



Lavazza lancia il primo advergame per sostenere progetti di sviluppo sostenibile in Colombia

L'advergame "Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee" è ispirato all'omonimo documentario lanciato dall'azienda. Giocando l'utente contribuisce a raccogliere fondi da destinare alla comunità della regione colombiana del Meta.

Torino, 27 luglio 2020 – È disponibile sulla piattaforma Gamindo *"Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee"*, il primo advergame lanciato da Lavazza con l'obiettivo di raccogliere fondi a sostegno delle comunità di coltivatori di caffè nella regione del Meta, in Colombia. Il gioco è ispirato all'omonimo documentario realizzato dall'azienda e disponibile presso il servizio streaming di Amazon Prime Video, in Italia, Stati Uniti e Regno Unito. Il documentario racconta la vera storia di Johana, una ragazza colombiana che durante il conflitto armato causato dalla guerriglia delle FARC ha perso tutto, ma che è riuscita a riprendere in mano la sua vita e quella dei suoi sei figli, restando con tenacia nella sua comunità, nel Meta, facendo rifiorire la coltivazione del caffè.

Il videogioco permette all'utente di guadagnare gemme, ognuna delle quali corrisponde ad un centesimo di euro, contribuendo così a far crescere la somma che la Fondazione Lavazza invierà a Carcafè, partner con cui collabora per un progetto di sviluppo sostenibile in corso da diversi anni nel Meta a sostegno dei piccoli produttori di caffè della zona.

Una piantina di caffè è l'oggetto protagonista della sfida nell'advergame: proprio come Johana nel documentario *"Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee"*, il gamer è chiamato a trasportare la piantina lungo un percorso accidentato ricco di ostacoli. La piantina diventa così un simbolo di rinascita da portare in un luogo dove possa essere custodito per sempre, il Centro Agronomo di Cartago in Costa Rica.

"Questo advergame rappresenta un ulteriore passo in avanti nel percorso narrativo che Lavazza ha intrapreso poche settimane fa con il lancio del docufilm 'Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee'", ha dichiarato Lorenzo Giorda, Global Head of Digital Marketing di Lavazza. "La decisione di approcciare il mondo del gaming utilizzando questo nuovo strumento ci permette da un lato di sperimentare nuove modalità di coinvolgimento diretto degli utenti, dall'altro di far conoscere ad un'audience giovane l'attività svolta dalla Fondazione Lavazza per migliorare le condizioni socio-economiche delle comunità produttrici di caffè".

In Meta, nel 2013 le famiglie di agricoltori come quella di Johana hanno ricevuto dal governo colombiano i terreni prima usati per colture illegali. Qui la **Fondazione Lavazza** da anni è attiva con un programma di sviluppo sostenibile che ha già risollevato le condizioni socioeconomiche di oltre cento di queste famiglie, aiutandole a far rifiorire le piantagioni di caffè. Questo grazie alla piantumazione di oltre **1 milione di piante** e tramite una formazione dedicata alle **buone pratiche agricole** e alle tecniche per contrastare gli effetti dei cambiamenti climatici.

"Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee" si inserisce nel progetto Lavazza **"Coffee Defenders"**, un'iniziativa che trae ispirazione dalle storie dei produttori beneficiari dei progetti della



TORINO, ITALIA, 1895

Fondazione e mira al coinvolgimento sui temi della sostenibilità della “coffee community”, ossia gli amanti del caffè, un prodotto agricolo particolarmente vulnerabile agli effetti dei cambiamenti climatici.

Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Onlus

Per coordinare e realizzare i progetti di sostenibilità l’Azienda ha istituito, nel 2004, la Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Onlus che oggi supporta e finanzia, sia autonomamente, sia attraverso collaborazioni pubbliche e private, 24 progetti in 17 paesi in 3 continenti, a beneficio di oltre 97.000 coltivatori di caffè. I progetti sostenuti dalla Fondazione Lavazza hanno in primo luogo l’obiettivo di migliorare la resa produttiva e la qualità del caffè, promuovendo allo stesso tempo l’imprenditorialità dei produttori e il miglioramento delle loro condizioni di vita, attraverso la valorizzazione del lavoro delle donne e il coinvolgimento delle nuove generazioni, a cui si accompagna la condivisione di buone pratiche agricole e l’introduzione di strumenti tecnologici finalizzati al contrasto degli effetti del cambiamento climatico.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è di proprietà della famiglia Lavazza da quattro generazioni. Tra i più importanti torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 140 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 70% del fatturato generato sui mercati internazionali. Lavazza impiega complessivamente oltre 4.000 dipendenti e nel 2019 ha generato un fatturato di 2,2 miliardi di euro.

Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la nordamericana Kicking Horse Coffee (2017), l’italiana Nims (2017) e il business dell’australiana Blue Pod Coffee Co. (2018). Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi rispettivamente nel settore dell’Office Coffee Service (OCS) e del Vending.