



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

INDICE

Lettera ai nostri stakeholder	03
Executive summary	05

Capitolo 01: la nostra identità 09

01.1 Missione, visione e valori - illycaffè Società Benefit	10
01.2 illycaffè in un'istantanea	11
01.2.1 La storia di illycaffè	12
01.2.2 Corporate governance e assetto organizzativo	16
01.2.3 Fare impresa in modo trasparente	16
01.3 Un contesto in mutamento	18
01.3.1 Rischi ed opportunità	19
01.3.2 Le sfide di illycaffè	20
01.4 Il modello illycaffè	22
01.5 Strategia e governo della sostenibilità	23
01.5.1 Politica di Sostenibilità 2030	24
01.6 Dialogo con gli stakeholder & analisi di materialità	25
01.6.1 Perimetro degli impatti	28
01.7 Gli approcci chiave della catena del valore	30
01.7.1 Il modello di illycaffè per una filiera sostenibile	30
01.7.2 Controllo di filiera e trasferimento di conoscenze	32
01.7.3 Fornitori di beni e servizi	34
01.7.4 Logistica e vendita	36

Capitolo 02: i capitali 37

Il modello per capitali e l'organismo-azienda 38

Capitolo 02.1: capitale finanziario 39

02.1 Capitale finanziario	41
02.1.1 I risultati economici	41

Capitolo 02.2: capitale produttivo 45

02.2.1 Qualità e sicurezza dei prodotti illy	47
02.2.2 Approvvigionamento e lavorazione della materia prima	48
02.2.3 Sistemi di gestione e certificazione	49
02.2.4 Network illycaffè	51

Capitolo 02.3: capitale intellettuale 53

02.3.1 Innovazione & ricerca	55
02.3.2 Università del Caffè	62

Capitolo 02.4: capitale umano 64

02.4.1 Le persone di illycaffè	66
02.4.2 Occupazione	67
02.4.3 Pari opportunità, inclusione e rispetto dei diritti umani	70
02.4.4 Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro	71
02.4.5 Comunicazione interna e welfare aziendale	72
02.4.6 Formazione e sviluppo del capitale umano	73

Capitolo 02.5: capitale relazionale 75

02.5.1 Il valore della comunità e del territorio	77
02.5.2 Arte, estetica e cultura	79
02.5.3 Fondazione Ernesto Illy	81
02.5.4 illycaffè e i clienti	84
02.5.5 Creazione di valore per i clienti	85
02.5.6 Ascolto e soddisfazione del cliente	87
02.5.7 Comunicazione e informazione responsabile	88

Capitolo 02.6: capitale naturale 89

02.6.1 Politica ambientale	91
02.6.2 Impegno ambientale	92
02.6.3 Materie prime	94
02.6.4 Energy Management	95
02.6.5 Water Management	97
02.6.6 Biodiversità	98
02.6.7 Emissioni in atmosfera	99
02.6.8 Gestione dei rifiuti	101
02.6.9 Smaltimento prodotti e pack riciclabili	102

Capitolo 03: standard 103

03.1 Nota metodologica	104
03.2 Tabella GRI	107
03.3 Assurance	110

Lettera ai nostri stakeholder

Tutte le aziende, nel tempo straordinario che stiamo vivendo, sono chiamate a dare un contributo sostanziale al benessere e alla felicità delle persone, alla resilienza e prosperità della comunità e a rigenerare i sistemi naturali. Questa responsabilità - intesa come l'imperativo di prendersi cura della società, con la stessa passione e competenza che è indispensabile dedicare all'attività d'impresa - è emersa nella sua piena magnitudo con la crisi da COVID19.

In realtà, questa è la filosofia che ci anima da sempre ed è la ragione per cui, nel 2019, abbiamo adottato lo status giuridico di Società Benefit. Non si tratta unicamente di una semplice scelta formale, significa credere e dimostrare che un modo diverso e più evoluto di fare business è possibile. Come Società Benefit, illycaffè ha formalizzato e reso esplicito nell'oggetto sociale del proprio Statuto l'impegno ad operare come stakeholder company: esistiamo per creare valore condiviso per tutti gli attori con cui il nostro lavoro si interseca.

Le imprese devono perseguire il proprio fatturato valutando e misurando correttamente il loro impatto sulle persone e sul pianeta. Una crescita sostenibile, a livello economico, sociale e ambientale, è per noi da sempre un chiaro imperativo.

Una tale concezione dell'impresa nella società è coerente con i nostri valori di qualità ed eccellenza. Queste non rimandano soltanto alle specifiche di un singolo prodotto o servizio, o al gradimento del fruitore finale; sono legate alla dimensione etica nella quale un bene viene realizzato, rispettando tutte le persone coinvolte lungo la filiera di lavoro, e l'ambiente in cui si opera.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le persone e le comunità con cui interagiamo sono la nostra priorità in ogni fase di pianificazione del lavoro: vogliamo favorire uno sviluppo sano e sostenibile delle società rurali fortemente legate al mondo del caffè. Abbiamo a cuore le persone che in illycaffè, ogni giorno, con entusiasmo e partecipazione rendono possibile un cammino di crescita virtuoso. Sappiamo che senza felicità e benessere delle persone, non può esserci una società sana e pronta per il futuro.

La sostenibilità per noi non è solo un impegno, è la chiave per l'unico sviluppo realmente possibile e duraturo. Siamo costantemente al lavoro per perfezionare pratiche e tecnologie che migliorino il nostro impatto sull'ambiente, investiamo in collaborazioni con laboratori e centri di ricerca.

Il Value Report 2019 esplicita i risultati – sociali, ambientali ed economici – che siamo riusciti a raggiungere nello scorso anno, ma anche le difficoltà che ancora incontriamo. Vogliamo raccontarvi gli impegni presi e le strategie messe in campo per concretizzarli, descrivendovi il nostro lavoro attraverso le sei forme di capitale: finanziario, produttivo, intellettuale, umano, relazionale e naturale.

Vogliamo condividere con voi l'impegno che ci rende orgogliosi e più felici.

Andrea Illy
Presidente

Massimiliano Pogliani
Amministratore Delegato



Executive Summary

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

illycaffè lavora lungo tutta la filiera per assicurare un'esperienza di qualità, eccellenza e bellezza e contribuire a **creare un sistema virtuoso in cui il caffè contribuisca al miglioramento della vita delle persone e degli ecosistemi**. Da **sempre illycaffè pensa e agisce come una stakeholder company** e nel 2019 questa vocazione è stata sancita nello statuto dell'azienda, attraverso **l'adozione dello status di Società Benefit**.

illycaffè si pone come obiettivo il miglioramento della qualità della vita dei propri stakeholder: i consumatori e i clienti, partner dell'azienda nel servire i consumatori; i talenti che collaborano con l'azienda con passione e professionalità, i fornitori che garantiscono un prodotto eccellente, le comunità con cui illycaffè entra in relazione e, infine, gli azionisti, che sostengono l'impresa.

Ed è proprio sul trasferimento dei concetti di **qualità sostenibile** che illy investe, formando una cultura imprenditoriale che pone al centro pratiche di approvvigionamento della materia prima responsabili e rispettose nei confronti di persone, comunità e ambiente; l'efficienza del servizio ai clienti del canale Ho.Re.Ca; servizi di assistenza e consulenza personalizzata ai gestori dei locali e i vantaggi esclusivi per gli amanti del caffè.



illycaffè ha sede a Trieste ed è guidata dalla terza e quarta generazione della famiglia Illy. Produce e vende in tutto il mondo un unico blend di caffè di alta qualità, composto al 100% da 9 diversi tipi di Arabica, selezionati in oltre 20 aree di produzione. Dall'equilibrio di queste componenti nasce l'inconfondibile gusto e aroma illy, sempre uguale in ogni tazzina. Il blend illy viene commercializzato in 144 Paesi nei 5 continenti e servito in oltre 100.000 esercizi pubblici. L'azienda opera sul mercato anche attraverso i punti vendita monomarca, 192 illy Caffè nelle più importanti città di 34 Paesi.

L'azienda orienta le proprie strategie verso un **modello di business sostenibile**, capace di determinare vantaggi competitivi per l'azienda, integrando obiettivi economico-reddituali con aspetti di natura sociale e ambientale.

illycaffè persegue la sostenibilità attraverso la condivisione del valore generato (sostenibilità economica), la crescita personale (sostenibilità sociale) e il rispetto per l'ecosistema (sostenibilità ambientale) per migliorare la qualità della vita di tutti i propri stakeholder e di tutti gli attori coinvolti nella propria filiera, contribuendo ai Sustainable Development Goals (SDG).

Nel 2019 illycaffè ha adottato lo status giuridico di Società Benefit dichiarando formalmente che un altro modo di fare business, migliore e più evoluto, è possibile quando gli obiettivi di business sono allineati con gli obiettivi di impatto positivo. Sono stati resi espliciti nell'oggetto sociale tre ambiti in particolare in cui l'azienda intende lavorare:

- **La catena responsabile del valore e dell'agricoltura sostenibile.**
- **L'aspirazione alla felicità e la qualità della vita.**
- **L'economia circolare e l'innovazione a beneficio del pianeta.**

La sostenibilità economica è stata confermata dai risultati ottenuti sia a livello reddituale che finanziario, migliorati rispetto all'anno precedente e che vedono un **fatturato pari a 520 milioni di euro** e un **valore economico distribuito di 491 milioni di euro** (+11,9% rispetto al 2018)¹.

