



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO LAVAZZA: IN UN DIFFICILE CONTESTO MACROECONOMICO, CONTINUA LA CRESCITA IN LINEA CON LA STRATEGIA AZIENDALE.

FATTURATO 2023 A OLTRE 3 MILIARDI DI EURO.

**Approvato il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2023:
ricavi in crescita del 13% rispetto all'anno precedente;
profittabilità in calo a causa del forte impatto dell'aumento dei costi della materia prima.**

Torino, 27 marzo 2024 – Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo Lavazza ha approvato il **Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2023** e comunica i principali indicatori finanziari.

“Il 2023 ha visto uno scenario macroeconomico molto complesso per il settore a causa del forte aumento dei costi della materia prima, con quotazioni record del caffè verde, in particolare per la qualità Robusta. Nonostante ciò, abbiamo scelto di limitare l'aumento dei prezzi sui nostri prodotti per proteggere i consumatori, mantenendo i volumi, riducendo però parte della nostra profittabilità. La solidità finanziaria del Gruppo Lavazza ci ha permesso di cogliere comunque importanti opportunità di mercato e crescere anche per vie esterne, come con l'acquisizione della società francese MaxiCoffee, raggiungendo un nuovo record di ricavi oltre i tre miliardi di euro.” - ha commentato Antonio Baravalle, CEO del Gruppo Lavazza. “Uno dei nostri punti di forza è la capacità di diversificare, operando attraverso una strategia di crescita che ci garantisce una presenza significativa in diverse aree geografiche e settori. Continueremo a guardare al mercato internazionale e a valutare investimenti strategici e sinergici che possano contribuire al nostro sviluppo a lungo termine, implementando la nostra capacità competitiva e consolidando la nostra presenza nei mercati globali.”

Nel 2023 il Gruppo Lavazza ha affrontato sfide significative: in continuità con il 2022, anche il 2023 è stato un anno caratterizzato da costi in aumento del caffè crudo, soprattutto per la Robusta, che nel corso dell'esercizio ha visto toccare i massimi sfiorando quota 3.200 \$/tons e sulla quale insiste il perdurare di quotazioni estremamente alte.

Come prevedibile, i livelli di inflazione raggiunti in tutti i mercati hanno eroso e stanno erodendo il potere d'acquisto dei consumatori. Ciò ha avuto un impatto significativo sui volumi, **con il mercato del caffè che nel periodo gennaio-dicembre 2023 ha registrato una contrazione di circa il 3%**. Nonostante queste difficoltà, il Gruppo ha voluto proteggere i consumatori, mantenendo una strategia di prezzi accessibili per garantire una penetrazione costante nel mercato e preservare la sua base di clienti, continuando a investire per garantire una prospettiva a lungo termine. Questo ha portato, da una parte, all'erosione della marginalità; dall'altra, a un miglioramento della performance del Gruppo sia a valore che a volume rispetto al mercato, che ha permesso di **incrementare la quota di mercato di + 0,3 punti**.

Nel 2023 il Gruppo ha registrato **Ricavi pari a € 3,1 miliardi** con una crescita del 13% rispetto al 2022. A tale risultato ha contribuito l'acquisizione di MaxiCoffee che ha potenziato la presenza internazionale del Gruppo Lavazza.



Il fatturato ha registrato una stabile e continua crescita sia nel canale Home sia nel canale Fuori Casa: in particolare nell'e-commerce la crescita è stata del +28% vs 2022.

