



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO LAVAZZA: RISULTATI FINANZIARI AL 31 DICEMBRE 2025

FATTURATO A 3.9 MILIARDI, CREAZIONE DI VALORE E RESILIENZA IN UN ANNO SEGNATO DA PREZZI RECORD DEL CAFFÈ E TENSIONI GLOBALI

*Il 2025, anno del 130° anniversario di Lavazza, ha visto il lancio
della rivoluzionaria tab 100% caffè del sistema Tabli*

Torino, 30 marzo 2026 – Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo Lavazza ha approvato il bilancio di esercizio 2025, in un quadro economico che rimane caratterizzato da un livello di complessità senza precedenti per la filiera globale del caffè.

“Stiamo vivendo un contesto economico ancora segnato da un’estrema volatilità delle quotazioni del caffè. È sempre più difficile fare previsioni, ma la tempesta non è ancora finita – ha commentato Antonio Baravalle, CEO del Gruppo Lavazza - “Nonostante il quadro generale complesso, che ha portato anche a un calo dei volumi di vendita, siamo riusciti a chiudere il 2025 con risultati positivi sui principali indicatori finanziari. Non siamo però ancora in acque calme: la volatilità del mercato del caffè è ormai strutturale, i costi delle materie prime restano sotto pressione, le tensioni geopolitiche continuano a ridisegnare gli equilibri globali e il quadro regolatorio aggiunge ulteriore complessità. In questo scenario, la nostra priorità resta quella di mantenere disciplina e focus, proteggendo le nostre Persone, i nostri Brand e la capacità di continuare a investire nel lungo periodo, preservando inoltre coerenza di posizionamento e standard qualitativi elevati che contraddistinguono da sempre il patto di fiducia con i nostri consumatori”.

Il 2025 si colloca all’interno di una **fase pluriennale di forte tensione sul caffè verde e sui costi di sistema che impattano l’intero settore**. L’aumento dei costi non è riconducibile a un singolo fattore, ma al risultato di una vera e propria “tempesta perfetta” costruita nel tempo: gli effetti del **cambiamento climatico** e di eventi meteo estremi nei Paesi di origine; un **contesto geopolitico molto difficile** con ricadute globali; una **crisi logistica** che ha aumentato costi e tempi di consegna; **l’incertezza regolatoria**, che continua a generare complessità e comportamenti cautelativi lungo la catena di fornitura; una crescente **componente speculativa** nelle borse merci internazionali delle materie prime; e **costi strutturali ormai stabilizzati** su livelli significativamente superiori al periodo pre-2020. In questo quadro, nel 2025 il tema dei **dazi negli Stati Uniti** ha inciso ulteriormente sulle dinamiche del settore e della supply chain, contribuendo ad accrescere l’incertezza e le pressioni sui costi, con effetti che si riflettono lungo tutta la filiera e sulle scelte di pianificazione industriale e logistica. Questa correlazione di fattori sta determinando una **contrazione media del mercato globale** del caffè: dopo il calo del -3,5% a volume nel biennio 2023-2024, i volumi sono scesi ulteriormente nel 2025 di circa -2,4%, a dimostrazione delle persistenti difficoltà che l’intero settore sta affrontando.

L’esercizio 2025 è stato caratterizzato dal perdurare degli impatti delle quotazioni estremamente alte del caffè verde, in un contesto di forte volatilità dei mercati delle materie prime. **Da gennaio 2021 fino ai primi mesi del 2025, il caffè Arabica ha subito rialzi del +230%, mentre la qualità Robusta del +325%.**

Il Gruppo Lavazza, in questo contesto, ha mantenuto anche nell’esercizio 2025 **grande attenzione alla gestione dei costi sia operativi che di capitale**, proseguendo il programma pluriennale di ottimizzazione del capitale circolante, attraverso iniziative strutturali di trasformazione ed efficientamento della supply chain, di rafforzamento del modello operativo e del controllo di scorte e flussi, oltre a una efficace razionalizzazione del portafoglio prodotti. I risultati del 2025 confermano la **capacità del Gruppo, anche in un contesto molto**



complesso, di preservare la propria solidità industriale e di generare valore grazie alla forza dei suoi marchi (Carte Noire - Francia, Merrild - Danimarca, Kicking Horse Coffee – Canada, oltre al brand globale Lavazza).

