



GRUPPO LAVAZZA: NEL 2022 RICAVI PARI A EURO 2,7 MILIARDI

Fatturato in crescita del 17,6% rispetto al 2021 grazie all'aumento dei volumi su tutte le aree geografiche e a un'attenta gestione dei costi.

Torino, 3 aprile 2023 – Lavazza Group comunica i risultati di bilancio 2022 e la finalizzazione dell'acquisizione della società francese MaxiCoffee, attiva nel settore del caffè. L'operazione era stata annunciata lo scorso 28 novembre 2022.

Per quanto riguarda l'**andamento della gestione 2022**, il Gruppo Lavazza ha conseguito risultati di gestione positivi e una redditività in linea con l'esercizio precedente, nonostante lo scenario macroeconomico particolarmente complesso, che ha visto un forte rincaro del caffè verde, del costo di imballi, energia, gas e costi di logistica e noli, oltre all'apprezzamento del dollaro.

Il margine è stato sostenuto da un aumento delle vendite, da un'oculata politica di gestione dei listini e un attento controllo dei costi operativi. Il Gruppo ha scelto di assorbire una quota consistente dell'aumento dei costi e di riversarne al consumo solo una parte: questa scelta è stata premiata dal consumatore portando a un aumento delle vendite in tutte le aree geografiche, con una performance a volume superiore all'andamento del mercato, e a un valore in linea con lo scorso anno.

"I risultati del 2022 rappresentano un ulteriore traguardo per il nostro Gruppo: pur in uno scenario particolarmente sfidante, siamo stati in grado di sostenere la crescita del fatturato e mantenere la marginalità in linea con gli anni precedenti. Ciò è stato possibile grazie al forte impegno su tutti i livelli aziendali nel portare avanti una strategia di crescita internazionale insieme a una gestione di contenimento dei costi in un contesto estremamente complesso - ha commentato Antonio Baravalle, Amministratore Delegato del Gruppo Lavazza - L'attenzione del Gruppo è ora focalizzata sull'eccezionale rialzo dei costi avvenuto nell'esercizio appena concluso che condiziona pesantemente anche l'esercizio 2023".

Nel 2022 il Gruppo ha ottenuto ricavi pari a Euro 2,7 miliardi con una crescita del +17,6% rispetto al 2021.

Il fatturato risulta in crescita sia nel canale Home sia nel canale Fuori Casa: in particolare nel canale **Fuori Casa** è l'effetto volume positivo (+26%) a portare la crescita maggiore sul fatturato.

Continua la crescita del segmento **Beans**, che anche quest'anno emerge come il più dinamico sul mercato. Prendendo in considerazione le 15 principali geografie in cui opera il Gruppo, il segmento Beans registra un incremento di mercato a +1,4% rispetto al 2021 e il gruppo Lavazza guadagna +1,5% di quota grazie a una crescita del 12% verso 2021.

Nel segmento dei **Single Serve** (capsule), confermato il più competitivo, il Gruppo prosegue il proprio piano di lancio delle capsule in alluminio.



A **livello geografico**, il Gruppo ha registrato tassi di crescita a sell out a valore nel canale Retail in Germania (+18,1%), Stati Uniti (+14,1%), Polonia (+28%); anche in Italia e Francia si registra una crescita rispettivamente dell'1,5% e 6,1%, dopo la flessione riportata nel 2021.

L'EBITDA del Gruppo è pari a Euro 309 milioni, in linea con quello del 2021 quando era pari a Euro 312 milioni, con un **EBITDA margin pari al 11,4%**, rispetto al 13,5% del 2021.

L'EBIT si è attestato a Euro 160 milioni, in linea con l'esercizio 2021 quando era pari a Euro 164 milioni del 2021, con un **Ebit margin pari al 5,9 %**.

L'utile netto è stato pari a Euro 95 milioni, rispetto a Euro 105 milioni dello scorso esercizio.

La **posizione finanziaria netta a fine 2022 è pari a Euro 136 milioni**, a conferma della solidità finanziaria del Gruppo.

La dinamica inflattiva ha impattato gli aspetti patrimoniali, in particolare per l'apprezzamento del magazzino, portando il **flusso di cassa operativo** in territorio leggermente negativo (-8M€).