Insieme alle istituzioni locali e alla Fondazione Ernesto Illy, l'azienda ha dato vita a numerosi progetti di supporto alle comunità del caffè in cui opera. Nel 2019 sono stati sviluppati progetti di educazione su buone pratiche ambientali, agricoltura integrata, riforestazione, piantumazione, trattamento delle acque reflue in Nicaragua, Honduras, Colombia e in Brasile. Degno di nota il progetto Casas de la Alegria, supportato dalla Fondazione Ernesto Illy in Costa Rica. Il progetto prevede la costruzione di centri di assistenza per i figli dei raccoglitori di caffè che lavorano lontano da casa e che portano con sé i figli. In queste case i bambini vengono accuditi e seguiti da personale qualificato, mentre i genitori lavorano.

Il circolo virtuoso della sostenibilità per illy nasce dalla tazzina di caffè per arrivare nei Paesi di origine della materia prima, con una strategia che poggia su quattro pilastri: lavorare direttamente coi produttori, trasferire loro conoscenza, remunerarli in modo tale da rendere sostenibile la produzione, creare un circolo di produttori illy.

Nel 2019 il protocollo di certificazione del processo di approvvigionamento del caffè ha visto un'importante evoluzione: è stato adottato un nuovo standard di sostenibilità, il "Sustainable Procurement Process" (SPP), sviluppato dall'ente di certificazione DNV GL come evoluzione della certificazione Responsible Supply Chain Process (RSCP, Responsible Supply Chain Process). Il nuovo standard prevede un approfondito monitoraggio dei fornitori della materia prima per assicurare la qualità del prodotto, la tutela dell'ambiente e il rispetto dei diritti dei lavoratori. Il coinvolgimento diretto dei produttori nei processi di verifica, il trasferimento di conoscenza e la formazione per risolvere criticità specifiche rilevate in campo e per sensibilizzare i lavoratori su temi rilevanti, sono alcune delle caratteristiche più salienti di questo processo.

La sostenibilità diventa un ingrediente fondamentale della strategia degli acquisti, caratterizzata dall'ampio dialogo con gli stakeholder della supply chain per perseguire in maniera proattiva programmi e obiettivi di miglioramento.

Qualità sostenibile significa anche realizzare prodotti che impattano quanto meno possibile sull'ambiente, anche nelle fasi d'uso e di smaltimento. Questo processo si rafforza attraverso la ricerca continua e l'innovazione tecnologica, attitudini della illycaffè fin dalla sua nascita. I principali ambiti di studio dell'azienda si concentrano sull'economia circolare, sulla valorizzazione dei materiali e la massimizzazione del recupero di rifiuti e scarti, sulle azioni per contrastare il cambiamento climatico.

L'attenzione per la qualità è combinata all'imprescindibile elemento della sicurezza. Tutti i prodotti rispettano le norme che disciplinano il settore agroalimentare e sono controllati da sofisticati sistemi e protocolli di verifica.

L'azienda monitora costantemente il proprio impatto ambientale, che gestisce applicando il principio del miglioramento continuo, progettando soluzioni e adottando approcci a lungo termine. Oltre all'impegno lungo la filiera, l'azienda si concentra sull'efficientamento energetico, sulla gestione dei rifiuti, sulla riduzione delle emissioni in atmosfera e sullo sviluppo di un packaging a basso impatto.

Tutte queste attività sono sostenute e monitorate attraverso un sistema di gestione ambientale certificato.

Nel 2019, nel sito produttivo di Trieste i consumi elettrici, interamente soddisfatti da energia da fonte rinnovabile, sono diminuiti del 2,8%. Il consumo di metano, nonostante la produzione sia aumentata, è diminuito di 0,96%, grazie alla sostituzione di alcuni macchinari. L'acqua utilizzata (sia nei processi che per uso sanitario) è diminuita del 25,5% rispetto al 2018.

Nel 2019 si è conclusa la prima fase di mappatura della carbon footprint, fase fondamentale per raggiungere la decarbonizzazione entro il 2033. Questo processo ha permesso di determinare che il 66% delle emissioni totali² dell'azienda lungo la filiera del caffè derivano dalla coltivazione stessa del caffè verde.

² Risultato da uno studio interno

DIFFUSIONE DELLA CULTURA DI ECCELLENZA

- **L'Università del Caffè** è il polo d'eccellenza che diffonde in tutto il mondo la cultura del caffè di qualità attraverso formazione, ricerca e innovazione. Nel 2019 ha compiuto 20 anni, superato i 300 mila studenti nei 20 anni e formato 30 mila persone nel 2019. Più di 100 docenti e 28 sedi dell'Università del Caffè compongono il network, che oggi offre alta formazione ai produttori, corsi di formazione ai professionisti del settore e corsi divulgativi ai consumatori.
- **illycaffè da oltre vent'anni sostiene il mondo dell'arte contemporanea** promuovendo attività di artisti affermati e di giovani emergenti, attraverso partnership con istituzioni, fiere internazionali e premi di varia natura. Nel 2019 illycaffè è stato sponsor principale della Biennale di Venezia: "May You Live In Interesting Times", 58. Esposizione Internazionale d'Arte.

LE SFIDE DI ILLYCAFFÈ

Mettere in evidenza le vere sfide che si affrontano nel cammino di innovazione verso la sostenibilità rappresenta per l'azienda un atto di completa e trasparente condivisione, capace di creare le condizioni di base per una collaborazione collettiva per superarle.

- **Un contesto in mutamento, rispondere come Società Benefit.**
È necessario saper rispondere ai cambiamenti che il contesto di oggi pone in coerenza con questo modello promuovendone allo stesso tempo i valori.
- **Comunicare e creare cultura di sostenibilità per trasferire valore e impatto positivo.** Veicolare e creare una solida cultura di sostenibilità ambientale e sociale, dentro l'azienda e nella società.
- **Carbon neutrality entro il 2033.** La carbon neutrality è la grande sfida della prossima decade non solo per illy, ma per tutte le aziende. Per questo, illycaffè ricerca e sperimenta modelli radicalmente innovativi di agricoltura, da applicare nel settore del caffè ma potenzialmente estensibili a gran parte del mondo agricolo.
- **Moltiplicare l'impatto positivo attraverso partnerships e collaborazioni (SDG 17 - Partnership for the Goals).** Alimentare in tutti gli attori la consapevolezza dell'imperativo di unirsi verso uno scopo condiviso e più alto, che superi tutte le barriere culturali o le dinamiche competitive.

Tutto quello che è stato raccontato fino ad ora è reso possibile grazie alle 1405 persone che lavorano in illycaffè.

illycaffè si impegna a garantire uno sviluppo uniforme tra la crescita del business e la crescita delle persone, dove l'una senza l'altra non è possibile. L'approccio che segue l'azienda premia il merito, offre possibilità di crescita e formazione, tutela il work-life balance e fa della diversità un valore aggiunto. Nel corso del 2019 l'azienda ha sviluppato un nuovo modello di leadership e di cultura aziendale, due pilastri che ne caratterizzano l'identità. Analisi di gruppo, momenti di discussione e di co-creazione in plenaria hanno ingaggiato tutti i lavoratori, in diversi momenti dell'anno.

IL PROFILO DEL DIPENDENTE ILLY

Professionalità, passione e orgoglio per dare un valore aggiunto in grado di affrontare e vincere le sfide imposte dal mercato.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



IL GUSTO
DI RICONOSCERCI
ALLO SPECCHIO.

01
**la nostra
identità**

HIGHLIGHTS

144

i Paesi in cui è presente

1.405

dipendenti nel mondo

520

milioni di euro:
il fatturato 2019

269

punti vendita: 192
illy Caffè e 77 illy Shop

100.000

circa: i punti vendita
in cui è servito il caffè illy

Missione, visione e valori: illycaffè Società Benefit

MISSIONE

Deliziare gli amanti del buono e del bello nel mondo con il miglior caffè che la natura possa offrire, esaltato dalle tecnologie e dall'arte.

VISIONE

illycaffè vuole essere, nel mondo, il punto di riferimento della cultura e dell'eccellenza del caffè. Un'azienda innovativa che propone i migliori prodotti e luoghi di consumo e che, grazie a ciò, cresca e diventi leader nell'alta gamma.

VALORI

L'Etica: intesa come costruzione di valore nel lungo termine attraverso la sostenibilità, la trasparenza e la valorizzazione delle persone.

L'Eccellenza: intesa come amore per il bello e il ben fatto.

Nel 2019 illycaffè ha adottato lo status giuridico di Società Benefit. Questo significa dichiarare formalmente che un altro modo di fare business, migliore e più evoluto, è possibile.

Diventando Società Benefit illycaffè ha cristallizzato e reso esplicito nell'oggetto sociale del proprio Statuto la volontà di operare come stakeholder company: creare valore condiviso per tutti coloro che partecipano al successo dell'azienda, rispettare e tutelare l'ambiente e gli ecosistemi da cui tutti dipendiamo.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

illycaffè in un'istantanea

illycaffè ha sede a Trieste ed è guidata dalla terza e quarta generazione della famiglia Illy. Produce e vende in tutto il mondo un unico blend di caffè di alta qualità, composto al 100% da Arabica proveniente da 9 diverse origini, selezionate di stagione in stagione in oltre 20 aree di produzione. Dall'equilibrio di queste componenti - provenienti da Sud America, America Centrale, Asia e Africa - nasce l'inconfondibile gusto e aroma illy, sempre uguale in ogni tazzina. Si stima che circa 8 milioni di tazzine di caffè illy vengano consumate ogni giorno nel mondo.

illycaffè dedica grande attenzione alla diffusione della cultura del caffè di qualità in Italia e nel mondo. In quest'ottica, nel 1999 ha fondato l'Università del Caffè, che ha 28 sedi a livello globale e offre corsi sulla natura e coltivazione della materia prima a produttori, addetti dell'ospitalità, consumatori e appassionati di caffè.

