

Per Lavazza crescita del 16% ma pesa il caro materie prime

Alimentare/1

**Ricavi a 3,9 miliardi nel 2025
Sul bilancio anche le variabili
legate a energia e dazi**

**Il ceo Baravalle: «In Nord
America indipendenti dal
punto di vista industriale»**

Filomena Greco

TORINO

Un anno di ricavi in crescita, del 15,7%, a valore e non a volumi, con il prezzo della materia prima caffè in forte aumento dal 2021, i rincari su gas e carburanti e la variabile dei dazi imposta dall'amministrazione Trump. Il Gruppo Lavazza sfiora nel 2025 i 4 miliardi di ricavi (3,9 miliardi), il doppio rispetto al risultato del 2016, anno di acquisizione della francese Carte Noire, seguita da Merrild (Danimarca) e Kicking Horse Coffee (Canada). «L'anno scorso - analizza il ceo Antonio Baravalle - abbiamo assorbito 660 milioni di costi aggiuntivi, in prevalenza per l'acquisto di caffè verde, mentre i dazi americani ci sono costati 15 milioni». In questo contesto il gruppo ha mantenuto alta l'attenzione sul tema della gestione dei costi e ha accelerato il piano, già avviato, per aumentare la capacità produttiva negli Usa per il mercato nordamericano.

Dagennaio 2021 fino ai primi mesi del 2025, il caffè Arabica ha subito rialzi del +230%, mentre la qualità Robusta del +325%. Le dinamiche sul prezzo della materia prima riducono la marginalità - Ebitda margin pari a 8,8% rispetto al 9,3% del 2024 - ma gli sforzi del gruppo su gestione dei costi ed efficienza garantiscono un Ebitda a 340 milioni, +8,8% rispetto ai 312 milioni

no scorso, e la posizione finanziaria netta, negativa per 432 milioni rispetto ai 511 dell'anno prima. Dopo il calo del 3,5% a volume del mercato del caffè globale nel biennio 2023-2024, i volumi sono scesi ancora nel 2025 del 2,4%. «Abbiamo protetto il valore - spiega Baravalle - pagando anche un prezzo sulla marginalità che resta distante dall'11% che avevamo prima di questi anni di "tempesta perfetta" e che rappresenta il target auspicabile per il settore». La dinamica del 2025, analizza, ha permesso di generare più cassa «grazie al lavoro certosino sulla filiera attraverso un progetto interno per la difesa del working capital, con una gestione attenta di magazzini, caffè verde e prodotto finito, un processo che ci ha permesso di togliere 40 giorni medi



**ANTONIO
BARAVALLE**
Ceo del Gruppo
Lavazza

I NUMERI

8,8%

Marginalità sotto stress

In calo l'Ebitda margin rispetto al 9,3% del 2024, colpa dell'aumento dei costi per la materia prima caffè e in generale per il calo medio di volumi registrato sul mercato globale. Da gennaio 2021 fino ai primi mesi del 2025, il caffè Arabica ha subito rialzi del +230%, mentre la qualità Robusta del +325%. Dopo il calo del 3,5%

dal ciclo di lavorazione, generando cassa in un momento complesso».

Sul fronte dei mercati, difficile la situazione in Europa, con la Francia ad esempio che registra cali nei volumi intorno al 16%, mentre negli Usa il fatturato cresce del 26%. «Un chilo di caffè venduto negli Usa - ragiona Baravalle - equivale a due chili e mezzo venduti in Europa perché c'è una catena del valore che premia il prodotto, sia in tazza che in capsula, e moltiplica il prezzo di quasi tre volte». Sul mercato americano Lavazza sta spingendo, con l'impegno di accelerare il piano di rafforzamento della capacità produttiva negli States, in particolare nello stabilimento di West Chester, in Pennsylvania - uno degli otto stabilimenti del gruppo accanto ai tre principali in Italia e agli altri, in Francia, Canada e Uk, collegati all'acquisizione di brand esteri - che a oggi garantisce la copertura del 50% del fabbisogno del mercato americano. «L'obiettivo è di arrivare negli Usa ad essere indipendenti, dal punto di vista industriale, per il mercato locale».

L'anno scorso Lavazza ha lanciato l'Opa per il 49% di Ivs, con una call che riconosce al gruppo la possibilità di esercizio delle opzioni per rilevare l'intero asset a partire dal 2027. Un anno e mezzo fa è stata la volta di Maxi Coffee. «Su M&A non ci sono novità. Su Ivs abbiamo opzione ma stiamo ancora valutando se esercitarla o no». Quanto invece al potenziale interesse da parte di Lavazza per la tedesca Dallmayr, la risposta di Baravalle è netta: «Il dossier non esiste, c'è grande rispetto per la famiglia Dallmayr e per il brand ma non ci sono ipotesi concrete». A settembre, il gruppo ha riorganizzato la governance con un focus sulla digital transformation. «Abbiamo deciso di creare una funzione che ambisce a diventare orizzontale e trasversale - spiega Baravalle - e di investire su una super talent come Francesca

del 2024, Ebit pari a 157 milioni, rispetto ai 130 milioni dell'esercizio 2024, e una generazione di cassa che ha migliorato l'utile, da 82 a 92 milioni l'an-

a volume del mercato del caffè globale nel biennio 2023-2024.

Scarpa come chief digital transformation officer, per creare un'intelligenza interna su data management».

© RIPRODUZIONE RISERVATA