

De'Longhi, le spécialiste du café, se lance dans le sport Les frères Borlée s'associent à la marque de café

Malines, le 1^{er} mars 2021 - Les frères Borlée font équipe avec le spécialiste du café De'Longhi. Désormais, les athlètes prépareront leurs cafés, leurs espressos et leurs cafés « latte » à l'aide d'une machine à café de la marque italienne haut de gamme, laquelle sera dorénavant aussi bien visible sur les maillots des athlètes du 400 mètres.

Les frères Borlée, à savoir Jonathan, Kevin et Dylan, lesquels font partie de l'équipe belge masculine de relais 4x400 mètres, sont de fervents amateurs de café. En effet, le café fait partie de leur rituel quotidien et d'entraînement. En tant qu'athlètes passionnés, toujours en quête de perfection, ils ont choisi De'Longhi pour leur dose quotidienne de caféine.

Chacun sait que la caféine exerce un impact positif sur les performances sportives. Une tendance qui n'a pas échappé au spécialiste du café, et sur laquelle la marque compte désormais se concentrer. *« La collaboration avec les frères Borlée constitue une étape logique à nos yeux. En effet, il importe que chaque collaboration se caractérise par les bonnes valeurs au niveau de la marque. Nous retrouvons entièrement cet aspect auprès des frères Borlée. Ainsi, ces derniers sont de véritables fans de café, et partagent les mêmes valeurs que De'Longhi. À cet égard, nous veillons à la qualité et au style au niveau de l'ensemble de nos activités, et nous accordons une grande importance à l'innovation. Par conséquent, nous sommes donc très fiers que Jonathan, Kevin et Dylan Borlée aient choisi De'Longhi, et nous espérons rendre l'expérience du café encore plus intense à l'attention d'un nombre encore plus important de consommateurs »*, nous explique Annick Janssen, Brand Manager De'Longhi Belgium.

D'un café latte noir au cinnamon

Les jours d'entraînement ou de compétition, les frères boivent généralement quatre à cinq tasses de café. Jonathan Borlée aime le café noir fort, à l'instar de son frère Kevin, même si ce dernier déguste aussi volontiers une bonne tasse de café latte glacé. Dylan, pour sa part, préfère le café latte et le café latte cinnamon. Au cours des deux prochaines années, les frères Borlée prépareront donc leurs tasses de café au moyen d'un appareil De'Longhi. *« Nous aimons tous les trois le café. Nos instants de café sont sacrés, et font partie intégrante de notre rituel de compétition »*, nous confie Jonathan Borlée. *« Nous sommes ravis de pouvoir préparer désormais nos cafés préférés en alliant rapidité et facilité. De plus, nous sommes heureux de pouvoir nous servir de tels appareils élégants. »*

Le partage de moments sacrés autour d'une tasse de café

Les athlètes utiliseront chacun un appareil de la marque De'Longhi. Ces derniers sont non seulement ravis de pouvoir préparer personnellement de délicieuses tasses de café à l'aide de leurs machines à café De'Longhi préférées, mais partageront aussi tous ces instants avec leurs nombreux fans, ainsi que la grande famille de la marque De'Longhi. *« Si le café est délicieux, il contribue également à créer une certaine ambiance, ainsi qu'un moment de convivialité »*, souligne Kevin Borlée. *« En tant qu'athlètes et frères, nous aimons profiter de ce moment, et nous sommes régulièrement ensemble, que ce soit en déplacement, durant les entraînements ou lors des compétitions. Grâce aux machines à café de De'Longhi, chaque tasse de café sera d'autant plus intense. Qui plus est, nous souhaitons partager ces moments par le biais de nos canaux. »*

À propos de De'Longhi

La marque est née en 1974, lorsque Giuseppe de'Longhi a lancé le premier produit, un radiateur électrique à huile. Actuellement, De'Longhi dispose de petits appareils électroménagers dans presque toutes les catégories. Le design unique, élégant et fonctionnel se retrouve dans chaque produit de la marque De'Longhi. Grâce à ses appareils, l'entreprise entend répondre aux besoins des ménages partout dans le monde, indépendamment de leur culture. Pour De'Longhi, chaque jour doit offrir une occasion spéciale. À l'heure actuelle, la société est active dans plus de 33 pays.