



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

GROUPE LAVAZZA : LA CROISSANCE CONTINUE DANS LA LIGNÉE DE NOTRE STRATÉGIE D'ENTREPRISE.

Les états financiers consolidés au 31 décembre 2023 ont été approuvés avec une croissance des recettes de 13 % par rapport à l'année précédente ; ayant fait le choix de protéger le consommateur, la rentabilité de son côté recule à cause de l'impact provoqué par la hausse du coût des matières premières.

Turin, 27 mars 2024 – Le conseil d'administration du Groupe Lavazza a approuvé **les États financiers consolidés au 31 décembre 2023** et en communique les principaux indicateurs financiers.

« L'année 2023 a été marquée par un scénario macroéconomique très complexe pour le secteur en raison de la forte augmentation en coût des matières premières, avec une cotation record pour le café vert, notamment en ce qui concerne la qualité Robusta. Malgré cela, nous avons choisi de limiter la hausse des prix de nos produits pour protéger les consommateurs, en maintenant les volumes mais en sacrifiant notre rentabilité. En tout état de cause, la solidité financière du Groupe Lavazza nous a permis de saisir d'importantes opportunités de marché et également de nous développer par des voies transversales, comme avec l'acquisition de la société française MaxiCoffee, atteignant un nouveau record de recettes de plus de trois milliards d'euros » – a commenté Antonio Baravalle, PDG du Groupe Lavazza. « L'un de nos atouts est notre capacité à nous diversifier, en opérant selon une stratégie de croissance qui nous garantit une présence significative dans différentes zones géographiques et secteurs. Nous continuerons à examiner le marché international et à évaluer les investissements stratégiques et synergiques qui peuvent contribuer à notre développement à long terme, en enrichissant notre capacité compétitive et en renforçant notre présence sur les marchés mondiaux. »

En 2023, le Groupe Lavazza a été confronté à des défis importants : en continuité avec 2022, l'année 2023 aussi a été caractérisée par l'augmentation du coût du café vert, notamment pour la qualité Robusta, qui a atteint ses plus hauts niveaux pendant l'exercice, touchant presque les 3 200 \$/tonne, avec une persistance des cotations très élevées encore en cours.

Comme prévu, les taux d'inflation atteints sur tous les marchés ont érodé et érodent encore le pouvoir d'achat des consommateurs. Cela a eu un impact significatif sur les volumes, **le marché du café se contractant d'environ 3 % entre janvier et décembre 2023**. Malgré ces difficultés, le Groupe a souhaité protéger ses consommateurs, en maintenant une stratégie de prix abordables pour assurer une pénétration constante du marché et préserver sa clientèle, tout en continuant à investir pour s'inscrire dans une perspective de long terme. Cela a conduit, d'une part, à l'érosion de la marginalité ; d'autre part, à une amélioration de la performance du Groupe tant en valeur qu'en volume par rapport au marché, résultant en **une augmentation de sa part de marché de +0,3 point**.

En 2023, le Groupe a enregistré des **recettes de 3,1 milliards d'euros** avec une croissance de 13 % par rapport à 2022. L'acquisition de MaxiCoffee, qui a renforcé la présence internationale du Groupe Lavazza, a contribué à ce résultat.



Le chiffre d'affaires a enregistré une croissance stable et continue tant sur le segment Domicile que sur celui Hors-Domicile : plus précisément, la croissance a été de +28 % dans l'e-commerce par rapport à 2022.

