



TORINO, ITALIA, 1895

GRUPPO LAVAZZA: 2016 ANNO RECORD

CONTRIBUTO FONDAMENTALE DALL'ACQUISIZIONE DI CARTE NOIRE E MERRILD

- Ricavi pari a **€1,9 miliardi (+29% rispetto al 2015)**
- EBIT pari a **€61,7 milioni (+34,1%)**
- **Il 60,3% dei ricavi proveniente dai mercati esteri (52,8% nel 2015)**

Lavérune, 16 maggio 2017 – Il Gruppo Lavazza ha presentato i risultati al 31 dicembre 2016, a seguito dell'approvazione del Bilancio di esercizio e del Bilancio Consolidato da parte del Consiglio di Amministrazione.

I ricavi consolidati, secondo gli Italian GAAP e con 10 mesi di contributo di Carte Noire, sono stati pari a €1,9 miliardi, in crescita del 29% rispetto all'anno precedente. Questo incremento è legato per il 4% a una crescita organica, nettamente superiore a quella media del mercato che si è attestata sul 2%. Una forte accelerazione è inoltre arrivata dalle acquisizioni che, oltre a Carte Noire, ha visto negli ultimi due anni l'ingresso nel perimetro Lavazza di Merrild in Danimarca e di Lavazza Australia.

Cresce a ritmo sostenuto anche il valore dei mercati esteri per il Gruppo, arrivato al 60,3% del fatturato (dal 52,8% dell'esercizio 2015) grazie, in particolare, al contributo della Francia. Il Paese da cui partì l'espansione internazionale di Lavazza nel 1982 rappresenta oggi, a seguito dell'acquisizione di Carte Noire, il secondo Paese dopo l'Italia con un polo da 500 dipendenti e un fatturato che nel 2016 oggi rappresenta il 20% del totale del Gruppo.

"Il 2016 è stato un anno straordinario per Lavazza. Con l'acquisizione di Carte Noire abbiamo avviato un percorso di sviluppo internazionale del Gruppo finalizzato a rafforzare la nostra indipendenza e competitività a livello globale," commenta Antonio Baravalle, Amministratore Delegato di Lavazza. "I risultati confermano il pieno successo dell'integrazione tra le due realtà che nasce dalla comunanza di valori, dalla condivisione delle eccellenze e da una forte complementarità tra mercato retail e consumo fuori casa. Nel 2017 vogliamo continuare il percorso intrapreso impegnandoci per un'integrazione perfetta, al fine di diventare uno tra i più importanti player mondiali del caffè mantenendo le nostre caratteristiche di Produttore Premium Italiano. Con una capacità di crescita organica maggiore del mercato prevediamo di raggiungere i €2,2 miliardi di fatturato nel 2020."

Il **risultato operativo (EBIT)** è stato pari a **€61,7 milioni**, in aumento del **34,1% rispetto** ai €46 milioni dell'esercizio precedente. In termini di incidenza percentuale sulle vendite il margine rimane sostanzialmente in linea con l'esercizio precedente. A parità di perimetro l'Ebit 2016 presenta una crescita di oltre il 54% rispetto all'anno precedente.

L'utile del **2016, pari a €82,2 milioni**, non è comparabile con il risultato 2015 che usufruì di una plusvalenza di €822,8 milioni generata dalla cessione della partecipazione in Keurig Green Mountain.

La posizione finanziaria netta si è attestata sui €687,5 milioni (€1.351,0 milioni nel 2015).

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

Sul mercato italiano, nonostante i consumi di caffè abbiano fatto registrare un decremento per il terzo anno consecutivo, Lavazza ha mantenuto la sua posizione di leadership incrementando la sua quota a valore che si attesta al 41%. In particolare, il nuovo portafoglio prodotti e una chiara strategia di segmentazione dell'offerta per le varie tipologie di clientela hanno consentito di veicolare sul mercato importanti novità in linea con i trend di consumo attualmente in atto sia in Italia che nello scenario internazionale.

Con l'acquisizione di Carte Noire, lo stabilimento francese di Lavérune è entrato nel perimetro del sistema industriale del Gruppo Lavazza e costituisce oggi, con Settimo Torinese e Gattinara in Italia, uno dei poli nei quali vengono realizzati tutti i prodotti del Gruppo Lavazza. Grazie ad un investimento da 16 milioni di euro è stato riconfigurato tutto l'impianto, rendendolo più moderno e aperto a sviluppi futuri con linee produttive hi-tech.

*“Siamo un'azienda che ama parlare del suo 'heritage', ma che ha anche una visione rivolta al futuro e una passione per l'eccellenza che ci hanno consentito di integrarci con Carte Noire e Merrild in tempo record”, commenta **Marco Lavazza, vice presidente di Lavazza.** “Intendendo l'acquisizione come un arricchimento, un'opportunità a due vie, dove ciascuno completa l'altro e gli apre nuove prospettive, abbiamo condiviso percorsi di innovazione e tecnologia e abbiamo investito sulle persone e sui processi al fine di rendere l'integrazione rapida, efficiente e soddisfacente per tutti.”*

Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Al sesto posto nella classifica dei torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, esportando il 60% della sua produzione. Lavazza impiega complessivamente – dopo l'acquisizione di Carte Noire – circa 3 mila persone, con un fatturato di 1,9 miliardi di euro nel 2016. Lavazza ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, ovvero l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue la maggior parte dei suoi prodotti.

L'azienda conta inoltre 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, imponendosi come prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso.

Lavazza è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre all'innovazione su tecnologie e sistemi di consumo. Lavazza ha saputo sviluppare la propria brand awareness attraverso importanti partnership perfettamente coerenti con la strategia di internazionalizzazione della marca: come quelle, nel mondo dello sport, con i tornei tennistici del Grande Slam e – nel campo dell'arte e della cultura - con prestigiosi Musei quali il Guggenheim Museum di New York negli USA e i Musei Civici Veneziani.