

SG COMPANY SOCIETÀ BENEFIT S.P.A. HA ORGANIZZATO “VIVI LA MONTAGNA”, IL TOUR DI LAVAZZA NELLE PIÙ BELLE LOCALITÀ SCIISTICHE ITALIANE.

Milano 2 maggio 2022: **Sinergie Srl, società 100% di SG Company Società Benefit S.p.A.**, ha organizzato **“Vivi la montagna”**, il tour di Lavazza partito da Cervinia che ha toccato le più belle località sciistiche italiane.

Sono state **cinque le tappe** all’insegna del mondo Lavazza, che si sono svolte in concomitanza con alcune tra le più importanti manifestazioni sportive internazionali, per far conoscere il vero espresso italiano ad un pubblico sempre più variegato e cosmopolita.

Il tour è partito da **Cervinia**, in occasione della Coppa del Mondo di Snowboard Cross lo scorso 18 e 19 dicembre, per poi proseguire a **Sestriere** (in occasione del Carnevale), **Madonna di Campiglio** (in occasione del Carnevale Asburgico), **Cortina** (in occasione della Gara di Winter Race) per concludersi a fine marzo a **Bardonecchia**.

Questa attività nasce dall’esigenza di Lavazza di creare un nuovo rapporto di partnership con i propri clienti, un nuovo modo per loro di vivere l’azienda, educandoli all’arte del preparare e bere un buon caffè. Sinergie ha interpretato i bisogni di Lavazza traducendoli in attività mirate a supporto di alcuni dei loro clienti, mettendo così in risalto i valori del Brand. Durante il tour Sinergie ha inoltre coordinato i diversi partner, come ad esempio Radio 105, che con la loro presenza hanno ulteriormente impreziosito le singole tappe.

“Lavazza ha come obiettivo quello di trasmettere la cultura del caffè lavorando sul territorio e con il territorio. Questo progetto è stato per me e per tutta SG Company entusiasmante, ci ha dato l’opportunità di mettere in campo tutta la nostra expertise in un contesto molto particolare. Troviamo straordinario il modo in cui Lavazza voglia entrare in contatto con i propri consumatori e clienti, parlando di valori, accompagnandoli e aiutandoli nel quotidiano e contemporaneamente valorizzando il territorio dei propri partner.” Dichiarò **Riccardo Tonoli, Sales Account di Sinergie**.

“Collaborare con brands come Lavazza e riconoscersi anche nei loro valori è per noi tutti un grande stimolo al miglioramento ed alla performance quotidiana”. Dichiarò **Davide Verdesca, CEO & Chairman di SG Company S.B. S.p.A.**

Il tour Lavazza **“Vivi la montagna”** ha inoltre offerto la possibilità di **vincere premi esclusivi** tra cui, sleedog, cena stellata, sauna in rifugio e skipass giornaliero, attraverso la partecipazione ad un concorso attivo per tutta la stagione invernale. I vincitori hanno potuto scegliere tra un voucher valido per un’esperienza da vivere nei luoghi delle tappe del tour o una macchina Lavazza A Modo Mio Jolie.

Il vero espresso italiano è sceso in pista nelle più belle località sciistiche per far vivere un'esperienza di gusto e musica con il supporto di **Radio 105** in qualità di mediapartner. Dagli studi radio del morning show più ascoltato d'Italia alle piste, **Ylenia** ha vissuto in prima persona e raccontato on air e on line tutte le tappe e attività del tour: dal **Lavazza Apres-Ski** al **Lavazza Breakfast**.

In questi due appuntamenti sono stati proposti i grandi classici e nuove ricette esclusive elaborate per l'occasione dal **Training Center Lavazza**, per raccontare l'espresso italiano attraverso diverse metodologie di preparazione, dedicate ad ogni momento della giornata.

Ufficio Stampa SG Company Società Benefit S.p.A.

SG Company Società Benefit S.p.A è una Digital Company certificata ISO 9001 e quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana (ticker: SGC) nel settore Technology, è PMI Innovativa e, in coerenza con la sua mission "Sharing Growth", ha intrapreso anche il percorso ESG (Environmental, Social and Governance) per assicurare una gestione sostenibile dell'azienda sempre più orientata al futuro, credendo fermamente nel valore delle attività a beneficio collettivo. Da oltre 20 anni tra i principali player in Italia, si posiziona nel settore Entertainment & Communication con specializzazione nelle attività di Digital & Live Communications, Hybrid Events, Video Production, Format Consumer, Meetings & Events Industry. Nel piano industriale 2021-2023 ha avviato un percorso di digital transformation, integrando su ciascuna area di business una strategia di data valorisation grazie all'implementazione di soluzioni di Marketing Technology su ogni attività. Il suo posizionamento distintivo si basa sulla sinergia fra dati e contenuti nonché sulla capacità di offrire una regia unica tra creatività, produzione e tecnologia in modo nativo per ciascun progetto, garantendo al cliente la costante integrazione fra fisico e digitale. Ha all'attivo un portafoglio clienti di elevato standing a livello global. Ha ideato, promosso e realizzato format di successo nazionale e internazionale quali Milano Food Week, Obesity, Sneakerness, Digital Design Days, Business Tech Forum e altri.