Giro di poltrone in Lavazza Group. Le nuove figure a riporto del ceo Antonio Baravalle

20250919123025max-nayman-3np-h4bf7pw-unsplash-55eb6861

Cambio organizzativo all'interno di Lavazza Group, che vede l'ingresso di nuove figure a diretto riporto del ceo Antonio Baravalle, volto a rafforzare la propria leadership nel settore. **Un nuovo capitolo che si basa su tre principi chiave**. Il primo è lo sviluppo dei brand, mirando a valorizzarne identità ed heritage in modo coordinato e coerente, rafforzandone posizionamento e presenza sui mercati. Il secondo riguarda l'innovazione dell'esperienza di prodotto, attraverso la ricerca e lo sviluppo continuo di soluzioni e servizi che rispondano alle esigenze dei consumatori, sempre più attenti a qualità e sostenibilità, per una maggiore fidelizzazione ai brand. Il terzo è la trasformazione digitale di processi e servizi aziendali e la data governance, per rendere l'organizzazione più agile e reattiva all'evoluzione tecnologica.

Un importante ingresso nel Gruppo è quello di **Paola Francesca Scarpa, che ricopre il ruolo di Chief Digital Transformation Officer**. La nuova Funzione Digital Transformation ha la missione di guidare la trasformazione digitale dell'intero Gruppo, dai processi ai prodotti e servizi, con un focus sull'adozione di tecnologie avanzate come l'AI. Scarpa è laureata in Ingegneria presso il Politecnico di Milano, ha iniziato la sua carriera in consulenza per poi entrare in Vodafone e successivamente in Google dove ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità e da ultimo quello di Managing Director Client Solutions, Data & Insights. Negli ultimi tre anni ha ricoperto il ruolo di Managing Director & Partner in Boston Consulting Group, dove ha coordinato progetti di digital transformation con particolare focus su strategie data-driven, AI e GenAI.

Carlo Colpo, dal 2016 nel Gruppo Lavazza, assume il ruolo di Chief Marketing Officer, subentrando a Sergio Cravero, che rimane nel Gruppo come consulente strategico del CEO. In precedenza, Colpo ha ricoperto i ruoli di Marketing Communication Director e Brand Home Director. Il nuovo perimetro organizzativo della Funzione Marketing include Brand Home, Brand Away from Home, Marketing Communication, Retailing, Training Center e Business Intelligence & Consumer

Insight con il compito di definire e sviluppare la strategia di posizionamento dei brand del Gruppo a livello globale.

Pietro Mazzà è stato nominato Chief Innovation, Sustainability & Institutional Relations Officer, e guida la Funzione Innovation, Sustainability & Institutional Relations. Questa area ha l'obiettivo di accelerare lo sviluppo prodotto, l'innovazione e la sostenibilità, oltre a gestire le relazioni istituzionali e la reputazione aziendale. Precedentemente Mazzà, in azienda dal 2015, ricopriva il ruolo di Regional Director France & Benelux, e General Manager di Lavazza France e di Carte Noire SAS all'interno del Gruppo Lavazza. Questa funzione è ora affidata a Massimo Pepe, precedentemente Regional Director UK & Nordics. Emanuele Pellegrino, in Lavazza da oltre 6 anni, in precedente ruolo come Group Commercial Strategy, Business Development and International Key Accounts Director, assume a sua volta il ruolo di Regional Director UK & Nordics.

Mario Cerutti, già Chief Institutional Relations & Sustainability Officer, prosegue la collaborazione dedicandosi alla Fondazione Lavazza in qualità di **Segretario Generale**.