Lavazza Group, ricavi in crescita a +11% rispetto al 2020

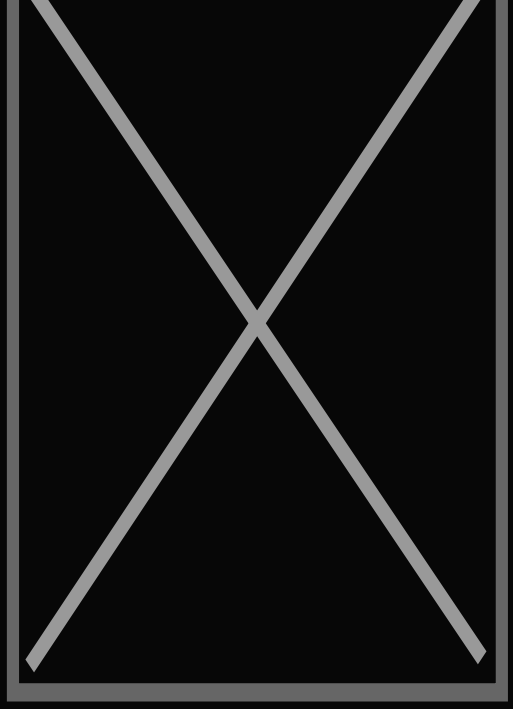
lavazza-antoniobaravalle-040-a-6de66445

Lavazza Group ha presentato i risultati per l’esercizio 2021, in cui ha realizzato un fatturato di 2,308 miliardi di euro, con i principali indicatori finanziari in espansione e un mix di canali e prodotti positivo.

Il 2022 prevede uno scenario macroeconomico complesso, dovuto da una parte alla pandemia da Covid–19, dall’altra a una spirale inflazionistica che spinge verso l’alto il costo delle materie prime. Già nel 2021 è iniziato un periodo particolarmente turbolento per tutte le commodities e, tra quelle agricole, il caffè **ha subito il** rialzo dei prezzi **più significativo**, con un incremento intorno all’80% sia per la qualità Arabica che per la Robusta. Questi aumenti dipendono principalmente da problematiche relative alla supply chain globale e ai danni causati da **eventi meteo legati al cambiamento climatico**. Tali fattori impatteranno la produzione del 2022 poiché si prevede un raccolto di caffè inferiore e il perdurare del contesto inflattivo, con quotazioni che rimarranno quindi significativamente più alte.

A questo contesto già difficile, si aggiunge il **drammatico scenario geopolitico**, con il conflitto tra la Russia e l’Ucraina che sta avendo impatti su numerosi aspetti. Oltre alle sanzioni internazionali e alla svalutazione del rublo, gli effetti principali si avvertono sulle materie prime di cui la Russia e l’Ucraina sono i principali produttori ed esportatori, come gas, petrolio e metalli.

Lavazza ha deciso di **sospendere tutte le attività in Russia** e, per causa di forza maggiore e impossibilità di rifornire il mercato, si è reso necessario fermare temporaneamente anche le attività distributive in Ucraina.



“Il Gruppo e la Fondazione Lavazza fin dall’insorgere dell’emergenza sono stati impegnati ad aiutare le persone colpite dalla guerra, stanziando sia donazioni destinate a diverse ONG con cui collaboriamo da tempo, sia inviando beni di prima necessità a organizzazioni attive nell’accoglienza, nella speranza che la situazione torni al più presto alla normalità.” - Ha commentato **Antonio Baravalle**, Amministratore Delegato del Gruppo Lavazza - *“Gli ottimi risultati del 2021 non sono solo un traguardo significativo per il nostro Gruppo ma anche il punto di partenza per affrontare un **anno estremamente complesso** e sfidante, a causa del rialzo del prezzo di acquisto di tutte le materie prime che trattiamo - caffè verde in primis, ma anche packaging, energia, logistica – e dai rischi legati al drammatico contesto geopolitico attuale”.*

I risultati del 2021 del Gruppo Lavazza dimostrano **la solidità dell’azienda**, il grande apprezzamento dei suoi prodotti e il riconoscimento della brand equity a livello globale. Nel 2021, in uno scenario economico e sociale che presentava ancora alcuni caratteri di complessità dovuti all’emergenza sanitaria da Covid - 19, il Gruppo ha conseguito un fatturato che per la prima volta ha superato Euro 2,3 miliardi e risultati in crescita sia in tutti i canali che in tutte le geografie.

