



TORINO, ITALIA, 1895

GROUPE LAVAZZA: UNE ANNÉE RECORD EN 2016,
AVEC LA CONTRIBUTION DE L'ACQUISITION DE CARTE NOIRE ET MERRILD

- **Chiffre d'affaires : 1,9 milliard d'euros (+29% par rapport à 2015)**
- **EBIT: 61,7 millions d'euros (+34,1%)**
- **60,3% du chiffre d'affaire généré sur les marchés internationaux (52,8% en 2015)**

Lavérune, le 16 mai 2017 – Le Groupe Lavazza a présenté ce jour les résultats financiers au 31 décembre 2016, à l'issue de l'approbation du compte de résultat et du bilan consolidé de la société par le Conseil d'Administration.

Les produits consolidés, selon les normes italiennes GAAP comprenant les résultats de Carte Noire sur 10 mois se sont élevés à 1,9 milliard d'euros, en hausse de 29% par rapport à l'année précédente. Cette augmentation est imputable à une croissance organique de 4%, nettement supérieure à la croissance moyenne du marché qui a été de 2%. Cette forte accélération est aussi le résultat des acquisitions qui, avec celle de Carte Noire, ont permis d'intégrer Merrild au Danemark et Lavazza Australia au périmètre Lavazza, au cours des deux dernières années.

La part des marchés extérieurs au sein du Groupe augmente à un rythme soutenu et a atteint 60,3% du chiffre d'affaires (vs 52,8% dans l'exercice 2015) grâce, notamment, à la contribution de la France. À ce jour, le pays tremplin de l'expansion internationale de Lavazza depuis 1982 représente, à l'issue du rachat de Carte Noire, le deuxième marché pour le groupe après l'Italie avec un pôle de 500 collaborateurs et un chiffre d'affaires correspondant à 20% du chiffre d'affaires global du groupe en 2016.

"2016 a été une année extraordinaire pour Lavazza. L'acquisition de Carte Noire nous a permis d'amorcer un parcours de développement du Groupe à l'international qui a pour but de renforcer notre indépendance et compétitivité au niveau global," a commenté Antonio Baravalle, Administrateur Délégué de Lavazza. "Les résultats confirment le succès de l'intégration de Carte Noire au sein de notre groupe grâce à la forte complémentarité entre les deux marques sur les marchés hors domicile et le marché du café retail. En 2017 nous souhaitons renforcer notre positionnement de leader sur le marché du café avec notre caractéristique de producteur premium italien. Avec une forte capacité de croissance organique nous nous sommes fixés l'objectif d'atteindre à horizon 2020 un chiffre d'affaires évalué à 2,200 milliards.

Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est élevé à 61,7 millions d'euros, en augmentation de 34,1% par rapport au résultat de l'exercice précédent (46 millions d'euros). Du point de vue de l'incidence relative sur les ventes la marge est essentiellement alignée à celle de l'exercice précédent. À périmètre égal, l'Ebit 2016 a augmenté de plus de 54% par rapport à l'année précédente.

Le bénéfice 2016, à hauteur de 82,2 millions d'euros, n'est pas comparable avec le résultat 2015 qui a bénéficié d'une plus-value de 822,8 millions d'euros générée par la cession de la participation dans Keurig Green Mountain. La situation financière nette s'est établie à 687,5 millions d'euros.



TORINO, ITALIA, 1895

Sur le marché italien, malgré une légère baisse de consommation de café pour la troisième année consécutive, Lavazza a gardé sa position de leader en augmentant son taux de pénétration de 41%. En particulier, le nouveau portefeuille produits et une stratégie de segmentation claire de l'offre selon les différentes typologies de clientèle ont permis d'introduire sur le marché d'importantes nouveautés qui répondent aux tendances de consommation actuellement relevées en Italie et sur la scène internationale.

Avec le rachat de Carte Noire, l'usine française de Lavérune, site clé pour Lavazza, l'usine de Lavérune constitue avec Settimo Torinese et Gattinara en Italie, le troisième pôle de production du Groupe où sont fabriqués l'ensemble de la production de Carte Noire. Lavazza a investi 16 millions d'euros pour moderniser et optimiser la capacité de production de l'usine notamment dans des lignes de production hi-tech.

*“Nous sommes une entreprise qui aime parler de son ‘héritage’, mais qui a en même temps une vocation d’avenir et la passion de l’excellence qui nous ont permis d’intégrer Carte Noire et Merrild en un temps record”, a affirmé **Marco Lavazza, vice président de Lavazza.** “Non seulement nous considérons l’acquisition comme un enrichissement, une double opportunité, où l’un complète l’autre en lui ouvrant de nouvelles perspectives, nous avons aussi partagé nos parcours d’innovation et nos technologies, nous avons investi sur nos collaborateurs et sur les processus pour une intégration rapide, efficace et satisfaisante pour tous.”*

Lavazza

Fondée à Turin en 1895, Lavazza est une entreprise italienne spécialisée dans la production de cafés, et dont la propriété revient depuis quatre générations à la famille qui porte son nom. Sixième dans le classement des torréfacteurs de café dans le monde, le Groupe est présent dans plus de 90 pays à travers un réseau de distributeurs et de filiales directes et il exporte 60% de sa production. Lavazza compte au total environ 3 000 employés, à la suite de l'acquisition de Carte Noire, et a un chiffre d'affaires de plus de 1,9 milliards d'euros en 2016. Lavazza a inventé, dès son origine, le concept du mélange, l'art d'associer différents types de cafés et d'origines géographiques diverses qui caractérise encore aujourd'hui la plupart de ses produits. Lavazza vante une tradition depuis 25 dans le secteur de la production et commercialisation des systèmes et produits pour le café en capsules, qui lui ont permis de s'imposer en tant que première entreprise italienne dans le secteur des systèmes à capsule monodose espresso. Elle est présente dans tous les segments de marché : à domicile, hors domicile et bureau, en gardant son focus sur l'innovation des technologies et des systèmes de consommation. Lavazza a su développer la notoriété de sa marque à travers d'importants partenariats absolument 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).