# Lavazza: fatturato a 3,1 miliardi di euro. Ma sui conti pesano i rincari delle materie prime

20240327155214shutterstock-413880655-b6229fca

Supera quota 3 miliardi di euro il fatturato 2023 del Gruppo Lavazza (per la precisione si tratta di 3,1 miliardi), con una crescita del 13% rispetto al 2022. In calo invece l'ebitda di Gruppo, che tocca quota 263 milioni (ma con una contrazione rispetto ai 309 milioni del 2022) e l'utile netto, sceso dai 95 milioni dello scorso anno ai 68 milioni del 2023.

"La strategia del gruppo - si legge in una nota - 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".

A tali risultati hanno contribuito l'**acquisizione di MaxiCoffee** che ha potenziato la presenza internazionale del Gruppo, mentre tra i segmenti in aumento durante gli ultimi dodici mesi dell'anno fiscale figurano sia il **canale Home che il Fuori Casa**, con l'e-commerce aumentato più di tutti (+28% vs 2022).

Continua anche 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. 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%.**

*“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.

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.

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.