Il Gruppo Lavazza, inoltre, continua con determinazione il proprio **percorso di integrazione dei criteri ESG nel modello di business**. Da una parte, ha definito un articolato programma di attività finalizzato a coinvolgere le comunità in cui opera e creare valore condiviso, generando un impatto positivo a livello sociale, economico e ambientale. Il Gruppo Lavazza si impegna, inoltre, nella lotta al cambiamento climatico, con l'obiettivo di azzerare l'impatto delle emissioni di carbonio generate lungo l'intera catena di valore, attraverso una strategia di riduzione e compensazione delle emissioni denominata "Roadmap to Zero". Questa strategia è articolata secondo tre livelli di azione: la misurazione dell'impatto, i piani di riduzione e i piani di compensazione. In particolare, prosegue la "Roadmap del Packaging Sostenibile", che ha l'obiettivo di rendere l'intero portfolio packaging riutilizzabile, riciclabile o compostabile entro il 2025.

In linea con gli anni precedenti, inoltre, il Gruppo Lavazza pubblicherà a giugno il nono **Bilancio di Sostenibilità** redatto su base volontaria secondo lo standard del Global Reporting Initiative, i principali criteri di riferimento internazionali per la rendicontazione della performance di sostenibilità, sottoposto a revisione da parte di una società di assurance esterna. Il Bilancio di Sostenibilità analizza gli impatti delle attività del Gruppo, che ha individuato i quattro pilastri di sostenibilità prioritari rispetto ai quali impegnarsi: Goal 5 - Uguaglianza di genere, Goal 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica, Goal 12 - Consumo e produzione responsabile, Goal 13 – Agire per il clima.

Con particolare riferimento al Goal 5, nel 2022 il Gruppo Lavazza ha continuato a dar seguito al percorso intrapreso nel 2020 con il lancio del **programma Gap Free**, un percorso di trasformazione culturale di medio-lungo periodo per la promozione delle pari opportunità e per l'eliminazione di tutte le barriere. L'obiettivo finale è eliminare ogni tipo di discriminazione



e creare un'organizzazione inclusiva, in cui tutti possano esprimere la propria autenticità. Il Gruppo, a inizio 2023, ha ottenuto in Italia il primo livello della certificazione EDGE, Economic Dividends for Gender Equality.

Per quanto riguarda gli altri fatti di rilievo dell'esercizio 2022, Lavazza (Luigi Lavazza S.p.A.) è stata ammessa, in data 28 dicembre 2022, al **regime di Adempimento Collaborativo** previsto dal decreto legislativo n.128/2015, a decorrere dall'anno 2021. L'ammissione rappresenta il riconoscimento della costante attenzione ai processi di compliance fiscale che l'azienda ha portato avanti negli anni e che affondano le proprie radici nel Codice Etico e nella Strategia Fiscale nonché nella valutazione positiva, da parte dell'Agenzia delle Entrate, del sistema di gestione e monitoraggio interno del rischio fiscale.

Inoltre, **il 31 marzo 2023** - dopo l'approvazione della Direzione generale per la concorrenza, i consumatori e il controllo delle frodi (DGCCRF) - **è stata finalizzata l'acquisizione di MaxiCoffee**. La società francese, con i suoi circa 1.500 collaboratori, ha un giro d'affari di circa Euro 300 milioni e si rivolge sia a clienti privati sia ad attività commerciali attraverso la sua piattaforma e-commerce, oltre a 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.

"Con l'acquisizione prosegue la nostra strategia di espansione internazionale e di rafforzamento nei mercati chiave. MaxiCoffee avrà una gestione totalmente separata e autonoma, mantenendo intatto il suo modello di business di successo - ha commentato Antonio Baravalle, Amministratore Delegato del Gruppo Lavazza.

Christophe Brancato, fondatore del Gruppo MaxiCoffee, è associato all'operazione e manterrà una quota di partecipazione minoritaria. Christophe Brancato, inoltre, è stato confermato come Presidente dell'azienda francese per proseguire lo sviluppo del modello di business da lui avviato, continuando a soddisfare e rafforzare i rapporti già consolidati con i clienti, i consumatori amanti del caffè e i fornitori partner.

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 9 stabilimenti produttivi in 6 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.