Il Gruppo nel 2021 registra ricavi con un **+11% rispetto al 2020**, la Posizione finanziaria netta è positiva per Euro 283 milioni con una generazione di cassa operativa pari a Euro 203 milioni, in miglioramento rispetto al 2020 (Euro 125 milioni), a conferma delle ottime performance operative realizzate dal Gruppo. I principali driver di crescita sono anzitutto riconducibili al recupero del fatturato nel canale Fuori Casa (pari all’80% del valore registrato nel 2019), dopo l’effetto frenata del Covid, e

ricavi in costante aumento nel canale Home (+6,3% rispetto al 2020 e +23,8% rispetto al 2019) nonostante il mercato sia tornato a trend assimilabili ai livelli pre-Covid.

Anche a livello geografico, il Gruppo ha registrato **tassi di crescita del fatturato** con una performance positiva in tutti i mercati, sia quelli più maturi come l'Italia (+6%) e la Francia (+10%) sia quelli in espansione come Nord America (+21%) e Germania (+14%), a testimonianza dello stato di salute dei brand in tutti i territori.

Il mix prodotto ha generato **importanti benefici** grazie allo sviluppo del segmento Beans (grani) che risulta il più dinamico sul mercato e in cui Lavazza registra un sell out che cresce al doppio della media di mercato (+16,9% Lavazza vs +8,5% mercato). Nel segmento dei Single Serve (macchine e capsule) che si fa sempre più competitivo, il Gruppo prosegue il proprio piano di lancio delle capsule in alluminio a zero impatto in termini di CO2.

L'EBITDA del Gruppo è pari a Euro 312 milioni rispetto a Euro 253 milioni del 2020 (+23,3%), con un EBITDA margin pari al 13,5%, rispetto al 12,1% del 2020, che si attesta ai livelli del 2019, pre-pandemia.

L'EBIT si è attestato a Euro 163 milioni rispetto a Euro 108 del 2020 (+50,9%), con un Ebit margin pari al 7,1%. Come per l'EBITDA, anche l'EBIT margin è rientrato ai livelli pre-pandemici (nel 2019 era pari al 7,1%).

L'utile netto è stato pari a Euro 105 milioni, in aumento del 44% rispetto a Euro 73 milioni dello scorso esercizio.

Nel corso dell'esercizio, agli **eccellenti risultati economici e patrimoniali** si è aggiunto il rafforzamento della presenza internazionale, in particolare attraverso la **Joint-Venture con Yum China** per lo sviluppo di caffetterie nel **Paese asiatico**. Sono stati confermati, inoltre, gli investimenti in progetti di R&D e il Gruppo continua con determinazione il proprio percorso di integrazione dei criteri ESG nel modello di business.

L'impegno di Lavazza nella catena del valore prevede una **strategia di sostenibilità ambientale** articolata secondo tre livelli di azione: la misurazione dell'impatto, i piani di riduzione e i piani di compensazione, che si traducono nell'acquisto di crediti di carbonio volti al raggiungimento della carbon neutrality. 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. Tale percorso è guidato dall'approccio Sustainable By Design di Lavazza, che mira a garantire

l’utilizzo più responsabile ed efficiente possibile dei materiali secondo i principi dell’eco-progettazione.

Il Gruppo Lavazza si classifica anche per il 2022 all’interno della rosa delle **Top 100 aziende con la più alta Reputazione al mondo** secondo la classifica rilasciata per il “**2022 Global RepTrak**” da The RepTrak Company, società specializzata nella misurazione della Reputazione aziendale agli occhi dell’Opinione Pubblica. È la quinta azienda italiana e l’unica realtà all’interno della Top 100 che appartiene al comparto beverage.

Il Gruppo, infine, si conferma tra **i Top Employers italiani**, grazie alla costante ricerca dell'eccellenza nei processi e nelle strategie legate alla gestione delle risorse umane e a un percorso di miglioramento continuo con al centro le persone.