



LAVAZZA GROUP CARBON NEUTRAL ENTRO IL 2030

Nel 2020 ricavi per oltre 2 miliardi e una generazione di cassa operativa per 125 milioni in linea con il 2019, a conferma della solidità del Gruppo.

Sempre più integrati i criteri ESG nelle strategie del Gruppo e raggiunto il primo traguardo della “Roadmap to Zero”, per la quale sono stati stanziati circa 50 milioni di euro per il biennio 2020-2021.

Torino, 1° aprile 2021 – Lavazza Group, in occasione della presentazione dei risultati di bilancio 2020, ha annunciato la sua “Roadmap to Zero”, l’ambizioso piano che porterà il Gruppo alla completa neutralizzazione del proprio impatto carbonico entro il 2030, con un investimento, solo per il biennio 2020-2021, di circa 50 milioni di euro.

Nel 2020, in uno scenario economico e sociale di grande complessità in cui l’emergenza sanitaria da Covid-19 ha severamente colpito i mercati mondiali, il Gruppo ha conseguito un fatturato di 2,085 miliardi di euro e una generazione di cassa operativa per 125 milioni di euro in linea con il 2019, oltre a una solida crescita nel canale Retail nei mercati principali.

*“Stiamo affrontando questo periodo complesso basandoci su tre priorità: la salute e la sicurezza delle persone, la continuità del business e lo sviluppo futuro - ha commentato **Antonio Baravalle, Amministratore Delegato del Gruppo Lavazza** - Nell’esercizio appena concluso abbiamo ottenuto buoni risultati, nonostante le difficoltà del periodo, proseguito nello sviluppo dei nostri progetti e continuato a guardare al futuro investendo e concentrandoci su innovazione e sostenibilità, sempre più centrali nella nostra strategia”.*

Il Gruppo prosegue quindi con determinazione nel **percorso di integrazione dei criteri ESG** nel proprio business, implementando una **strategia di sostenibilità ambientale focalizzata su carbon neutrality ed economia circolare**, in linea con l’Agenda 2030 dell’ONU sottoscritta nel 2017.

Diversi gli ambiti di intervento, tra i quali l’annuncio di oggi della **“Roadmap to Zero”** che porterà il **Gruppo Lavazza alla completa neutralizzazione del proprio impatto carbonico entro il 2030**, attraverso un piano che prevede **tre linee di azione**: monitoraggio e quantificazione delle emissioni; continui processi di efficientamento e riduzione degli impatti; compensazione delle emissioni residue e non riducibili.

Un ambizioso piano che **a fine 2020** ha già consentito al Gruppo di raggiungere un importante traguardo, ossia **l’azzeramento dell’impatto delle emissioni di CO2 dirette** generate da tutte le attività dell’azienda, come stabilimenti produttivi, uffici, flagship store, veicoli aziendali (scope 1), e **delle emissioni indirette** generate da elettricità, calore e vapore acquistati e consumati (scope 2). **Entro il 2030** si andranno, infine, a compensare le emissioni indirette lungo tutta la catena di approvvigionamento, a monte e a valle delle operazioni del Gruppo (scope 3): dal caffè verde al packaging, dalla logistica allo smaltimento.



Una delle tappe intermedie chiave al 2030, sarà raggiunta grazie alla **“Roadmap del Packaging Sostenibile”**, piano strategico che si propone, **entro il 2025, di rendere l’intero portfolio packaging riutilizzabile, riciclabile o compostabile**: la sostenibilità resta uno dei pilastri dei processi di innovazione sviluppati dalla Ricerca & Sviluppo del Gruppo, nell’ottica del concetto **Sustainable by Design** e dei principi dell’economia circolare.

Oltre che nei confronti dell’ambiente, un Gruppo globale ha responsabilità anche nelle **Comunità** in cui opera – e con cui opera. In questo ambito rientra lo stanziamento da parte del Gruppo Lavazza, nel 2020, di **10 milioni di euro** per progetti di sostegno a sanità, scuola e fasce deboli della Regione Piemonte. A questi, si sono aggiunti ulteriori **2,5 milioni di euro** stanziati a supporto delle comunità locali, in Italia e all’estero. È stata, inoltre, garantita la continuità aziendale in tempo di pandemia, pensando in primo luogo alla **sicurezza dei collaboratori**, premiandone inoltre l’impegno con **bonus e premi per obiettivi**, distribuiti nel 2020, per un totale di **oltre 4,5 milioni di euro**.

Per quanto riguarda **l’andamento della gestione 2020**, il Gruppo Lavazza ha conseguito solidi risultati, nonostante l’impatto COVID-19 e le misure restrittive adottate nei vari paesi abbiano influito sui risultati d’esercizio.