Continua la crescita del segmento **Beans**, che anche quest'anno si dimostra il più dinamico sul mercato: prendendo in considerazione le 15 principali geografie in cui opera il Gruppo, questo segmento registra, infatti, un incremento del mercato a +6,6% rispetto al 2022 e il gruppo Lavazza ha guadagnato quota di mercato grazie a una **crescita del 9,1% rispetto al 2022.**

Nel segmento dei **Single Serve** (capsule), grazie in particolare al completamento del lancio della rinnovata gamma di capsule **NCC¹**, il Gruppo ha visto una crescita a valore del **+15,3%** rispetto al 2022 a confronto di un mercato che invece è cresciuto del 3% rispetto al 2022, **guadagnando così quota di mercato.**

A **livello geografico**, il Gruppo Lavazza ha registrato tassi di crescita a sell out a valore nel canale Retail in tutti i mercati, in particolare negli **Stati Uniti** (+9,8%), in **Polonia** (+21%) e in **UK** (+8,6%); anche in **Italia** e **Francia** (mercati più rilevanti per il Gruppo) si registra un incremento rispettivamente del 6,3% e 5,8%.

L'EBITDA del Gruppo, pari a € 263 milioni, mostra una contrazione rispetto a € 309 milioni del 2022, con un **EBITDA margin pari all' 8,6%**, rispetto al 11,4% del 2022. La strategia del gruppo è stata di limitare l'aumento dei prezzi al consumatore in un contesto inflattivo, proteggendo i volumi e assorbendo parte dell'incremento dei costi all'interno dei propri margini.

L'EBIT si è attestato a € 97 milioni, in decrescita rispetto a € 160 milioni dell'esercizio 2022

L'utile netto è stato pari a € 68 milioni, rispetto ai € 95 milioni dello scorso esercizio.

La **posizione finanziaria netta a fine 2023 è negativa per € 292 milioni** e riflette le operazioni straordinarie, in particolare l'acquisizione di MaxiCoffee completata nell'esercizio 2023.

Il Gruppo Lavazza ha continuato e continuerà a investire per garantire una prospettiva a lungo termine. Un esempio tangibile è stata l'**acquisizione di MaxiCoffee** in Francia, finalizzata il 31 marzo 2023, che ha contribuito a rafforzare la presenza internazionale dell'azienda. La società francese si rivolge sia a clienti privati sia ad attività commerciali attraverso la sua piattaforma e-commerce, una rete di 60 agenzie commerciali presenti in tutta la Francia, le sue *École du Café* e i suoi "Concept Store". La piattaforma offre una varietà di 8.000 prodotti tra più di 350 marchi differenti di caffè (in grani, macinato e in capsule) e un'ampia gamma di macchine da caffè, caffettiere, macinacaffè e accessori. L'acquisizione di Maxicoffee ha segnato un passo importante per il Gruppo Lavazza che si impegna a proseguire il percorso di sviluppo attraverso investimenti strategici.

"Per il 2024, stiamo lavorando per affrontare le difficoltà attuali e anticipare un ritorno a condizioni più favorevoli, con l'obiettivo principale del recupero del margine operativo lordo. Contribuiranno al raggiungimento del risultato i sacrifici compiuti negli anni precedenti, la solida base di consumatori e clienti mantenuta e la continua focalizzazione sulla gestione finanziaria e operativa" – **aggiunge Antonio Baravalle, CEO del Gruppo Lavazza.**

¹ **NCC: capsule in alluminio compatibili con macchine Nespresso Original.** Lavazza non è affiliata a, né promossa o sponsorizzata da Nespresso.



Lavazza considera il capitale umano la risorsa primaria per un percorso di sviluppo sostenibile e di lungo termine per un Gruppo che sta diventando sempre più globale, e continuerà a investire nelle persone per promuovere un clima lavorativo positivo, produttivo e inclusivo. **I dipendenti del Gruppo nel 2023 hanno raggiunto il numero complessivo di oltre 5.500 nel mondo**, con quasi il 70% presso le consociate estere.

