**Avec l’acquisition de Carte Noire, Lavazza fait de la France son 2ème marché après l’Italie**

*À l’issue du closing de l’opération signé le 29 février dernier, Antonio Baravalle, administrateur délégué du groupe Lavazza, a présenté à Paris la stratégie France réaffirmant ainsi sa volonté de continuer à investir dans la croissance. admiinoé le 29 février dernier.Les n on the firm'rt aux interventions des chercheurs outilssultats en résultats.ne client, knoEn 2015, le chiffre d'affaires du Groupe augmente de 8% et dépasse 1,4 milliard d'euros.*

Paris, le 10 mars 2016 – Avec le rachat de **Carte Noire**, leader sur le marché du café en France, **Lavazza** franchit une étape importante dans sa stratégie de croissance internationale, avec l’objectif de jouer un rôle majeur parmi les grands leaders du secteur, au moment où le marché du café se consolide.

La finalisation de l'accord avec le groupe Jacobs Douwe Egberts (JDE), est intervenue le 29 février dernier, après l’approbation de la part de l'Autorité française de la concurrence et de la Commission européenne et au terme du processus d'information et de consultation des organismes compétents de représentation des salariés.

Lavazza a été assistée par JP Morgan en tant que conseiller financier, Boston Consulting Group en tant que conseiller stratégique et Cleary Gottlieb Steen & Hamilton en tant que conseiller juridique. L’opération a été financée à moyen terme, pour un montant de 400 millions d'euros, par un pool de quatre banques (club deal) composé de Intesa Sanpaolo, Bnl-Bnp Paribas, Rabobank et Unicredit. L’opération de financement a été finalisée avec le support de Rotschild en tant que conseiller financier et de Clifford Chance en tant que conseiller juridique.

L’acquisition a pour objet les marques et les activités de Carte Noire au sein de l'Espace économique européen (EEE, composé des 28 États membres de l'Union, plus l'Islande, le Liechtenstein et la Norvège). Elle concerne le café moulu et en grain, les dosettes souples, les capsules compatibles Nespresso. L'accord inclut également la licence de la marque Senseo en Autriche pendant cinq ans pour les dosettes souples et les capsules compatibles Nespresso. Sont exclus de l'accord les capsules Tassimo et - pour les deux premières années seulement - le café instantané et les produits du canal hors domicile. Le périmètre de l’opération comprend aussi le site de production de Lavérune, situé en Languedoc-Roussillon Midi-Pyrénées. L’usine continuera à fabriquer les produits Carte Noire concernés par l’accord et fera donc partie intégrante du dispositif de production mondial de la société.

*« L’acquisition de Carte Noire par Lavazza unit deux entreprises semblables par leur histoire, leur réputation et leur culture de la qualité* », a commenté **Antonio Baravalle**, **l'Administrateur délégué de Lavazza**. *« De plus, la complémentarité de leurs segments respectifs en France - Lavazza figure parmi les marques leader sur le marché hors domicile et Carte Noire domine la consommation domestique - ouvre la voie à de grands potentiels de développement*».

Avec une part de marché de 20% sur le segment détail (*en volume*, *source Nielsen*), Carte Noire est le rachat le plus important des acquisitions récentes du groupe. En 2015, le groupe a accueilli à son sein la marque Merrild - leader historique au Danemark et aux pays Baltes - et en fin de d’année, l'ensemble des activités de distribution en Australie - un pays où la société détient déjà une part de marché importante et où le groupe a créé une nouvelle filiale.

«*Cela fait longtemps que nous œuvrons à notre* expansion », a précisé Baravalle. « *Outre les récents rachats, nous avons investi fortement dans tous les domaines à hauteur de plus d’un milliard d’euros : avec le profond renouvellement de nos sites industriels, d’importants investissements en marketing, communication et innovation, ainsi que la réalisation toujours en cours de notre nouveau siège à Turin* ».

« Dans ce processus de consolidation, notre objectif est d'atteindre une dimension qui nous permette de jouer un rôle de plus en plus central sur le marché, tout en conservant notre identité et nos valeurs. Notre ambition est de créer un groupe mondial et indépendant, spécialisé dans le café et prêt à affronter la concurrence internationale », a ajouté l’administrateur délégué de Lavazza. Une taille critique évaluée à 2 milliards de chiffre d'affaires, dont plus de 70% réalisés hors Italie.

Un objectif qui ne semble pas si loin que cela si l'on considère qu'au cours de ces 5 dernières années, le taux de croissance annuel (CAGR) a été de 5% et ce, malgré une conjoncture difficile. En 2015, le chiffre d'affaires du groupe a dépassé 1,4 milliard d'euros, soit une croissance de 8%. Grâce à la croissance interne et à la contribution des nouvelles sociétés, le groupe prévoit d’atteindre, dès 2016, un chiffre d'affaires de 1,7 milliard d'euros. Parallèlement, le groupe accélère son internationalisation avec 55% de son chiffre d'affaires réalisé à l'étranger en 2015 - grâce en particulier à la contribution de pays-clé tels que l'Allemagne (+11%), les États-Unis (+20%), la Grande-Bretagne (+19%) et la France (+10%). En 2016, le chiffre d’affaires réalisé à l’international devrait atteindre 65%.

