



## **EN 2010, LAVAZZA RENFORCE SON EXPERTISE ITALIENNE ET SON OFFRE EN POINTS DE VENTE**

**Afin de rester la marque italienne préférée des consommateurs, LAVAZZA renforce son offre en 2010 sur les segments de l'*espresso* en repensant et en élargissant ses gammes *ALLEGRO* et *IL PERFETTO ESPRESSO*.**

### **LAVAZZA : UNE PLACE 100% ITALIENNE EN GRANDE DISTRIBUTION**

Au sein de la grande distribution française, Lavazza a confirmé sa place de 3<sup>e</sup> intervenant du marché avec 75 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit 50% du chiffre d'affaires global de la marque en France.

Sur le marché des cafés torréfiés, resté stable en 2009, ce résultat est soutenu par deux segments en nette croissance : les dosettes souples et le café en grains.





## LE SAVOIR FAIRE ET L'EXPERTISE ESPRESSO DE LAVAZZA POUR OFFRIR TOUJOURS PLUS D'ITALIANITE AUX CONSOMMATEURS.

### ■ DOSETTES SOUPLES : DE PLUS EN PLUS D'ADEPTES

Parmi les dosettes souples, segment dont le volume a augmenté de 7% en un an<sup>(1)</sup>, celles dédiées à l'*espresso* affirment leur attractivité avec une progression à deux chiffres (31% en volume<sup>(1)</sup>). Dynamique, le segment des dosettes souples a ainsi vu apparaître 9 références supplémentaires<sup>(1)</sup> et a su convaincre 850 000 nouveaux consommateurs<sup>(2)</sup> par rapport à 2008. Autre tendance marquante : les consommateurs privilégient les grands conditionnements (à partir de 36 dosettes) qui ont représenté 64% du volume<sup>(1)</sup> des ventes en 2009.

Avec sa gamme *Allegro*, Lavazza se positionne au 3<sup>e</sup> rang sur le segment des dosettes espresso<sup>(2)</sup> et affiche un taux de fidélité en hausse de 17%<sup>(2)</sup> entre 2007 et 2009.

### ■ ALLEGRO, UNE GAMME REPENSEE...

3<sup>ème</sup> marque du segment des dosettes souples espresso, la gamme *Lavazza Allegro* voit son design repensé en 2010 pour se distinguer dans les rayons et marquer davantage son empreinte de spécialiste de l'*espresso* italien.

Au travers d'un packaging plus moderne, la marque revendique son italianité et affirme son expertise. Le logo Lavazza associé aux couleurs de l'Italie apparaît ainsi plus clairement, gage d'une qualité et d'un savoir-faire reconnus par les consommateurs. La promesse produit s'affiche ainsi distinctement au travers de la photo d'un *espresso*, tandis que la spirale évoque toute la volupté d'un véritable *espresso* italien.

Toujours dans l'optique de réaffirmer son authenticité, la variété *Allegro Corsé* est rebaptisée *Allegro Café Corsé Italien* et, tout comme *Allegro Espresso Intenso*, elle bénéficie d'une nouvelle sélection.



(1) Source : Nielsen CAD P13 09

(2) Source : Nielsen homescan P5 09



### ... ENRICHIE DE DEUX NOUVELLES VARIETES

Pour offrir un choix plus large au consommateur et lui donner la possibilité de décliner le plaisir espresso, Lavazza lancera en octobre 2010, deux nouvelles variétés 100% arabica : *Espresso Aromatico* et *Espresso Raffinato*.

Le leader mondial de l'espresso révèle toute sa culture et son expertise dans 5 sélections 100% italiennes, allant du doux au corsé, qui satisferont tous les goûts et tous les moments de consommation :

**Espresso Raffinato** : ce 100% arabica associe à ses arômes subtils une texture veloutée pour une voluptueuse intensité en bouche, tandis que sa crème délicate est une promesse de plaisir.

**Espresso Aromatico** : un goût unique, riche en arômes, avec de délicieuses notes de caramel et de noisette. Cet espresso 100% arabica se révèle sous une crème onctueuse.

**Espresso** : un goût harmonieux, velouté et rond, avec des notes caramélisées pour un espresso 100% arabica, qui développe ses arômes sous une crème dense et onctueuse.

**Café Corsé Italien** : un assemblage composé de 70% de robusta et de 30% d'arabica au goût corsé et vigoureux, qui offre une présence puissante en bouche et un beau volume de crème.

**Espresso Intenso** : se compose à part égale de robusta et d'arabica pour offrir un goût intense et aromatique révélat, sous une crème consistante, une bonne persistance en bouche.



+ Doux

+ Corsé



## ■ ESPRESSO MOULU ET EN GRAINS : L'EXPERTISE GAGNANTE

Les cafés espresso connaissent un bon essor. Ainsi, les ventes de machines à grains, dont le prix moyen est de 400€, ont augmenté de 17% en volume<sup>(3)</sup> au cours de l'année 2009. Parallèlement, le segment des grains arabica a progressé en valeur de 11%<sup>(1)</sup> avec comme seconde référence<sup>(2)</sup> *Il Perfetto Espresso grains* de Lavazza.

1/5<sup>ème</sup> des machines à café vendues actuellement sur le marché français sont des percolateurs. *Il Perfetto Espresso* de Lavazza, N°1 du segment<sup>(1)</sup>, a bénéficié d'un taux de pénétration en hausse de 18% en 2009<sup>(2)</sup> et d'un taux de fidélité en progression de 26% entre 2007 et 2009<sup>(2)</sup>.

## ■ IL PERFETTO ESPRESSO AFFIRME SON EXPERTISE...

Respectivement N°1 et N°2 des segments moulu et grain, la gamme *Il Perfetto Espresso* de Lavazza séduit les amateurs d'espresso qui veulent retrouver chez eux toute la quintessence du véritable *espresso* italien.

Pour leur plaire toujours plus, la marque a repensé le packaging de ses variétés grain, moulu et dosettes, en insistant sur l'aspect premium de ces sélections au travers d'un design épuré et très élégant.

## ... ET AJOUTE UNE NOUVELLE VARIÉTÉ À SA GAMME

Parallèlement, Lavazza proposera, dès octobre 2010, un nouvel assemblage 100% arabica : *Il Perfetto Espresso Intenso*, un espresso au goût intense et à la saveur inimitable, qui se déclinera en variété moulu et en grain.

Et pour répondre à la demande des consommateurs de plus en plus fidèles à la marque, Lavazza crée un format plus généreux : *Il Perfetto Espresso 2 X 250g*.



(1) Source : Nielsen CAD P13 09

(2) Source : Nielsen homescan P5 09

(3) Source : GFK 09



### **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 m<sup>2</sup>, 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](http://www.lavazza.fr)

### **Relations médias Lavazza : FHCOM**

42, rue des Jeûneurs - 75002 PARIS

Tél. : 01 55 34 24 24 / Fax : 01 55 34 24 25

[agence@fhcom.net](mailto:agence@fhcom.net) / [www.fhcom.net](http://www.fhcom.net)