# Lavazza festeggia i suoi 120 anni vincendo ai The Drum Design Awards

lattine-lavazza-120-a-930ae5d8

Lavazza è stata insignita del primo premio “Commendation” nella categoria Packaging per la speciale collezione di lattine celebrative del suo 120° anniversario ai The Drum Design Awards 2015, gli esclusivi riconoscimenti per il miglior design dell'anno.

Il concorso internazionale è organizzato ogni anno da “The Drum”, il più importante magazine e portale di marketing del Regno Unito recentemente nominato “Magazine PPA dell’anno” e “Media Brand dell’anno”, che ha premiato le migliori agenzie britanniche di design al Marriott Hotel Grosvenor Square di Londra.

L’azienda torinese, per condividere e celebrare con tutti gli amanti del vero caffè la speciale ricorrenza dei suoi 120 anni, ha realizzato un’esclusiva collezione di confezioni celebrative insieme a Lewis Moberly, società di consulenza branding specializzata nel packaging design, contenenti una preziosa miscela di caffè 100% Arabica appositamente selezionata per l’occasione.

Commercializzata in diversi Paesi - tra cui Italia, Francia, Germania, Regno Unito, USA, Canada, Russia, Cina, Olanda, Bulgaria e Svezia - e pensata come un’originale e raffinata idea-regalo per i tanti amanti del marchio Lavazza, la collezione comprende quattro lattine in edizione limitata, una delle quali realizzata espressamente per il canale Bar.

Ciascuna lattina è personalizzata con una grafica esclusiva, che rimanda a uno specifico valore aziendale. Immagini di forte impatto, dettagli preziosi, forme distintive: tutti questi elementi, oltre a fare delle confezioni 120° Anniversario degli oggetti da collezionare e riutilizzare, hanno permesso a Lavazza di aggiudicarsi il primo premio nella categoria Packaging del concorso.

La miscela dei 120 anni - 100% Arabica brasiliana, dalla tostatura scura e lunga che conferisce delicati sentori di cioccolato e caramello - è connotata da un carattere intenso e deciso, per un

concentrato di cremosità e gusto, e da un timbro forte e persistente. Contenuta in un pacchetto sottovuoto da 250g di caffè macinato, è adatta a ogni tipo di preparazione (moka, espresso, filtro).

*Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda di proprietà della famiglia omonima da quattro generazioni. Al settimo posto nel ranking dei torrefattori mondiali, l'azienda è oggi leader in Italia nel mercato retail con una quota a valore del 44,9% (dati Nielsen), forte di 3.100 collaboratori e di un fatturato pari a 1.344 milioni di euro (dati al 31.12.2014) realizzato in cinque siti produttivi, quattro in Italia e uno all'estero. Presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, Lavazza esporta oltre il 49% della sua produzione. Ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, cioè l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue tutti i suoi prodotti. Inoltre, l'azienda conta 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso. Oggi Lavazza ha al suo attivo, grazie a collaborazioni continuative con un network internazionale di università ed enti scientifici, quattro piattaforme in questo segmento. Lavazza è il caffè ufficiale di Padiglione Italia a Expo 2015*

*Lewis Moberly è una società indipendente di consulenza branding. Detiene il primo premio per il Design Excellence (D&AD Gold) e il massimo riconoscimento per il Design Effectiveness (DBA Grand Prix). Il suo lavoro ha rigore e pertinenza. Il portfolio di brand design include Baileys Original Irish Cream, l'aeroporto di Gatwick, Glenmorangie, Haagen-Daaz, Moet & Chandon, Selfridges Food Hall, St Pancras International e Waitrose Cooks.*