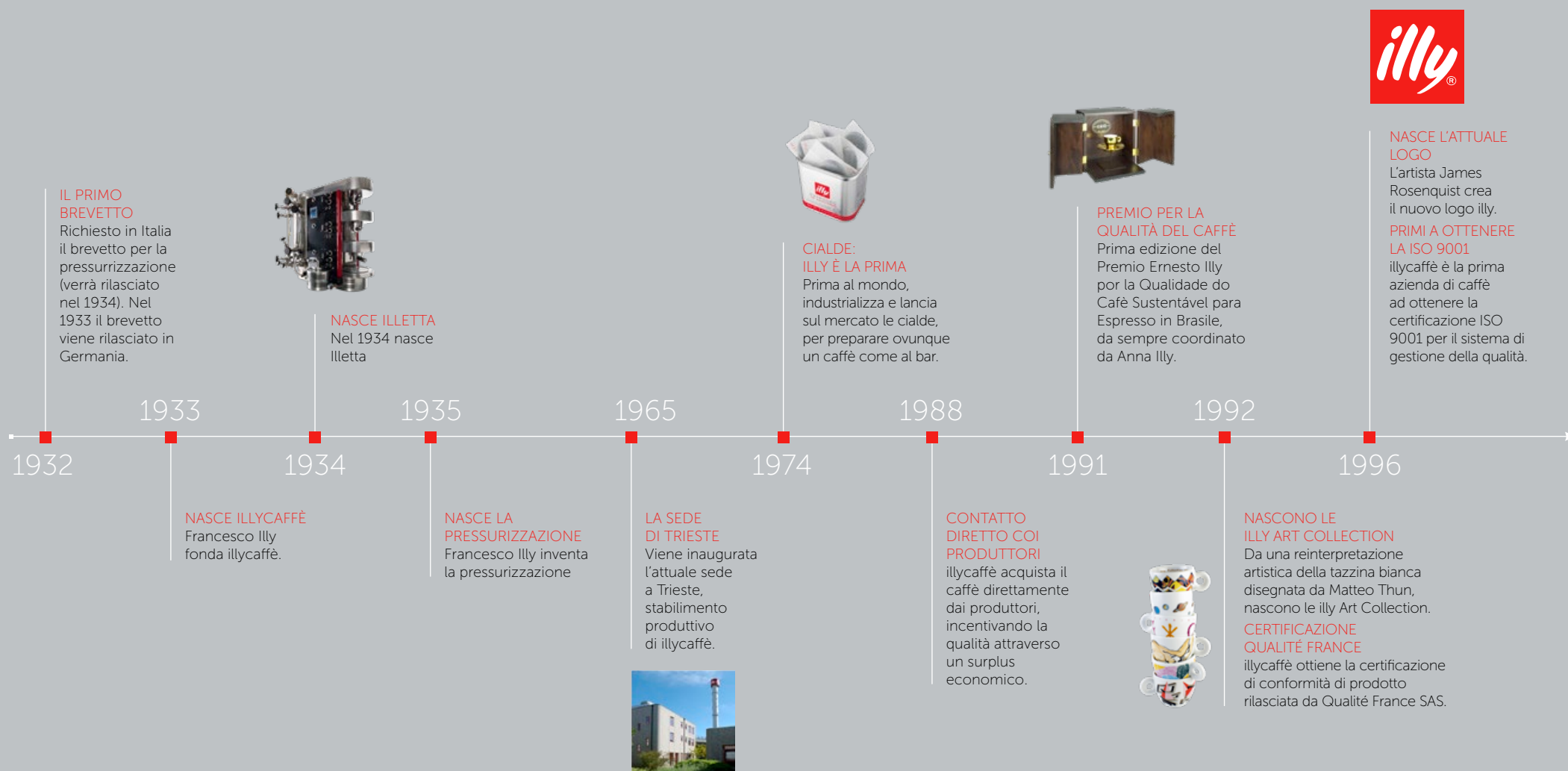
illycaffè è parte del Gruppo Illy S.p.A., holding della famiglia Illy, creata con la missione di valorizzare aziende dove la visione di un imprenditore ha tradotto la passione per la qualità in una filosofia di crescita.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



01.2.1 La storia di illycaffè



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



CERTIFICAZIONE AMBIENTALE EMAS

illycaffè migliora l'impegno ambientale con l'Emas, per promuovere costanti miglioramenti dell'efficienza ambientale delle attività industriali.

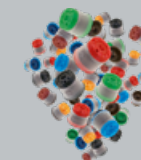
NASCE ERNESTO ILLY SCIENZE PRIZE

illycaffè, in occasione della candidatura di Trieste all'Expo 2008, avvia una collaborazione con TWAS - The Academy of Sciences for the Developing World e lancia un premio dedicato ai ricercatori provenienti dai Paesi emergenti e in via di sviluppo.



IPERESPRESSO

Arriva sul mercato il sistema a capsule Iperespresso.



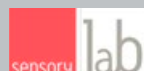
CERTIFICAZIONE IFS

Con la certificazione International Food Standard, illycaffè prosegue l'impegno nella qualità e nella sicurezza alimentare.



NASCE AROMALAB

È il laboratorio di illycaffè dove si studiano la chimica e il profilo aromatico del caffè e si valuta la qualità del caffè verde e tostato.



PROGRAMMI IN GUATEMALA

illycaffè sviluppa un programma di micro imprenditorialità e formazione per i coltivatori di caffè del Guatemala.

CREAZIONE DI SENSORYLAB, TECHLAB E BIOLAB

illycaffè crea altri 3 laboratori in cui sviluppa ricerche continue inerenti tutti gli aspetti del caffè.

1999

2002

2003

2004

2005

2006

2007

ACQUA, BENE PREZIOSO

illycaffè migliora le tecniche di coltivazione e lavorazione del caffè dei produttori riducendo il consumo di acqua.

NASCE L'UNIVERSITÀ DEL CAFFÈ

Il centro di eccellenza per promuovere e diffondere nel mondo la cultura del caffè di qualità, dal chicco alla tazzina.



NASCITA DEL RETAIL

Nasce Espresso illy, catena di bar in franchising per proporre in tutto il mondo l'autentica esperienza del caffè italiano.

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO14001

illycaffè certifica che il proprio sistema di gestione è adeguato a tenere sotto controllo gli impatti ambientali delle proprie attività.

TOSTATURA A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Entra in funzione il nuovo impianto di tostatura a Trieste, a bassa emissione dei fumi prodotti dalla torrefazione del caffè.

EMAS AWARD

L'impegno di illycaffè a migliorare gli aspetti ambientali della produzione viene riconosciuto a livello internazionale.

PROGRAMMI IN ETIOPIA

Con il sostegno dell'International Coffee Organisation, illycaffè avvia un progetto per dimostrare che la qualità del caffè etiope, adeguatamente trattato dopo il raccolto, è in grado di competere con le migliori varietà del mondo.

CERTIFICAZIONE BRC - BRITISH RETAIL CONSORTIUM
illycaffè incrementa il suo impegno nelle certificazioni per alimenti e prodotti sicuri.

NASCE FOOD SCIENCE LAB

Il laboratorio dedicato al food e all'area dei prodotti "consumabili" a base di caffè.





SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



ACCREDITAMENTO ISO 17025

I laboratori
AromaLab
e SensoryLab
di illycaffè sono
accreditati
da Accredia.

1° SUSTAINABLE VALUE REPORT

illycaffè avvia un processo
di comunicazione e coinvolgimento
dei suoi stakeholder, gestendo
e comunicando loro il proprio
impegno alla sostenibilità.

GLOBAL COMPACT

illycaffè aderisce al Global Compact
delle Nazioni Unite.

CARBON FOOTPRINT

In collaborazione con
il Ministero dell'Ambiente, illycaffè avvia
un progetto per il calcolo dell'impronta
di carbonio che riguarda tutto il ciclo di
vita del prodotto.

ICRT - INTERNATIONAL CONSUMER RESEARCH & TASTING

illycaffè ottiene il punteggio
più alto fra tutti i torrefattori
analizzati nell'inchiesta
indipendente condotta dal
consorzio internazionale, per
l'impegno nella responsabilità
sociale e ambientale nei
confronti di chi coltiva il caffè.

2008

NASCE ILLY ISSIMO

illy issimo è il nuovo caffè "ready to drink", nato
da una joint venture con The Coca-Cola Company.

NASCE LA FONDAZIONE ERNESTO ILLY

Per portare avanti gli insegnamenti e il pensiero
di Ernesto Illy, nasce la Fondazione a lui dedicata.

UNIVERSITÀ DI OXFORD

In collaborazione con l'Environmental Change Institute
dell'University of Oxford, illycaffè sostiene un progetto
di ricerca sulla sostenibilità della coltivazione del caffè.

FORESTA ATLANTICA IN BRASILE

illycaffè avvia una collaborazione con l'Istituto Terra
per un progetto di riforestazione di una vasta area
della foresta Atlantica in Brasile.

PREMI IN BRASILE PER LA SOSTENIBILITÀ

illycaffè lancia in Brasile l'Award for Sustainable
Conduct, che premia i produttori che raggiungono
obiettivi di sostenibilità.



2011

CERTIFICAZIONE "RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN PROCESS"

illycaffè ottiene da DNV GL,
prima al mondo, la certificazione
che mette al centro del concetto
di sostenibilità la qualità e la
creazione di valore per tutti
gli stakeholder, con particolare
attenzione alle fasi di coltivazione
e selezione dei chicchi di caffè verde.

NASCONO ILLYSHOP E ILLYTECA

illyshop: boutique monomarca
con l'offerta completa di prodotti
illy. illyteca è un punto vendita
che offre i prodotti, le tecnologie
e gli accessori relativi a tutti
i marchi proprietari del Gruppo.



2012

2013

WORLD MOST ETHICAL COMPANY

illycaffè è l'unica
azienda italiana
ad essere inserita
nell'elenco delle
aziende più etiche
al mondo per il
2013 predisposto
da Ethisphere Institute.

