Essse Caffè supera per la prima volta i 50 milioni di ricavi

20260226142834ec

Chiusura d'anno con il botto per Essse Caffè, che chiude il 2025 superando (per la prima volta) i 50 milioni di euro di fatturato. Per la precisione i ricavi si sono attestati a 52,5 milioni di euro (+16,5% rispetto al 2024), con un Ebitda adjusted al 15%, in miglioramento rispetto al 2024. In un contesto di mercato ancora attraversato da forti tensioni sui costi delle materie prime - caffè in primis - e da una competizione sempre più selettiva, l'incremento dei ricavi ha interessato in maniera armonica tutti i principali canali. L'Horeca Italia registra un +15%, confermandosi pilastro strategico per la torrefazione; il Vending e OCS Italia crescono del +12%, mentre l'Estero segna un significativo +23,5%, a testimonianza di una presenza internazionale sempre più strutturata e dinamica.

Il 2025 - si legge in un anota dell'azienda bolognese - è stato caratterizzato da un ulteriore aumento dei costi del caffè crudo, con quotazioni elevate e instabilità legate a fattori climatici, logistici e geopolitici. In questo scenario, Essse Caffè, che ha recentemente partecipato all'ultima edizione di Sigep, ha scelto una linea di responsabilità verso i propri clienti: non ribaltare integralmente a valle gli aumenti, assorbendone internamente la maggior parte. Una decisione che ha richiesto rigore gestionale ed efficienza operativa, ma che ha rafforzato il posizionamento dell'azienda come partner affidabile in un panorama in cui parte della concorrenza mostra segnali di indebolimento. La solidità finanziaria e la capacità di mantenere una marginalità superiore all'anno precedente confermano la bontà delle strategie adottate.

Il superamento dei 50 milioni rappresenta una pietra miliare nella storia della torrefazione fondata nel 1979 dalla famiglia Segafredo, ma non un punto di arrivo. L'obiettivo dichiarato è proseguire nel percorso di crescita nei prossimi anni, con un'espansione in nuove aree geografiche e un ulteriore rafforzamento dei mercati già presidiati. Al centro rimane la costanza qualitativa che contraddistingue il marchio: selezione attenta delle origini, tostatura meticolosa, controllo rigoroso dei processi. Anche in un contesto di costi record, la qualità non diventa variabile di aggiustamento, ma fondamento identitario.