La croissance du segment **Beans** (fèves) se poursuit, car cette année encore ce segment a montré qu'il était le plus dynamique du marché : en prenant en compte les 15 principales zones géographiques dans lesquelles le Groupe opère, il a enregistré en effet une croissance de marché de +6,6 % par rapport à 2022 et le Groupe Lavazza a gagné des parts de marché grâce à une **croissance de 9,1 % par rapport à 2022.**

Sur le segment **Single Serve** (capsules), grâce notamment à la finalisation du lancement de la gamme renouvelée de capsules *NCC*¹, le Groupe a connu une croissance en valeur de **+15,3 % par rapport à 2022** vis-à-vis d'un marché qui a plutôt progressé de 3 % par rapport à 2022, **gagnant ainsi des parts de marché.**

Au **niveau géographique**, le Groupe Lavazza a enregistré des taux de croissance des ventes en valeur dans le segment Retail sur tous les marchés, notamment aux **États-Unis** (+9,8 %), en **Pologne** (+21 %) et au **Royaume-Uni** (+8,6 %) ; l'**Italie** et la **France** également (les marchés les plus importants pour le Groupe) ont enregistré une augmentation respectivement de 6,3 % et 5,8 %.

L'EBITDA du Groupe s'élève à 263 millions d'euros, présentant une contraction par rapport aux 309 millions d'euros de 2022, avec une **marge d'EBITDA égale à 8,6 %**, contre 11,4 % en 2022. La stratégie du Groupe a été de limiter la hausse des prix à la consommation dans un contexte inflationniste, en absorbant une partie de l'augmentation des coûts dans ses marges.

L'EBIT a atteint 97 millions d'euros, en baisse par rapport à 160 millions d'euros en 2022.

Le bénéfice net s'est élevé à 68 millions d'euros, par rapport aux 95 millions d'euros de l'exercice précédent.

La **situation financière nette à fin 2023 est négative de 292 millions d'euros** et reflète des opérations extraordinaires, notamment l'acquisition de MaxiCoffee finalisée au cours de l'exercice 2023.

Le Groupe Lavazza a continué et continuera d'investir pour garantir une perspective à long terme. Un exemple concret est **l'acquisition de MaxiCoffee** en France, finalisée le 31 mars 2023, qui a permis de renforcer la présence internationale de la société. L'entreprise française s'adresse tant à des clients privés qu'à des activités commerciales à travers sa plateforme d'e-commerce, un réseau de 60 agences de vente dans toute la France, ses *Écoles du Café* et ses « Concept Stores ». La plateforme propose une variété de 8000 produits parmi plus de 350 marques différentes de café (en grains, moulu et en capsules), ainsi qu'une vaste gamme de machines à café, cafetières, moulins à café et accessoires. L'acquisition de MaxiCoffee a marqué une étape importante pour le Groupe Lavazza, qui s'engage à poursuivre son développement à travers des investissements stratégiques.

« Pour 2024, nous travaillons à faire face aux difficultés actuelles et anticiper un retour à des conditions plus favorables, avec pour objectif principal de redresser l'EBITDA. Les sacrifices consentis au cours des années précédentes, la base solide de consommateurs et de clients que nous avons maintenue et l'accent continu sur la gestion financière et opérationnelle contribueront à l'obtention de ce résultat » – ajoute Antonio Baravalle, PDG du Groupe Lavazza.

¹ *NCC : capsules en aluminium compatibles avec les machines Nespresso Original. Lavazza n'est pas affilié, ni promu ni sponsorisé par Nespresso.*



Lavazza considère le capital humain comme la ressource principale pour un chemin de développement durable et à long terme pour un Groupe de plus en plus mondialisé, et continuera à investir dans les personnes afin de promouvoir un climat de travail positif, productif et inclusif. **En 2023, les effectifs du Groupe ont dépassé les 5 500 personnes dans le monde**, dont près de 70 % dans des filiales étrangères.

*« Toujours tournés vers l'avenir, nous avons décidé d'accorder une fois de plus une attention particulière à notre personnel, comme le démontre entre autres l'importante et généralisée révision des salaires de 2023 en réponse à l'inflation et la mise à disposition d'une moyenne de plus de 3 000 euros comme prime de production basée sur des objectifs pour les employé-e-s de nos établissements italiens. De plus, notre engagement en faveur de la promotion de la diversité, de l'équité et de l'inclusion se poursuit à travers le programme **Gap Free** : un chemin de transformation culturelle pour la valorisation de la diversité et la promotion d'opportunités plus justes pour toutes et tous. Les certifications obtenues dans ce domaine sont très importantes pour nous et nous encouragent à toujours faire mieux », commente le PDG du Groupe, Antonio Baravalle.*

À cet égard, le système incitatif de la prime de production vise non seulement à reconnaître l'engagement professionnel, mais à travers des objectifs définis en identifiant des indicateurs financiers et organisationnels, il vise également à être un outil de **participation directe et responsable de toutes les personnes à notre stratégie d'entreprise, à moyen et à long terme**, une stratégie communiquée et partagée dans le but d'impliquer chaque employé(e) à atteindre nos objectifs communs.