WORLD'S MOST
ETHICAL
COMPANIES

2014

2014-2015

WORLD MOST ETHICAL COMPANY

illycaffè riceve il
riconoscimento
World's Most Ethical
Company.

WORLD'S MOST
ETHICAL
COMPANIES

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



EXPO 2015

illycaffè Official Coffee Partner, anche nel segno della sostenibilità. illy, Official Coffee Partner di Expo Milano 2015, è stata scelta da Expo come curatore esclusivo del Cluster Caffè, occupandosi dell'ideazione e della gestione di contenuti ed eventi, ospitando e valorizzando la partecipazione dei dieci Paesi produttori all'interno del Cluster.

PARTNERSHIP PUBBLICO-PROVATA CON UNIDO

In collaborazione con UNIDO, illycaffè lavora al progetto "Improving the Sustainability and Inclusiveness of the Ethiopian Coffee Value Chain through Private and Public Partnership" per sviluppare l'intero settore etiope del caffè.

PARTNERSHIP CON SENA IN COLOMBIA

illycaffè ha siglato una dichiarazione d'intenti con SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje, l'istituzione pubblica nazionale colombiana - per l'avvio di una cooperazione internazionale che ha l'obiettivo di trasferire le conoscenze e le buone pratiche in materia di produzione e preparazione del caffè, a beneficio sia dei produttori che dei consumatori.

FIRMA DELL'ACCORDO PER SUPPORTARE IL PROCESSO DI REINTEGRAZIONE DELLE EX-FARC IN COLOMBIA

Siglato un accordo con l'ETCR (Spazi Territoriali per la Formazione e Reintegrazione) e Ascafé (Associazione di piccoli caffèicoltori) per aumentare la qualità e la capacità di produzione di caffè nel dipartimento del Cauca in cui risiedono gli ex combattenti FARC e piccoli produttori, incoraggiando lo sviluppo economico locale. illycaffè realizza sessioni di formazione, in zone precedentemente oggetto della guerra civile, rivolte a vittime del conflitto, a ex combattenti che si stanno reinserendo nella vita civile, ad associazioni di donne produttrici di caffè e ad insegnanti di scuole rurali, il cui programma formativo prevede un modulo dedicato interamente alla produzione di caffè di qualità.

SOCIETÀ BENEFIT

illycaffè rafforza ancora di più il proprio impegno a perseguire un modello di business sostenibile, in grado di integrare obiettivi di natura sociale ed ambientale, adottando lo status di Società Benefit e inserendo questo impegno all'interno del proprio statuto.

2015

2016

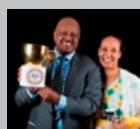
2017

2016-2018

2019

ERNESTO ILLY INTERNATIONAL COFFEE AWARD

Nasce il riconoscimento al miglior caffè scelto tra quelli coltivati nelle regioni che compongono il blend unico di illy e coinvolge tutti i coltivatori con i quali l'azienda lavora. Rappresenta, inoltre, un omaggio a Ernesto Illy, leader visionario, da sempre attento alla ricerca scientifica.



WORLD MOST ETHICAL COMPANY

illycaffè riceve il riconoscimento World's Most Ethical Company.

NUOVA GOVERNANCE E POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

L'impegno di illycaffè in ambito di sostenibilità di concretizza attraverso una nuova Governance e Politica della Sostenibilità, coerente con gli obiettivi degli SDG affermati dalle Nazioni Unite.



■ 1.2.2 Corporate governance e assetto organizzativo

La governance di illycaffè è stata progettata per rispondere alle esigenze di efficacia e di efficienza di una buona azienda e per integrare nel migliore dei modi un modello di creazione di valore condiviso. L'Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale operano per assicurare quello che da sempre è lo scopo più alto: uno sviluppo sostenibile del business, oggi sancito nel rinnovato statuto di Società Benefit. Questa aspirazione si poggia sull'identità di impresa indipendente, sul controllo familiare a gestione manageriale. Identità che è veicolata e rafforzata dagli organi dedicati alla gestione e al controllo, attraverso i quali vengono declinati i valori e principi dell'impresa nelle attività di tutti i giorni.

Il Consiglio di Amministrazione al quale competono le decisioni più importanti per l'azienda sotto il profilo economico e strategico, nel 2019 è stato rinnovato garantendo il 60% di consiglieri indipendenti.

Fanno parte del CdA:

- **Presidente:** a cui spettano i poteri previsti dalla legge e dallo statuto per quanto concerne il funzionamento degli organi sociali e la rappresentanza legale della società. Controlla l'andamento generale e approva le proposte dell'Amministratore Delegato in termini di sviluppo strategico e organizzativo dell'azienda.
- **l'Amministratore Delegato:** rappresenta legalmente la società nell'ambito dei poteri conferiti, assicurando il regolare svolgimento della gestione, curandone l'organizzazione e assicurando la compliance normativa, il controllo interno e la gestione dei rischi. Attua le delibere del Consiglio di Amministrazione e del Presidente, proponendo direttamente il Piano Strategico e di sviluppo dell'azienda.
- **il Comitato Controllo Interno e Rischi:** valuta l'adeguatezza e vigila sulla funzionalità e sull'efficacia del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e sul profilo di rischio assunto dalla società. È composto da 3 Consiglieri indipendenti.

- **il Comitato Nomine e Remunerazione:** formula proposte al CdA sui compensi dell'Amministratore Delegato e degli Amministratori e sui criteri per la determinazione dei compensi dell'alta direzione della società. È composto da 3 Consiglieri indipendenti. Nel processo per la determinazione dei compensi dell'alta direzione, illycaffè si avvale inoltre del supporto di consulenti esterni, anch'essi indipendenti.
- **il Comitato di Sostenibilità:** supervisiona le tematiche di sostenibilità e di assiste il CdA con funzioni istruttorie nelle valutazioni e decisioni relative alla sostenibilità. È composto da tre Consiglieri indipendenti.
- **Il Lead Independent Director:** rappresenta il punto di riferimento e coordinamento delle istanze e dei contributi degli Amministratori indipendenti.
- **Il Chief Ethics Officer:** assicura che le procedure etiche siano attive e costantemente rispettate e rappresenta l'azienda presso soggetti privati e istituzionali nell'ambito sia della corporate reputation che degli acquisti strategici del settore del caffè.

■ 1.2.3 Fare Impresa in modo trasparente

La vocazione di lavorare applicando principi e pratiche sostenibili per le comunità e per l'ambiente, si è tradotta nella **volontà di fissare l'impegno dell'azienda in un documento che fungesse da manuale operativo** per tutti i livelli aziendali.

illycaffè ha quindi sviluppato e adottato un proprio **Codice Etico** che declina in regole i principi e i valori dell'azienda e ne esige l'osservanza da parte di organi sociali, dipendenti e terzi. È tradotto, ad oggi, in sette lingue oltre all'italiano, e divulgato in tutte le società controllate e le succursali per creare una cultura valoriale ancor più condivisa e solida. Nel 2020 è stato oggetto di aggiornamento.

↓ DOWNLOAD

Materiale disponibile
per il download

- [Codice etico e modello organizzativo 231](#)
- [Politica della sostenibilità](#)

Il Codice Etico ha, inoltre, lo scopo di contrastare ogni tipo di corruzione, sia attiva che passiva. Nel 2019 non si è verificato alcun caso di corruzione. Per lavorare in modo pienamente trasparente l'azienda, oltre al modello organizzativo adottato, pianifica regolarmente attività di formazione sul Codice Etico a tutti gli impiegati, trasformandoli in ambasciatori dei principi guida dell'azienda.

La funzione di Internal Audit, inoltre, svolge attività ispettiva e di verifica sulla regolarità, affidabilità ed efficacia dei processi e dei sistemi di controllo. Andando ben oltre la conformità alle policy, questa funzione supporta la definizione delle strategie per includere i temi etici sin dalle fasi organizzative e quindi dalle fondamenta.

CODICE ETICO

442 impiegati hanno partecipato al corso on-line dedicato al Codice Etico
216 maestranze dello stabilimento produttivo hanno seguito dal vivo sessioni di sensibilizzazione sui temi descritti nel Codice Etico.

WORLD'S MOST ETHICAL COMPANIES

Dal 2013 illycaffè è inserita nell'elenco delle World's Most Ethical Companies, un'attestazione dell'impegno costante che viene messo nel perseguire standard e pratiche etiche. La lista viene definita ogni anno da Ethisphere Institute, società che stabilisce e misura gli standard etici aziendali, riconoscendo le imprese che guidano un cambiamento positivo investendo nelle comunità locali e facendo della sostenibilità un obiettivo di business. Per scoprire la metodologia e come viene assegnato il punteggio <https://www.worldsmostethicalcompanies.com/>



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Un contesto in mutamento

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Lo scenario macroeconomico del 2019 ha presentato una diffusa diminuzione della domanda globale, mostrando tutte le contraddizioni e la debolezza dell'economia mondiale.

È in corso un vero e proprio cambiamento culturale e storico, in cui i modelli adottati sino ad ora - inclusi quelli di business - devono cambiare.

Nel corso del 2019 l'economia globale è cresciuta del 2,9%, il livello più basso dalla crisi finanziaria globale del 2008-2009. Questo rallentamento è avvenuto in concomitanza con l'aumento del malcontento sociale e

ambientale e con l'aggravarsi della crisi climatica, riportando l'attenzione sulla necessità di definire nuove pratiche, nuove soluzioni, nuovi modelli di pensiero. Più intelligenti e più umani.

Il mondo del business, che ha un enorme potere di indirizzare comportamenti, flussi di denaro e decisioni, al pari della politica, deve assumere un ruolo attivo in quella che è la sfida più importante, la nostra stessa sopravvivenza. La qualità sostenibile è la risposta per contribuire ad affrontare le grandi sfide del nostro tempo.