*“Il 2020 era iniziato molto bene, poi lo scoppiare della pandemia ha cambiato tutto - ha commentato **Antonio Baravalle, Amministratore del Gruppo Lavazza** – “Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti nonostante il periodo complesso con ricavi in leggera flessione, una generazione di cassa sostanzialmente in linea con il 2019 e con una posizione finanziaria netta positiva. Siamo cresciuti ben al di sopra della media di mercato sia nel canale Retail che nelle principali geografie”.*

Al 31 dicembre 2020 Lavazza ha registrato **Ricavi per € 2,085 miliardi**, in lieve flessione rispetto ai €2,2 miliardi del 2019 (-5%). In termini di marginalità, a fine 2020 l’Ebitda del Gruppo è pari a €253 milioni rispetto a €291 milioni del 2019 (-13%). **L’Ebitda al netto delle donazioni** registra invece una **riduzione del -8,8%** rispetto all’anno precedente. **L’utile netto è stato pari a € 73 milioni** rispetto a €127,4 milioni del 2019, sia per le oggettive difficoltà di un anno complesso ma anche in considerazione della precisa scelta del Gruppo di continuare a investire, allocando risorse nella sicurezza e tutela delle persone, premi ai dipendenti, donazioni a supporto delle comunità, in progetti di sostenibilità, in Ricerca e Sviluppo e nel miglioramento dei sistemi informatici e della capacità produttiva. Al netto delle risorse allocate per la sicurezza e tutela delle persone e delle donazioni a supporto delle comunità, l’utile netto nel 2020 ha registrato un calo del -34% rispetto al 2019.

La **Posizione finanziaria netta** è **positiva** per € 102 milioni (rispetto al 31 dicembre 2019 quando era positiva per € 82,1 milioni) con una generazione di cassa operativa per € 125 milioni in linea con il 2019, a conferma della solidità del Gruppo.

Il Gruppo ha registrato **un aumento del +17,3% dei ricavi nel canale Retail**, crescendo ben al di sopra della media di mercato nei mercati chiave e in tutti i segmenti - Roast&Ground, Capsule, Beans. In particolare, nel **segmento Beans**, la parte più dinamica del settore, il trend positivo è confermato, con una performance del **+30,1%**, 10 punti più alta rispetto al mercato di riferimento (+20,1%).



Prendendo in considerazione i 15 mercati chiave, il Gruppo Lavazza si posiziona quale leader nel **segmento Beans**, con una quota a valore del 15,1%.

Anche a livello geografico, il Gruppo ha registrato eccellenti tassi di crescita del **canale Retail in Germania (+35%), Stati Uniti (+22%), Regno Unito (+15%), Russia (+30%), Polonia (+10%)** e i mercati di punta del Gruppo - **Italia e Francia** – sono cresciuti di oltre il **+7%**.

L'incremento del canale Retail ha parzialmente compensato la significativa e inevitabile **contrazione del business Fuori Casa** (Food Service -40%, Office Coffee Service -30%) generata dal blocco degli spostamenti, dalla chiusura dei bar e dei ristoranti e dal ridotto consumo negli uffici dovuto al lavoro da remoto. La flessione del settore è frutto di una condizione negativa eccezionale e imprevedibile, che non ha influenzato le strategie di crescita del Gruppo anche in questo segmento.

*“Nel 2020 non ci siamo mai fermati e abbiamo continuato a investire in tutte le nostre attività, dando un segnale positivo nella lotta alla pandemia attraverso donazioni a supporto delle comunità locali in cui il Gruppo opera ” - prosegue **Antonio Baravalle** – “I primi mesi del 2021, seppur incoraggianti, si sono dimostrati ancora complessi, e siamo certi di avere la solidità e la determinazione per affrontare le sfide che ci attendono e perseguire la crescita del nostro Gruppo, sostenuta da solide risorse, da una strategia coerente e dalle competenze delle nostre persone.”*

Il Gruppo Lavazza, infine, si conferma anche nel 2021 tra i **Top Employers italiani**, grazie a un percorso di miglioramento continuo con al centro le persone e alla costante ricerca dell'eccellenza nei processi e nelle strategie legate alla gestione delle risorse umane.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 140 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 70% dei ricavi realizzato all'estero e impiegando complessivamente oltre 4 mila persone. Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la canadese Kicking Horse Coffee (2017), l'italiana Nims (2017) e il business dell'australiana Blue Pod Coffee Co. (2018). Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi nel settore dell'Office Coffee Service (OCS) e del Vending.

Per maggiori informazioni visita il sito www.lavazzagroup.com e segui @LavazzaGroup su Twitter.

Per ulteriori informazioni

IMAGE BUILDING

Simona Raffaelli: 335.1245191

Giulia Rampinelli: 331.5741385

Emilia Pezzini: 331.1787169

E-mail: lavazza@imagebuilding.it

UFFICIO STAMPA LAVAZZA GROUP

Marilù Brancato | marilu.brancato@lavazza.com

Edoardo Fulio Bragoni | edoardo.fuliobragoni@lavazza.com

+39 011 234 8377

BCW

Alberto Bottalico | alberto.bottalico@bcw-global.com

Ph: 3497665887

Alessandra Ciuccarelli | alessandra.ciuccarelli@bcw-global.com

Ph: 347.9773585