



Comunicato Stampa | 10 dicembre 2009

## Lavazza si rafforza in Italia e cresce all'estero

*Nel 2009 l'azienda mantiene i livelli di redditività e prosegue nel processo di espansione all'estero. In Italia, rafforza la leadership nel mercato retail, con una quota a valore del 47.6% (fonte Nielsen). Crescita importante nel settore del porzionato, grazie al successo del sistema a cialde A Modo Mio.*

Torino, 10 Dicembre 2009 – Un 2009 positivo per Lavazza, che si appresta a chiudere l'anno con un fatturato in linea con l'esercizio precedente (oltre 1,1 miliardi di euro), confermando un risultato operativo intorno al 13% nonostante un periodo fortemente segnato dalla crisi economica mondiale.

Sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati e confermati sia i piani di sviluppo a lungo termine, in Italia e all'estero, sia la strategia di forti investimenti sul prodotto.

La quota di volume d'affari realizzata fuori dall'Italia è in aumento costante, grazie al processo di crescita internazionale che l'azienda sta positivamente affrontando e coerentemente con l'obiettivo del Gruppo di arrivare nei prossimi tre anni a ricavi generati al 50% in Italia e al 50% sui mercati esteri (a fine 2008 tale ripartizione era di circa 60% Italia e 40% estero).

“Nonostante la congiuntura economica mondiale negativa, l'azienda ha mantenuto la redditività sui livelli del 2008, grazie ad un efficace controllo dei costi fissi e all'ottimizzazione delle spese di marketing, nonché al favorevole andamento del costo delle materie prime e del crudo in particolare”, ha commentato l'Amministratore Delegato di Lavazza Gaetano Mele, che ha aggiunto: “Lavazza, ancora una volta, ha rafforzato la propria leadership nel mercato italiano, raggiungendo una quota a valore del 47.6% nel retail, e ha visto una particolare crescita nel porzionato, grazie all'eccellente andamento di A Modo Mio, la macchina per l'espresso a cialde introdotta anche nel mercato internazionale”.

Proprio per quanto riguarda l'estero, si segnala un risultato molto positivo nelle aree che Lavazza considera strategiche per la propria espansione (Est Europa, Sud America, Sud-Est Asiatico e Australia), dove, nonostante il deprezzamento delle valute locali verso l'euro, si sono registrati trend di crescita a doppia cifra.

Il Gruppo prosegue, inoltre, il processo di sviluppo di impianti industriali e delle relative tecnologie produttive, come testimonia il recente annuncio della costruzione di un nuovo



stabilimento a Sri City (India), che sarà capace entro tre anni di rifornire l'intero mercato asiatico.

Infine, sempre nel 2009 e a conferma del forte radicamento di Lavazza al territorio d'appartenenza, è stata decisa la realizzazione a Torino del nuovo quartier generale dell'azienda (progetto del valore complessivo di 130 milioni di euro) e si è avviata l'importante partnership quinquennale con il Politecnico di Torino per il potenziamento dell'attività di ricerca e sviluppo.

“Il 2009 è stato un anno di importanti decisioni strategiche per l'azienda: in un periodo difficile a livello mondiale, Lavazza ha deciso comunque di scommettere sul futuro, progettando la costruzione di una nuova sede a Torino e puntando sui mercati esteri”, ha aggiunto l'Amministratore Delegato del Gruppo Gaetano Mele, che conclude: “Il 2010 ci vedrà impegnati in sfide molto stimolanti: vogliamo mantenere il risultato operativo sui livelli degli ultimi anni, continuando la nostra crescita sia con sviluppo organico sia attraverso nuove acquisizioni”.

***Per informazioni:***

Responsabile Relazioni Pubbliche Lavazza  
Alessandra Bianco  
Tel. +39.011.239.8731  
e-mail: [a.bianco@lavazza.it](mailto:a.bianco@lavazza.it)

Ufficio Stampa Lavazza  
Marilù Brancato  
Tel. +39.011.239.8684, cell. +39.345.3972860  
e-mail: [m.brancato@lavazza.it](mailto:m.brancato@lavazza.it)