*“Sempre con uno sguardo al futuro, abbiamo deciso di dedicare ancora una volta alle nostre persone un’attenzione particolare, come dimostra tra le altre cose l’importante e diffusa revisione salariale del 2023 in risposta all’inflazione e l’erogazione di una media di oltre €3.000 come premio di produzione per obiettivi per le persone delle nostre strutture in Italia. Continua, inoltre, il nostro impegno nel promuovere la diversità, l’equità e l’inclusione attraverso il programma **Gap Free**: un percorso di trasformazione culturale per la valorizzazione delle diversità e la promozione di opportunità più eque per tutte e tutti. Riteniamo importanti le certificazioni ottenute in questo ambito, che ci spronano anche a fare sempre meglio”* commenta il CEO del Gruppo, Antonio Baravalle.

A questo proposito, il sistema incentivante del premio di produzione non solo vuole riconoscere l’impegno professionale, ma attraverso obiettivi definiti tramite individuazione di indicatori finanziari e organizzativi vuole essere anche uno strumento di **partecipazione diretta e consapevole di tutte le persone alla strategia aziendale di medio e lungo periodo**, che viene comunicata e condivisa, creando un coinvolgimento comune per il conseguimento degli obiettivi.

In ambito DE&I (Diversità, Equità e Inclusione), nel 2023 il Gruppo ha ottenuto il **riconoscimento del primo livello di Certificazione EDGE** (Edge Assess) in Italia, fondamentale in primo luogo per supportare un’analisi interna oggettiva e comparabile circa la gender equality nelle sedi italiane, ma anche per adottare uno strumento di misurazione del gender pay gap interno riconosciuto, accurato e replicabile nelle consociate, ed infine, per identificare le aree di intervento specifiche che hanno costituito una base di partenza per lo sviluppo di un action plan di breve-medio periodo sul quale si basano molte delle azioni implementate nel 2023 e a piano per il 2024. All’inizio del 2024, inoltre, si è aggiunta la **Certificazione di Parità di Genere ex Uni PDR 125:2022**.

Il Gruppo Lavazza integra i **principi ESG** nel proprio modello di business. A giugno 2024, in linea con gli anni precedenti pubblicherà il decimo **Bilancio di Sostenibilità** redatto su base volontaria, nel rispetto degli standard del Global Reporting Initiative che indica i criteri di riferimento principali a livello internazionale per la rendicontazione della performance di sostenibilità, e viene sottoposto a revisione da parte di una società di assurance esterna.

Nel 2023 è stato inaugurato a Torino il primo **“Center for Circular Economy in Coffee”**, un hub supportato dalla **Fondazione Lavazza** insieme a una rete globale di partner, che ha l’obiettivo di sostenere e valorizzare i principi dell’economia circolare, accelerare la transizione sostenibile e promuovere l’innovazione nel mondo del caffè.

Per maggiori informazioni: www.lavazzagroup.com



Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Il Gruppo è oggi tra i principali protagonisti nello scenario globale del caffè, con un portfolio di marchi leader nei mercati di riferimento come Lavazza, Carte Noire, Merrild e Kicking Horse. È attivo in tutti i segmenti di business, presente in 140 mercati, con 8 stabilimenti produttivi in 5 Paesi. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da oltre 125 anni e gli oltre 30 miliardi di tazzine di caffè Lavazza prodotti all'anno sono oggi la testimonianza di una grande storia di successo, per continuare a offrire il miglior caffè possibile in qualsiasi forma, curando ogni aspetto della filiera, dalla selezione della materia prima al prodotto in tazza.

Il Gruppo Lavazza ha rivoluzionato la cultura del caffè grazie ai continui investimenti in Ricerca e Sviluppo: dall'intuizione che ha segnato il primo successo dell'impresa – la miscela di caffè – allo sviluppo di soluzioni innovative per i packaging; dal primo espresso bevuto nello Spazio alle decine di brevetti industriali sviluppati. Un'attitudine a precorrere i tempi che si riflette anche nell'attenzione rivolta al tema della sostenibilità – economica, sociale e ambientale – considerata da sempre un riferimento per indirizzare la strategia aziendale. *"Awakening a better world every morning"* è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore sostenibile per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.