Entrando nel dettaglio dei risultati, nel 2025 il Gruppo ha registrato un **fatturato di € 3,9 miliardi** (+15,7% rispetto al 2024).

L'EBITDA del Gruppo si è attestato a € 340 milioni, +8,8% rispetto ai € 312 milioni del 2024, con un **EBITDA margin pari a 8,8%** rispetto al 9,3% del 2024.

L'EBIT è pari a € 157 milioni, rispetto ai €130 milioni dell'esercizio 2024.

L'utile netto ha raggiunto € 92 milioni, rispetto agli € 82 milioni registrati nel 2024.

La posizione finanziaria netta a fine 2025 è negativa per -€ 432 milioni, rispetto a - € 511 milioni a fine 2024, e riflette la generazione di cassa realizzata nel corso dell'anno.

Tra i punti di forza e resilienza del Gruppo, centrale è la **diversificazione** per canale e per geografia. **A livello di canale**, il Gruppo presidia il consumo sia a casa sia fuori casa e continua a investire in un modello sempre più omnichannel che integra retail, horeca, office coffee service e distribuzione automatica, insieme allo sviluppo delle piattaforme digitali e dell'e-commerce.

E poi, la **diversificazione geografica**, per cui la presenza in oltre 140 Paesi rappresenta un elemento strutturale di resilienza per il Gruppo: questo ha, da una parte, permesso di continuare a sostenere la crescita nel **Nord America**, dove il fatturato ha registrato un incremento del +26,9%, spinto soprattutto da Retail ed E-Commerce; e, dall'altra, di mantenere una presenza rilevante nei **mercati europei maturi**, nonostante un calo dei volumi generalizzato e difficoltà specifiche in alcune aree geografiche come **Germania** e **Balceni**, e in particolare in mercati come **Polonia** (-26% a volume) e **Francia** (-16,3% a volume), che hanno subito maggiormente l'impatto dell'aumento dei costi a livello di distribuzione. Parallelamente, il Gruppo continua a sviluppare il proprio percorso in **Cina** attraverso la partnership con *Yum China*, con l'obiettivo di consolidare nel medio-lungo periodo la presenza in un mercato in forte espansione, sia attraverso la rete di Coffee Shop, sia nel canale Retail.

Il 2025, anno del 130° anniversario di Lavazza, è stato anche quello in cui il Gruppo ha **consolidato la propria traiettoria di innovazione sostenibile lanciando nel mercato del single-serve Tabli**, un sistema rivoluzionario che introduce una tab 100% caffè e una macchina dedicata. Il progetto, frutto di un articolato percorso di ricerca, industrializzazione e sviluppo brevettuale, punta a offrire una nuova esperienza di consumo e una qualità in tazza elevata, eliminando la necessità di un involucro protettivo per l'estrazione del caffè.

"Guardando al 2026 e oltre, la parola chiave resta "agilità", intesa come capacità di reagire al contesto in maniera efficace e tempestiva. Questi primi mesi, infatti, sono stati caratterizzati da ulteriori e gravi tensioni geopolitiche, che impatteranno anche sui costi di gestione delle imprese. Una vera stabilità, quindi, appare al momento molto lontana" – ha aggiunto Antonio Baravalle, CEO del Gruppo Lavazza – "Noi continueremo a investire per mantenere un vantaggio competitivo fondato su qualità, innovazione sostenibile e solidità industriale per rafforzare i nostri brand, consolidare la resilienza della filiera e creare valore nel lungo periodo. In questo percorso, la trasformazione digitale svolge un ruolo centrale: migliora la capacità di anticipare e gestire i rischi e rafforza i processi lungo tutta la catena del valore".

