incontournables du segment des arabicas italiens filtres,



- *Il Perfetto Espresso*, numéro un des cafés expresso,



- *Il Perfetto Espresso grains*, numéro deux des grains 100% arabicas



- les dosettes souples Lavazza *Allegro*,



- et les mousses *Le Voglie*, une innovation majeure destinée à transformer chaque pause-café en un moment de pure gourmandise.



À propos de LAVAZZA :

Chaque année, 14 milliards de tasses de café issues 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 8 filiales et plus de 90 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 82 000 m², pouvant produire quotidiennement jusqu'à 380 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 1,043 milliard d'euros en 2007 et de 1,121 milliard en 2008.

Pour en savoir plus : www.lavazza.fr

Relations Médias : FHCOM

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