Dans le domaine EDI (Équité, Diversité et Inclusion), le Groupe a obtenu en 2023 la **reconnaissance du premier niveau de certification EDGE** (Edge Assess) en Italie, fondamentale avant tout pour soutenir une analyse interne objective et comparable en matière d'égalité des sexes dans les établissements italiens, mais aussi pour adopter un outil interne de mesure de l'écart salarial entre hommes et femmes reconnu, précis et reproductible dans les filiales, et enfin, pour identifier les domaines d'intervention spécifiques qui ont constitué un point de départ pour l'élaboration d'un plan d'action à court-moyen terme et sur lequel reposent de nombreuses actions mises en œuvre en 2023 et programmées pour 2024. À tout cela, début 2024, s'est ajoutée également la **Certification pour l'égalité des genres selon l'Uni PDR 125 : 2022**.

Le Groupe Lavazza intègre les **principes ESG** dans son modèle économique. En juin 2024, en continuité avec les années précédentes, il publiera le dixième **Rapport de durabilité** élaboré sur une base volontaire, conformément aux normes de la Global Reporting Initiative, qui indique les principaux critères de référence au niveau international pour le reporting des performances en matière de développement durable, et qui est soumis à révision par une société d'assurance externe.

En 2023, le premier « **Center for Circular Economy in Coffee** » a été inauguré à Turin, soutenu par la **Fondation Lavazza** avec un réseau mondial de partenaires, qui vise à soutenir et à mettre en valeur les principes de l'économie circulaire, à accélérer la transition durable et à promouvoir l'innovation dans l'univers du café.

Pour de plus amples informations : www.lavazzagroup.com



À propos du Groupe Lavazza

Lavazza, fondée à Turin en 1895, est une entreprise italienne de café appartenant à la famille du même nom depuis quatre générations. Aujourd'hui, le groupe est l'un des principaux acteurs de la scène internationale du café, avec un portefeuille de marques leaders sur le marché telles que Lavazza, Carte Noire, Merrild et Kicking Horse. Il est actif sur tous les secteurs d'activité et présent sur 140 marchés, avec 8 usines de production dans 5 pays et près de 5 500 collaborateurs dans le monde. Sa présence à l'international est le résultat d'un parcours de croissance qui dure depuis plus de 125 ans. Les plus de 30 milliards de tasses de café Lavazza produites chaque année témoignent de ce succès historique, continuant à offrir le meilleur café possible sous toutes ses formes, en prenant soin de chaque aspect de la chaîne d'approvisionnement, de la matière première à la tasse.

Le Groupe Lavazza a révolutionné la culture du café grâce à son investissement continu dans la recherche et le développement : de l'intuition qui a marqué le premier succès de l'entreprise – l'assemblage de café - au développement de solutions d'emballage innovantes ; du premier espresso bu dans l'espace aux dizaines de brevets industriels développés. L'aptitude à être en avance sur son temps se reflète également dans l'attention portée au développement durable - économique, sociale et environnementale - qui a toujours été considéré comme un axe de référence pour orienter la stratégie de l'entreprise. "Awakening a better world every morning" ("Réveiller un monde meilleur chaque matin"), tel est l'objectif du groupe Lavazza, qui vise à créer de la valeur durable pour les actionnaires, les employés, les consommateurs et les communautés dans lesquelles il opère, en combinant compétitivité ainsi que responsabilité sociale et environnementale.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.lavazzagroup.com.