Nel 2025 è proseguito in maniera significativa l'impegno del Gruppo Lavazza **nell'integrazione dei principi ESG**, attraverso un approccio che coniuga sostenibilità ambientale, responsabilità sociale e creazione di valore lungo tutta la filiera del caffè.



Il Gruppo si impegna per il benessere delle proprie Persone con l'obiettivo di costruire un forte senso di appartenenza, valorizzando la *"caring culture"* con lo sviluppo continuo di programmi di welfare con nuove iniziative relative, ad esempio, al benessere psicologico ed emotivo e alla prevenzione e cura della salute. Implementata in questo senso anche la piattaforma **Gap Free**, che rappresenta l'impegno strutturale del Gruppo Lavazza in ambito *Diversity, Equity & Inclusion* avviato nel 2020 con l'obiettivo di promuovere l'equità e che è stato riconosciuto da certificazioni come EDGE (*Economic Dividends for Gender Equality*), standard globale per l'equità sul posto di lavoro.

Nel 2025, nell'ambito di questo progetto, è stata attivata per tutte le Persone del Gruppo la nuova **Global Parental Policy**, che riconosce il valore della genitorialità in tutte le sue forme e promuove un equilibrio più equo nei carichi di cura. La policy stabilisce, ad esempio, **uno standard minimo globale di almeno 8 settimane di congedo parentale interamente retribuito per tutti i genitori** con contratto diretto e a tempo indeterminato nel Gruppo, applicandosi senza distinzioni di genere e includendo coppie etero o omogenitoriali, nuclei monogenitoriali e genitori naturali o adottivi.

I risultati di questo impegno si riflettono nella reputazione del Gruppo a livello internazionale e nei riconoscimenti ottenuti, in particolare per l'attenzione costante alla qualità dell'ambiente di lavoro e al benessere delle Persone. Tra questi, la certificazione **Top Employer 2026** in Italia e nel Regno Unito da parte del Top Employers Institute, ente certificatore globale delle eccellenze aziendali in ambito HR, oltre ai riconoscimenti **Great Place to Work 2026** per Lavazza Nordics e **Best Workplace** per Lavazza UK. Questi attestati confermano l'impegno del Gruppo nel promuovere un ambiente di lavoro che favorisca lo sviluppo continuo, garantendo al contempo il benessere diffuso.

Nel 2025 **i dipendenti del Gruppo Lavazza sono oltre 5.800 nel mondo** e Lavazza continua a investire nelle proprie Persone anche attraverso **sistemi incentivanti**, progettati per premiare e favorire una cultura orientata al raggiungimento degli obiettivi. In questo quadro, a fronte del raggiungimento dei risultati, anche nel 2025 è stato riconosciuto **il premio per obiettivi, con importi fino a 4.000 euro lordi per ogni Persona** sia negli uffici direzionali sia negli stabilimenti italiani, mentre i piani di incentivazione specifici per la forza vendita hanno raggiunto mediamente risultati del 117% rispetto ai target, a conferma del legame tra risultati aziendali e ridistribuzione del valore generato.

Il Gruppo Lavazza | Per maggiori informazioni: www.lavazzagroup.com

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 oltre 140 mercati, con 9 stabilimenti produttivi in 5 Paesi. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da oltre 130 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 dedicata a temi economici, sociali e ambientali, da sempre considerati fondamentali per orientare la strategia aziendale.

"Awakening a better world every morning" è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.

Lavazza Group Media Relations

Edoardo Fulio Bragoni

Davide Asinelli

E-mail : pressoffice@lavazza.com

Per ulteriori informazioni

Image Building Società Benefit

E-mail: lavazza@imagebuilding.it