■ 1.3.1 Rischi ed opportunità

Conoscere i rischi permette a qualunque azienda di strutturare un modello di gestione solido ed efficace.

Nel corso del 2019 è proseguito il percorso di potenziamento del modello aziendale di Enterprise Risk Management, che permette di mappare e monitorare periodicamente i rischi che possono avere impatto rilevante sugli obiettivi e sul processo di creazione di valore dell'impresa.

Il modello utilizzato suddivide i rischi in quattro categorie, che possono essere sia di natura interna che esterna:

- Rischi Strategici
- Rischi Operativi
- Rischi Finanziari
- Rischi di Compliance

I Rischi Strategici possono riferirsi a cambiamenti di business o a cambiamenti del contesto competitivo che impattano sulle attività di sviluppo business. In questo ambito rientrano anche i rischi dell'ambito della sostenibilità. L'identificazione e l'analisi dei rischi legati agli impatti ambientali e sociali hanno un ruolo crescente all'interno della società, che ha istituito nel 2017 un Comitato di Sostenibilità. Tra i temi emersi, si evidenzia l'attenzione crescente dei consumatori e delle istituzioni sul tema della plastica, che se non opportunamente gestito dall'azienda, potrebbe portare a effetti negativi, sul business relativo alle capsule in plastica.

I Rischi Operativi sono collegati al settore di appartenenza, all'operatività aziendale, all'assetto organizzativo e ai processi di controllo e di reporting del Gruppo.

Fanno parte di questa categoria i rischi connessi all'approvvigionamento della materia prima (variazioni del prezzo, difficoltà di reperimento), così come i rischi connessi alla gestione delle risorse umane.

I Rischi Finanziari sono legati alla gestione finanziaria, nello specifico connessi al rischio di liquidità, valute, tasso e controparti finanziarie per eventuali operazioni finanziarie. Sono monitorati con l'obiettivo di stabilizzare i flussi di cassa e garantire l'allineamento del risultato economico rispetto a quanto stabilito in sede di budget.

I Rischi di Compliance, in generale, sono legati al mancato rispetto, nella conduzione del business, delle normative e dei regolamenti, sia nazionali che internazionali, nonché del Codice Etico e delle procedure interne.

La realizzazione del risk assessment ha interessato tutte le unità organizzative e ha prodotto come risultato un Risk Register. Lo strumento consente di identificare le categorie di rischio residuo più significative e quindi definire le priorità e i piani di mitigazione. Con lo stesso obiettivo si approfondiscono i processi aziendali e i rischi collegati con tutte le funzioni, per assicurare una cultura del rischio omogenea e diffusa in tutta la realtà aziendale ai diversi livelli di responsabilità.

Ruolo chiave nella gestione dei rischi è svolto dal Risk Manager che valuta i rischi relativi a tutte le operatività aziendali: dalla supply chain, al prodotto, dalla salute & sicurezza all'ambiente, e alla proprietà intellettuale, commerciale, informatica, legale, finanziaria e reputazionale. Predispone un programma di valutazione dei rischi con redazione di periodiche relazioni all'Amministratore Delegato, al Comitato di Controllo interno e Rischi, al Consiglio di Amministrazione al Collegio Sindacale, all'organismo di Vigilanza e Controllo.

■ 1.3.2 Le sfide di illycaffè

L'azienda vuole mettere in evidenza le sfide concrete che affronta nel suo cammino di innovazione verso la sostenibilità. Solo una completa e trasparente condivisione dell'entità e complessità di queste prove può creare le condizioni di base per una collaborazione collettiva per superarle.

Un contesto in mutamento: rispondere come Società Benefit

Il primato degli azionisti è oggi il paradigma dominante che guida i comportamenti di tante aziende. Dal punto di vista giuridico, l'unico scopo tradizionalmente contemplato per una società di capitali è la creazione di valore per gli azionisti. La conseguenza è che le persone e l'ambiente non necessariamente rientrano tra le priorità delle imprese.

Esiste però un nuovo paradigma, che sempre più aziende stanno abbracciando: il modello delle Società Benefit. Secondo questo approccio, il profitto della singola impresa non può prescindere da un benessere condiviso per la comunità e l'ambiente. Gli azionisti assegnano un nuovo e più evoluto mandato al management, e allo stesso tempo proteggono la missione dell'azienda garantendo le condizioni necessarie per una crescita sostenibile. illycaffè crede in questo modello e lo ha adottato, nella consapevolezza che non è il profitto che crea il valore ma è la creazione di valore che genera profitto. La sfida dell'azienda consiste nel saper rispondere ai cambiamenti che il contesto di oggi pone, in coerenza con questo modello, promuovendone allo stesso tempo i valori.

Comunicare e creare cultura di sostenibilità: trasferire valore e impatto positivo

La magnitudo della sfida della sostenibilità non è stata ancora pienamente compresa: generalmente ci si rende conto della sua importanza e complessità quando le crisi di insostenibilità diventano talmente gravi da richiedere azioni di riparazione, spesso costose e di difficile applicazione.

Per questo illycaffè è da sempre impegnata nella creazione di una solida cultura di sostenibilità ambientale e sociale, dentro l'azienda e nella società.

Carbon Neutrality by 2033: Carbon Neutrality la grande sfida della prossima decade

Il paradigma economico di produzione e consumo della società moderna è fondato su energia fossile, modelli di agricoltura e uso del suolo che hanno come conseguenza una rapida alterazione del clima del pianeta sempre meno favorevole alla prosperità umana. La creazione di una società a zero emissioni è riconosciuta da scienziati e stakeholder come la più grande sfida nella storia dell'umanità.

55 gigatonnellate di CO₂ equivalenti immesse in atmosfera è il numero che indica l'attuale impatto inquinante dell'umanità¹. Portare questo impatto a zero è il traguardo globale.

La sfida per illycaffè consiste nel raggiungere l'obiettivo di Carbon Neutrality entro il 2033. La complessità di questo traguardo è enorme, perché i modelli energetici e agricoli toccano il cuore di tutte le attività e per azzerarne gli impatti sul clima è necessario un massiccio lavoro di riprogettazione e innovazione. Il 66% delle emissioni totali² dell'azienda lungo la filiera del caffè derivano dalla coltivazione stessa del caffè. Per questo illycaffè ricerca e sperimenta modelli radicalmente innovativi di agricoltura, da applicare nel settore del caffè ma potenzialmente estensibili a gran parte del mondo agricolo.

Promuovere nuovi modelli: diffondere nuove soluzioni di agricoltura sostenibile come strade per una produzione a minore impatto, insieme a modelli di economia circolare

Le soluzioni convenzionali non possono funzionare di fronte a problemi che non sono mai stati affrontati prima nella storia dell'umanità. Per questo l'azienda lavora a modelli innovativi in ambito agricolo e di economia circolare.

La sfida è che queste potenziali "nuove soluzioni", richiedono grandi investimenti di ricerca e sperimentazione, coinvolgono compagini di attori ampie e complesse e hanno tempi lunghi per vedere risultati replicabili su differenti scale, una volta che se ne sia validato il funzionamento.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Partnership for goals: opportunità per moltiplicare l'impatto positivo creato

In un mondo limitato e densamente popolato "nessuno si salva da solo". Per superare le criticità ambientali è indispensabile una collaborazione di scala e intensità mai sperimentate prima nella storia, in piena applicazione del principio di interdipendenza che lega e connette tutte le entità che cooperano su questo Pianeta.

La sfida è quella di alimentare in tutti gli attori la consapevolezza dell'imperativo di unirsi verso uno scopo condiviso e più alto, che superi tutte le barriere culturali o le dinamiche competitive.

Una sfida forse ancora più grande è essere coloro che fanno il primo passo.

VIRTUOUS AGRICULTURE

L'agricoltura è responsabile per un terzo del cambiamento climatico.

A marzo del 2019, Andrea Illy ha presentato per la prima volta all'Università di San Paolo, il progetto Virtuous Agriculture che persegue insieme alla Fondazione Ernesto Illy e che persegue l'obiettivo primario di limitare le emissioni inquinanti nella produzione del caffè realizzando prodotti buoni per l'ambiente e per i consumatori che ne fanno uso. Un nuovo tipo di agricoltura può invertire completamente il ciclo "tradizionale", che da vizioso e estrattivo può diventare virtuoso e rigenerativo.

Alla base di questo approccio sta il concetto che la salute del suolo porta alla salute delle piante e ai conseguenti benefici nutrizionali degli alimenti. L'arricchimento dei terreni con materia organica può migliorare di molto i livelli di emissioni di carbonio generate, la conservazione dell'acqua, l'aumento della biodiversità e delle difese naturali contro gli agenti patogeni, riducendo così la dipendenza da pesticidi, fertilizzanti e altre sostanze chimiche.