Fort de 120 ans d'histoire, Lavazza dispose de tous les atouts pour jouer un rôle de premier plan dans un marché mondial de plus en plus compétitif et en phase de consolidation. C'est ce qu'ont tenu à souligner également les deux **Vice-Présidents du groupe**: « *Nous sommes satisfaits de ce rachat, que nous n'hésitons pas à définir comme 'un mariage parfait', et qui renforce aujourd'hui tout le groupe* », a commenté **Giuseppe Lavazza**. « *Cette opération fait de la France, le pays où nous avons initié notre processus d'expansion à l'international en 1982, notre deuxième marché après l'Italie. En chiffres, cela représente 500 collaborateurs et une contribution attendue* d’environ 20% au chiffre d'affaires total du groupe pour l'année en cours ».

« *La stratégie de croissance que nous menons prévoit également d'importants investissements en recherche et développement, un élément essentiel de notre succès* », asouligné **Marco Lavazza**. « *Nous déployons nos efforts pour améliorer constamment la qualité de nos produits et de nos processus - tout en portant une grande attention au développement durable, un élément indispensable pour le développement industriel du futur* ».

La fonction de Président et Administrateur délégué de Carte Noire SaS est confiée à Vincent Flouquet, jusqu’ici Directeur commercial au sein de Mondelēz International.

**Lavazza**

*Fondée à Turin en 1895, Lavazza est une entreprise gérée depuis quatre générations par la famille du même nom. Sixième dans le classement des torréfacteurs de café dans le monde, le Groupe est présent dans plus de 90 pays du monde à travers un réseau de distributeurs et d’associés et exporte 55% de sa production. Lavazza compte au total environ 3 000 employés, après l’acquisition de Carte Noire, et a un chiffre d'affaires de plus de 1,4 milliard d’euros (estimation 2015).  Lavazza a inventé, à ses débuts, le concept de mélange, l’art d’associer différentes types et origines géographiques de café qui, aujourd’hui encore, caractérise tous ses produits. Première entreprise italienne à travailler sur des systèmes espresso à capsules, Lavazza s'appuie en outre sur plus de 25 ans de tradition dans le secteur de la production et de la commercialisation de systèmes et de produits pour le café à capsule Lavazza est présente dans tous les segments de marché (domicile, hors domicile et bureau) et ne cesse de miser sur l'innovation en termes de technologies et de systèmes de consommation. Lavazza a su développer la notoriété de sa marque à travers d'importants partenariats parfaitement cohérents avec sa stratégie d'internationalisation, comme par exemple, dans le monde du sport, avec les tournois de tennis du Grand Chelem et, dans le domaine de l'art et de la culture, avec des musées prestigieux tels que le Guggenheim Museum de New-York aux États-Unis et les musées municipaux de Venise (Musei Civici).*

**Carte Noire**

*Créée en 1978 par René Monnier, Carte Noire a été la première société à introduire - sur un marché dominé par le Robusta - un café 100% Arabica. Poursuivant sur la voie de l'innovation, l'entreprise française lance les dosettes souples en 2003 et les capsules compatibles avec les machines Nespresso en 2013. Grâce à un usage judicieux de son identité basée sur les couleurs noir, blanc et or, la société - qui détient aujourd'hui 20% des parts du marché de détail s'est rapidement imposée comme synonyme de café haut de gamme. Carte Noire fait partie du groupe Lavazza depuis le 29 février 2016 et compte 300 collaborateurs répartis entre le siège de Paris et le site de production de Lavérune, situé en Languedoc-Rousillon Midi-Pyrénées.*

**Merrild**

*Merrild est la marque de café leader du secteur de détail au Danemark et aux pays Baltes, fondée en 1964 par l'entrepreneur Møller Merrild, qui créa le premier mélange de café baptisé Merrild 103. La part de marché de la société au Danemark est d'environ 25% du secteur de détail. Merrild fait partie du groupe Lavazza depuis le 30 septembre 2015 et possède une structure d'environ 50 salariés.*

**Lavazza Australie<**

*Lavazza est présente en Australie - un des marchés clés de la stratégie d'expansion internationale poursuivie par la société - depuis plus de 30 ans. En septembre 2015, le Groupe a racheté l'activité de distribution des produits Lavazza à son partenaire local et a créé une nouvelle filiale à Melbourne. Lavazza détient actuellement environ 16% de parts de marché sur le segment de détail.*

**Historique des récents rachats Lavazza.**

* *Le 5 mai 2015, D.E Master Blenders et Mondelēz International reçoivent l'approbation conditionnelle de la part de la Commission européenne pour la création du groupe JACOBS DOUWE EGBERTS (JDE). L'approbation de la Commission était subordonnée à la cession des marques Carte Noire et Merrild dans l'Espace Économique Européen (EEE) et la cession en licence de la marque Senseo à des tiers en Autriche.*
* *Le 22 juillet 2015, Lavazza présente une offre contraignante à DJE pour le rachat des activités Carte Noire dans l'Espace Économique Européen).*
* *Le 1 septembre 2015, Lavazza rachète les activités de distribution en Australie, un pays où elle possède une part de marché importante, et y fonde par la suite une filiale.*
* *Le 30 septembre 2015, Lavazza rachète à JDE la marque et les activités Merrild concernant le café en grains et moulu, à l'exception du segment hors domicile, pour lequel JDE s'engage à utiliser une nouvelle marque dans un délai d’un an.*
* *Le 29 février 2016, Lavazza rachète les marques et les activités Carte Noire au sein de l'Espace Économique Européen. Le rachat comprend le café moulu et en grain, les dosettes souples, les capsules compatibles Nespresso et la licence de la marque Senseo en Autriche pendant cinq ans pour les dosettes souples et les capsules compatibles Nespresso. Sont exclus de l'accord les capsules Tassimo et - pour les deux premières années seulement - le café instantané et les produits pour le segment hors domicile, pour lesquels JDE s’engage à utiliser une nouvelle marque dans les mêmes délais.*