¹ Fonti: <https://countdown.ted.com/>; <https://apnews.com/940cbc72674bd10eb0ce9410106c17e2>

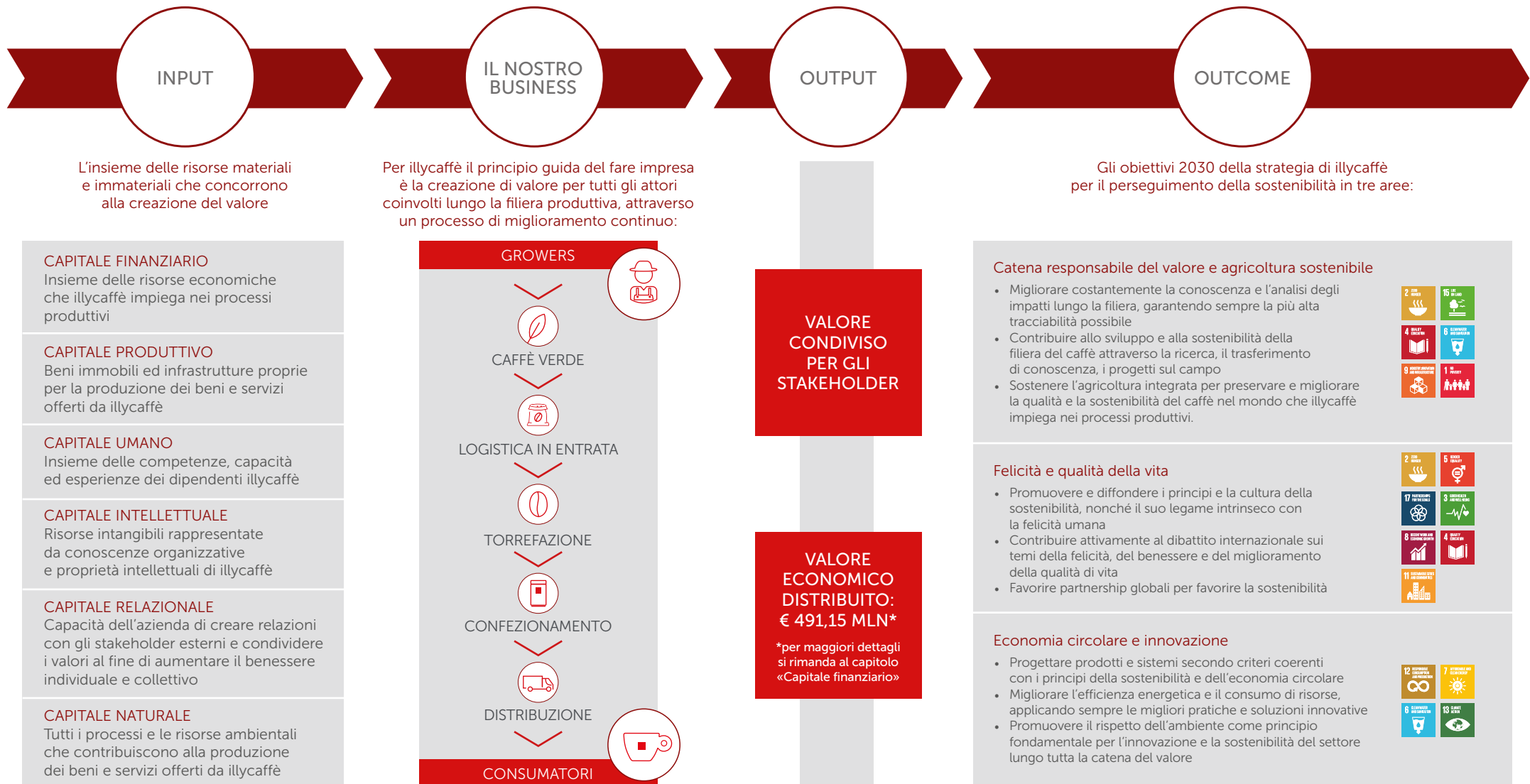
² Risultato da uno studio interno

Il modello illycaffè

Per illycaffè, il principio guida del fare impresa è la creazione di valore per tutti gli attori coinvolti lungo la filiera produttiva. Il modello di business dell'azienda tiene in considerazione tutte le risorse, materiali e immateriali, che contribuiscono a creare e distribuire il proprio valore nel breve, medio e lungo termine. Si parte dalle risorse, definite 'capitali', con cui si attua la propria idea di impresa lungo tutta la filiera, mettendo in atto azioni concrete (output) che si traducono poi in risultati finali (outcome).

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



Strategia e governo della sostenibilità

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Fin dalla nascita, illycaffè ha orientato le proprie strategie verso un modello di business sostenibile, capace di determinare vantaggi competitivi per l'azienda, integrando obiettivi economico-reddittuali con aspetti di natura sociale e ambientale che persegue attraverso la condivisione del valore generato (sostenibilità economica), la crescita personale (sostenibilità sociale) e il rispetto per l'ecosistema (sostenibilità ambientale).

Come stakeholder company e Società Benefit, illy vuole migliorare la qualità della vita di tutti i propri portatori di interesse. La gerarchia dei suoi stakeholder si può rappresentare come una piramide rovesciata: ai primi posti stanno i consumatori, senza i quali il business non potrebbe esistere, seguono i clienti, partner chiave dell'azienda nel servire i consumatori; poi i talenti, che collaborano con passione e professionalità; i fornitori, che garantiscono la creazione di un prodotto eccellente; le comunità con cui illycaffè entra in relazione; infine, gli azionisti, a servizio dell'impresa.



■ 01.5.1 Politica di Sostenibilità 2030

Nella sua politica di sostenibilità, illycaffè conferma la scelta di voler crescere operando in modo responsabile, trasparente e sostenibile, creando prosperità per tutti.

L'azienda intende lavorare in particolare su tre ambiti di intervento, recepiti anche nel nuovo Statuto:

- **La catena responsabile del valore e dell'agricoltura sostenibile.** Si realizza attraverso l'analisi e il miglioramento degli impatti lungo tutta la filiera del caffè, con la ricerca sul campo e il trasferimento di conoscenza, nonché con il sostegno all'agricoltura integrata per preservare e migliorare una qualità sostenibile del caffè.
- **L'aspirazione alla felicità e la qualità della vita.** Viene perseguita attraverso i principi della sostenibilità economica, sociale e ambientale e anche favorendo partnership globali adatte a questo obiettivo.
- **L'economia circolare e l'innovazione a beneficio del pianeta.** Prevede il miglioramento dell'efficienza energetica e del consumo delle risorse per ridurre progressivamente le emissioni lungo tutta la filiera.

Questi tre ambiti si integrano con gli obiettivi 2030 del Piano Strategico di illycaffè, e verranno annualmente rendicontate all'interno di una Relazione d'Impatto³, come da normativa.



³ Per un maggiore approfondimento sugli obiettivi aziendali, si rimanda alla sezione "Relazione d'Impatto".

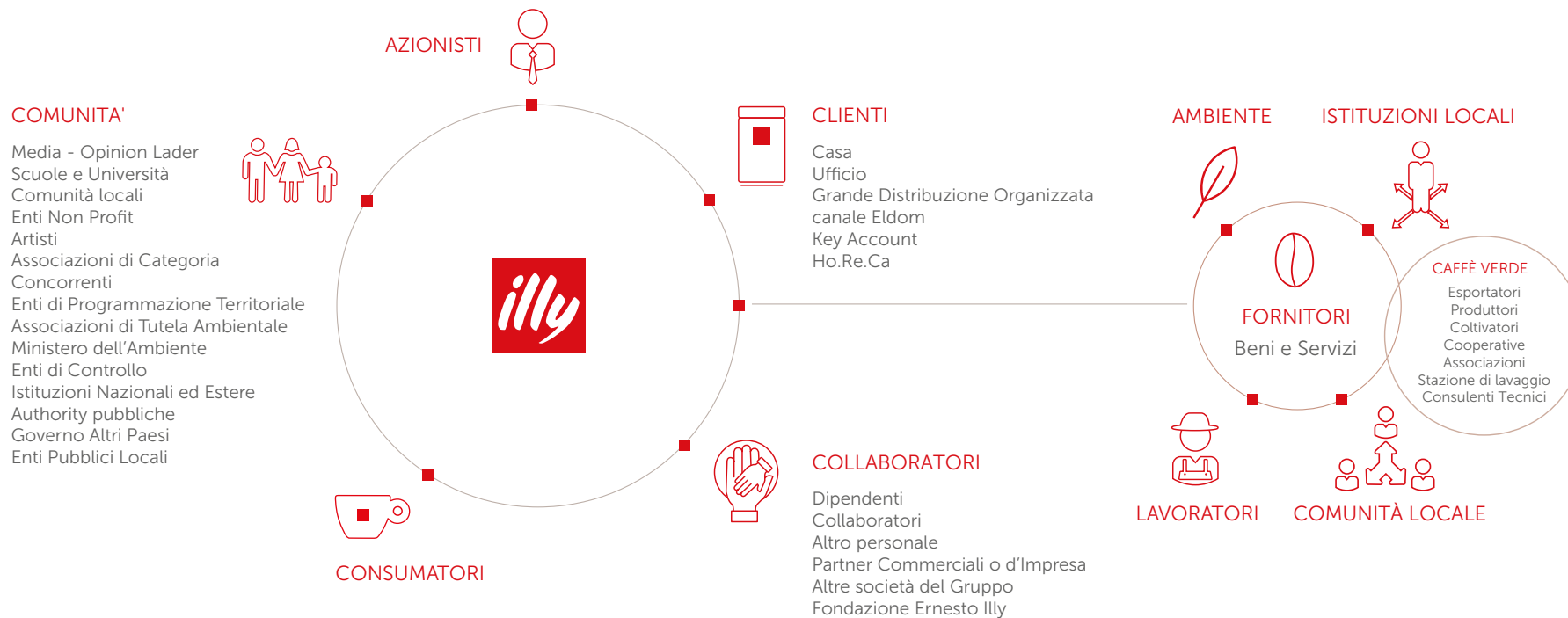
Dialogo con gli stakeholder e analisi di materialità

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Conciliare gli interessi interni all'azienda e quelli dei propri stakeholder è un tratto fondamentale per qualsiasi stakeholder company e, ancora di più, per ogni azienda che sceglie di adottare lo status di Società Benefit. illycaffè da sempre si impegna in questo processo attraverso la creazione di strumenti di ascolto e dialogo - in particolare la matrice di materialità - che rafforzano il rapporto con gli stakeholder e moltiplicano il valore condiviso creato.

Il Sustainable Value Report 2019 rendiconta le questioni ritenute di maggior interesse dagli stakeholder, descrivendo al meglio gli impatti sociali, economici ambientali dell'azienda - i temi cosiddetti materiali - e dando conto della loro gestione e del valore generato dalle proprie attività.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

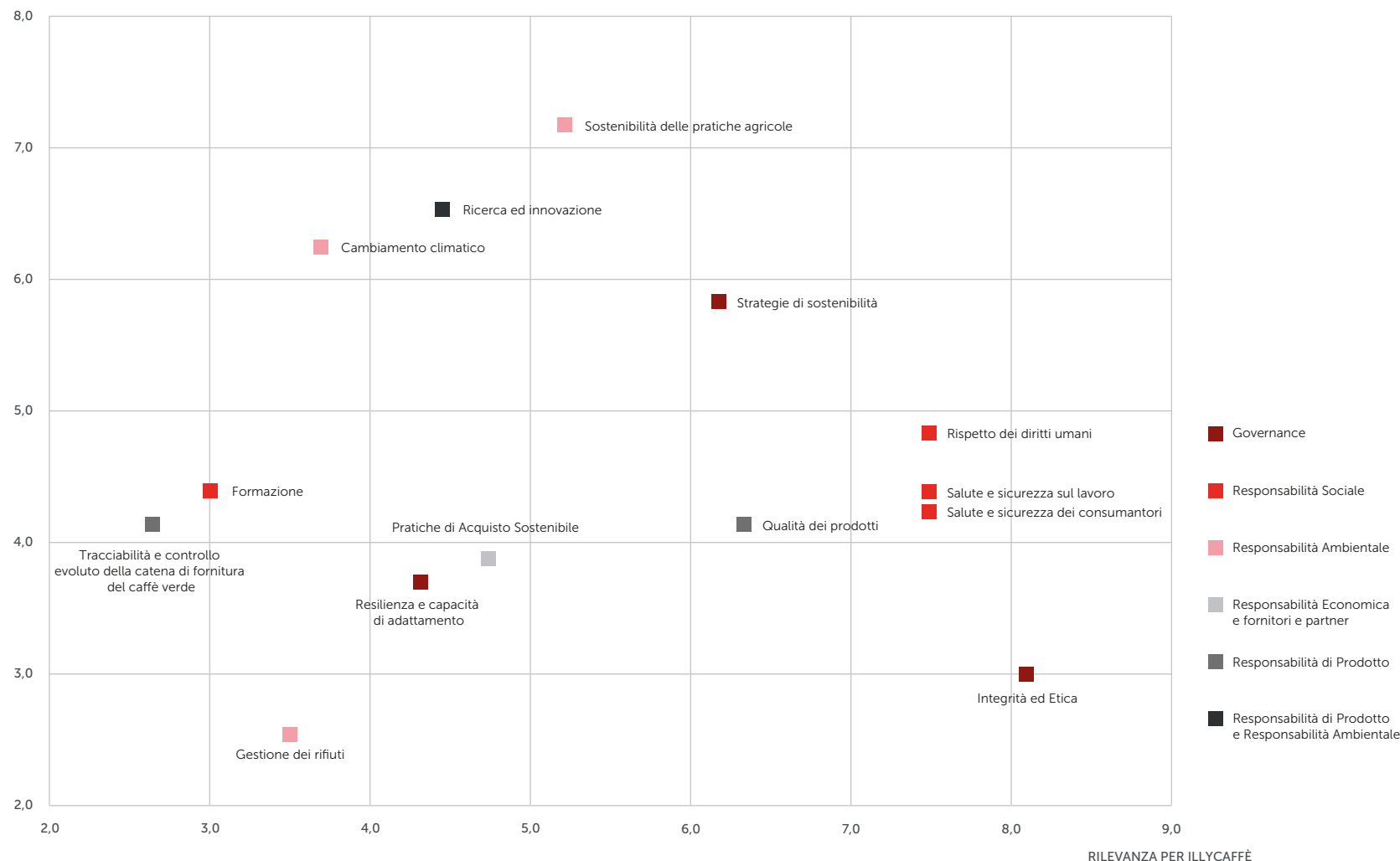
Nel processo di aggiornamento della matrice di materialità, sono state effettuate le seguenti attività:

- Analisi interna e di settore per individuare e definire le tematiche rilevanti per l'azienda.
- Questionari e interviste con i direttori per estrapolare la visione interna.
- Condivisione di un questionario agli stakeholder esterni per rilevare le aspettative "fuori" l'azienda.

La prioritizzazione dei temi identificati è avvenuta chiedendo alle figure coinvolte di esprimere un giudizio rispetto alla "rilevanza", come viene tradizionalmente fatto nelle matrici di materialità, e all'"urgenza". Attraverso la prima variabile si intende catturare quanto un tema sia importante per l'azienda. La seconda vuole invece dare una contestualizzazione temporale dell'importanza associata a un tema. Questa duplice visione permette di restituire un senso di priorità completo, sviando il rischio di incorrere in una visione dove tutti i temi siano ugualmente rilevanti e dove l'aspetto intrinsecamente strategico dello strumento appaia meno efficace.



RILEVANZA PER GLI STAKEHOLDERS



I risultati dell'analisi svolta sono evidenziati nel grafico. Le due dimensioni rispondono al grado di rilevanza attribuito per ciascuna tematica dal punto di vista di illycaffè (asse orizzontale) e dal punto di vista dei suoi stakeholder (asse verticale). Sono stati indagati più di 30 temi, il grafico riporta i 14 temi più rilevanti che si posizionano nel quadrante in alto a destra della matrice completa.

■ 01.6.1 Perimetro degli impatti

La tabella che segue evidenzia la correlazione tra le tematiche materiali e i GRI Standard e il loro impatto (interno e/o esterno). Per completezza, viene indicata la sezione del Sustainable Value Report nella quale viene descritta la loro gestione.

TEMI MATERIALI IDENTIFICATI DA ILLYCAFFÈ	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	IMPATTO INTERNO ALL'AZIENDA	IMPATTO ESTERNO ALL'AZIENDA	AMBITO
Strategie di sostenibilità		Tutta l'azienda	Fornitori, Partner, Distributori	Strategia e governo della sostenibilità
Rispetto dei diritti umani	Human rights assessment (GRI 412)	Tutta l'azienda	Dipendenti, Fornitori, Clienti	Capitale Umano
Sostenibilità delle pratiche agricole		Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Naturale
Salute e sicurezza sul lavoro	Occupational Health&Safety (GRI 403)	Tutta l'azienda		Capitale Umano
Salute e sicurezza dei consumatori	Customer health and safety (GRI 416)	Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti	Responsabilità di prodotto
Integrità ed etica	General disclosure (GRI 102)	Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti, Collaboratori esterni, Partner, Consulenti	Identità
Qualità dei prodotti		Società produttive	Fornitori, Clienti	Capitale Produttivo

TEMI MATERIALI IDENTIFICATI DA ILLYCAFFÈ	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	IMPATTO INTERNO ALL'AZIENDA	IMPATTO ESTERNO ALL'AZIENDA	AMBITO
Ricerca ed innovazione		Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti, Collaboratori esterni, Partner	Capitale Intellettuale
Cambiamento climatico	Materials (GRI 301) Energy (GRI 302) Emissions (GRI 305)	Società produttive	Fornitori	Capitale Naturale
Pratiche di acquisto sostenibile	Procurement practices (GRI 204)	Capogruppo	Fornitori	Fornitori di beni e servizi
Resilienza e capacità di adattamento		Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti, Collaboratori esterni, Partner	Identità
Formazione	Training and education (GRI 404)	Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Umano
Tracciabilità e controllo evoluto della catena di fornitura del caffè verde	Environmental Compliance; Supplier environmental assessment; supplier social assessment (GRI 307 – 308 – 414)	Tutta l'azienda	Fornitori	Gli approcci chiave per un'agricoltura sostenibile
Gestione dei rifiuti	Effluents and waste (GRI 306)	Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Naturale



Gli approcci chiave della catena del valore

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Sviluppare una catena del valore pienamente sostenibile richiede un impegno lungo tutta la filiera. Per ottenere la migliore qualità sostenibile, l'azienda opera a stretto contatto con tutti gli attori chiave della supply chain dei Paesi dove cresce la più pregiata Arabica.

Il circolo virtuoso della sostenibilità secondo illy, infatti, nasce nei luoghi di origine della materia prima e prosegue lungo tutta la filiera fino ad includere i fornitori di altri servizi e gli aspetti legati alla logistica.

■ 01.7.1 Il modello di illycaffè per una filiera sostenibile

Per garantire la qualità sostenibile del caffè, il modello di gestione della filiera di illy si basa su tre principi specifici:

- **Tracciabilità** delle risorse e delle materie prime, attraverso l'intero processo produttivo al fine di garantire la qualità
- **Reciprocità** nel rapporto con i produttori
- **Sostenibilità** economica, sociale e ambientale

e coinvolge tutte le figure della filiera:

- i **coltivatori**, che lavorano piccoli appezzamenti di terreno;
- i **produttori**, ovvero le aziende (i consorzi, le cooperative e i coltivatori medi e grandi) che effettuano lavorazioni sul caffè raccolto, come separazione, lavaggio, asciugatura;

- gli **esportatori**, che acquistano il caffè verde dalle cooperative oppure lo selezionano direttamente dai produttori, e formano lotti commerciali sulla base dei propri clienti, rivenditori o torrefattori. Gli esportatori conoscono le aree di produzione e i produttori locali, garantendo in questo modo la tracciabilità e la qualità della materia prima. Vengono, inoltre, coinvolti nelle verifiche e azioni di filiera secondo l'approccio tipico delle filiere integrate.

L'approccio è espressione di un modello olistico che rafforza da una parte la sostenibilità economica che sta alla base della strategia di acquisto del caffè verde e, dall'altra, fa azioni di sensibilizzazione e formazione lungo la filiera durante ogni visita dei tecnici e agronomi illy. Le verifiche in campo valutano il rispetto della qualità del prodotto e la tutela dei diritti dei lavoratori.

Per monitorare e garantire la qualità sostenibile della materia prima, la collaborazione duratura e diretta con i lavoratori della filiera del caffè verde è cruciale. Negli anni illycaffè ha messo a punto un sistema di relazioni dirette con i propri produttori che si regge su quattro pilastri:

- I. Selezionare e lavorare con i migliori produttori**, ossia quelli impegnati nella produzione di qualità di caffè sostenibile;
- II. Trasferire loro conoscenza** tramite le attività dell'Università del Caffè e le costanti visite alle piantagioni dei tecnici e agronomi illy, motivandoli a produrre qualità sostenibile;
- III. Riconoscere anche economicamente** la qualità ottenuta e incentivare il miglioramento continuo;
- IV. Costruire una comunità illy per la creazione di una cultura dell'eccellenza**, stabilendo relazioni umane e dirette basate sulla conoscenza, lo scambio e la crescita.

Questi principi trovano espressione all'interno del Sustainable Procurement Process (SPP), il nuovo standard di sostenibilità della supply chain relativo all'acquisto di caffè verde di qualità sostenibile di cui illycaffè si avvale.

Sviluppato da DNV GL, organismo internazionale di certificazione, questo protocollo rappresenta uno dei più completi standard di sostenibilità nel processo di approvvigionamento del caffè:

- **Definisce i principi di sviluppo sostenibile e di responsabilità sociale** dell'azienda nelle politiche e prassi nell'approvvigionamento.
- **Promuove la qualificazione e il monitoraggio dei fornitori su aspetti non solo economici, ma anche ambientali e sociali**, incoraggiando obiettivi e programmi di miglioramento lungo tutta la filiera di approvvigionamento.

Lo standard SPP si applica a ogni attore della supply chain e prevede che l'azienda monitori i propri fornitori verificando che questi rispettino i requisiti di legge, condizione obbligatoria per mantenere il rapporto con illycaffè, e elementi relativi alle seguenti aree:

AMBIENTE	• Gestione e qualità dell'acqua • Biodiversità • Riciclo e/o corretto smaltimento di rifiuti liquidi e solidi
OCCUPAZIONE	• Condizioni di lavoro • Salute e sicurezza • Capacità e competenze dei lavoratori • Costo di produzione • Pratiche agronomiche utilizzate
PRODOTTO	• Tracciabilità • Utilizzo di principi attivi • Pratiche agronomiche utilizzate • Attrezzature impiegate per la produzione • Igiene

ILLYCAFFÈ E IL RISPETTO E LE TUTELA DEI DIRITTI UMANI

illy da sempre opera per promuovere il rispetto dei diritti umani e combattere il lavoro minorile.

Questo impegno si è tradotto concretamente negli anni attraverso:

- **L'adesione ai principi dell'ILO - International Labor Organization delle Nazioni Unite.** L'azienda acquista solo da quei Paesi che hanno ratificato lo standard ILO e che hanno stabilito nelle proprie legislazioni l'età minorile minima di 14 anni o maggiore.
- **L'applicazione e riferimento al Codice Etico in tutti i contratti con i fornitori**, che prevede clausole sul rispetto dei diritti umani negli acquisti e lungo la catena di fornitura. L'applicazione del Codice Etico e il monitoraggio di eventuali violazioni sono tutelate anche dalla presenza dell'Organismo di Vigilanza che monitora i rischi reato.
- **Il controllo dei propri fornitori di caffè**, che prevede il monitoraggio periodico e la gestione attiva di aspetti come il lavoro minorile, il lavoro forzato e obbligato, e la possibilità di accedere ai registri dell'azienda agricola o di visitare personalmente i locali aziendali. Si tratta di un requisito minimo per fornire caffè, che se non viene rispettato declassa il fornitore in una lista nera che lo obbliga ad adeguarsi prima di poter tornare a far parte dei fornitori.
- **La redazione della Politica della Sostenibilità** per veicolare una rappresentazione dei valori, degli obiettivi, degli impegni e della governance di illycaffè in tema di sostenibilità.
- **L'adesione, dal 2012, al Global Compact delle Nazioni Unite**, il patto voluto per incoraggiare le aziende di tutto il mondo ad adottare politiche sostenibili e socialmente responsabili, e per rendere pubblici i risultati delle azioni intraprese.

Nel 2019 non sono state rilevate pratiche scorrette né violazioni in materia di rispetto dei diritti umani (ad esempio azioni discriminatorie nei confronti del personale).

■ 01.7.2 Controllo di filiera e trasferimento di conoscenze

Due sono i pilastri chiave grazie ai quali lo standard di sostenibilità viene mantenuto tale e la qualità della materia prima viene rispettata: il controllo progressivo della filiera e il trasferimento di conoscenza.

Controllo della filiera

Le verifiche e le visite di controllo sono parte fondamentale del processo di monitoraggio, come anche i parametri di performance richiesti dalla filiera:

- **Minimum actions requirements:** requisiti minimi che i fornitori sono tenuti a rispettare, pena l'interruzione del rapporto di fornitura.
- **Key performance indicators (KPI):** indicatori che descrivono la filiera dell'azienda e che si dividono in:
 - o **Core KPIs:** requisiti che vanno oltre i minimi di legge e che l'impresa reputa fondamentali nella relazione col fornitore.
 - o **Recommended KPIs:** requisiti non obbligatori, ma altamente qualificanti nella relazione col fornitore.

Nel 2019 i Paesi in cui sono state fatte verifiche in campo sui requisiti richiesti dal Sustainable Procurement Process sono stati: Brasile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras, India, Nicaragua e Rwanda. In totale, sono state effettuate 334 verifiche e rilevate 61 non conformità per le quali si è attivato un programma di azioni correttive.

Dall'inizio del programma sono stati visitati sul campo oltre 2.900 produttori.

	2017	2018	2019
VISITE IN CAMPO	304	337	334

Dal 2013 illy realizza e aggiorna anche un documento annuale di Risk Assessment che analizza rischi ambientali, occupazionali, di etica aziendale e di prodotto, valutandoli a livello di Paese, organizzazione, e supply chain. Questo strumento permette sia il continuo monitoraggio che la pianificazione delle azioni correttive, e suggerisce anche le origini su cui condurre e focalizzare i controlli.

In particolare, le possibili aree critiche emerse dal Risk Assessment e su cui si concentra l'azione aziendale sono:

- Sensibilizzazione sul pagamento dei salari minimi.
- Prevenzione dell'uso di prodotti agro chimici altamente tossici.
- Supporto a implementazione di sistemi efficienti di trattamento delle acque reflue.
- Mitigazione e prevenzione del lavoro minorile.

Trasferimento di conoscenza

Spesso l'attività di formazione viene costruita a partire dalle criticità rilevate durante le visite in campo, con l'obiettivo di risolverle e prevenirle. Le conoscenze acquisite sul campo e trasmesse dagli esperti ai coltivatori diventano un vero e proprio patrimonio migliorativo che permette a tutti gli attori della filiera di agire consapevolmente e nel rispetto della natura.

In questo contesto sono fondamentali i ruoli dell'Università del Caffè e della Fondazione Ernesto Illy che, con i loro progetti, condividono conoscenze e buone pratiche rispetto alla coltivazione del caffè e creano migliori condizioni di lavoro (*visita i capitali Intellettuale e Relazionale per scoprire di più*).

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

STORIE DAL CAMPO

COLOMBIA

Dal 2016 l'azienda ha incrementato gradualmente gli acquisti di caffè proveniente dal progetto Escuela y Café che il fornitore colombiano Ascafé sta promuovendo in 64 scuole rurali della regione del Cauca. Il programma, che coinvolge oltre 2000 studenti, prevede la formazione sul caffè e l'esercitazione pratica nella piantagione di proprietà di ogni scuola. Ogni studente riceve annualmente un numero di semi di caffè certificati, da 500 a 1500, in modo da terminare il ciclo scolastico con un'attività produttiva propria. Il progetto sta riducendo il lavoro minorile, l'abbandono scolastico e intende mitigare il rischio di interruzione della coltura dovuta all'invecchiamento dei produttori. Infine, e non meno importante, Escuela y Café è uno strumento per prevenire la migrazione dei giovani verso la produzione illegale di coca, coltura molto redditizia e molto diffusa nel Paese.

COSTA RICA

In collaborazione con la Fondazione Ernesto Illy

Dal 2019 la Fondazione Ernesto Illy ha finanziato il progetto Casas de la Alegría nella regione di Coto Brus, al confine con il Panama, dove tutti gli anni durante la raccolta quasi 15.000 famiglie attraversano il confine per prestare servizio come raccoglitori nelle piantagioni di caffè. In queste condizioni, il rischio di lavoro minorile è elevato. Con l'autorizzazione del Ministero della Salute e dell'Istruzione e con la sponsorizzazione dell'UNICEF, la principale cooperativa della zona, CoopeSabalito, ha fondato Casas de la Alegría, un programma di accoglienza per minori che offre una soluzione giuridica e pratica al problema. Le 15 strutture presenti sul territorio forniscono un servizio sanitario, educativo, economico e alimentare (4 pasti al giorno) alle famiglie panamensi, oltre a offrire un luogo dignitoso e sicuro in cui i bambini vengono accuditi, mentre i genitori sono al lavoro.

HONDURAS

Nel 2019 la Fundación Cohondu ha inaugurato la scuola di Belén, nella regione di Lempira, per la quale illycaffè ha contribuito alla ricostruzione del tetto, di un'aula e dei servizi igienici, aiutando un totale di 72 bambini.

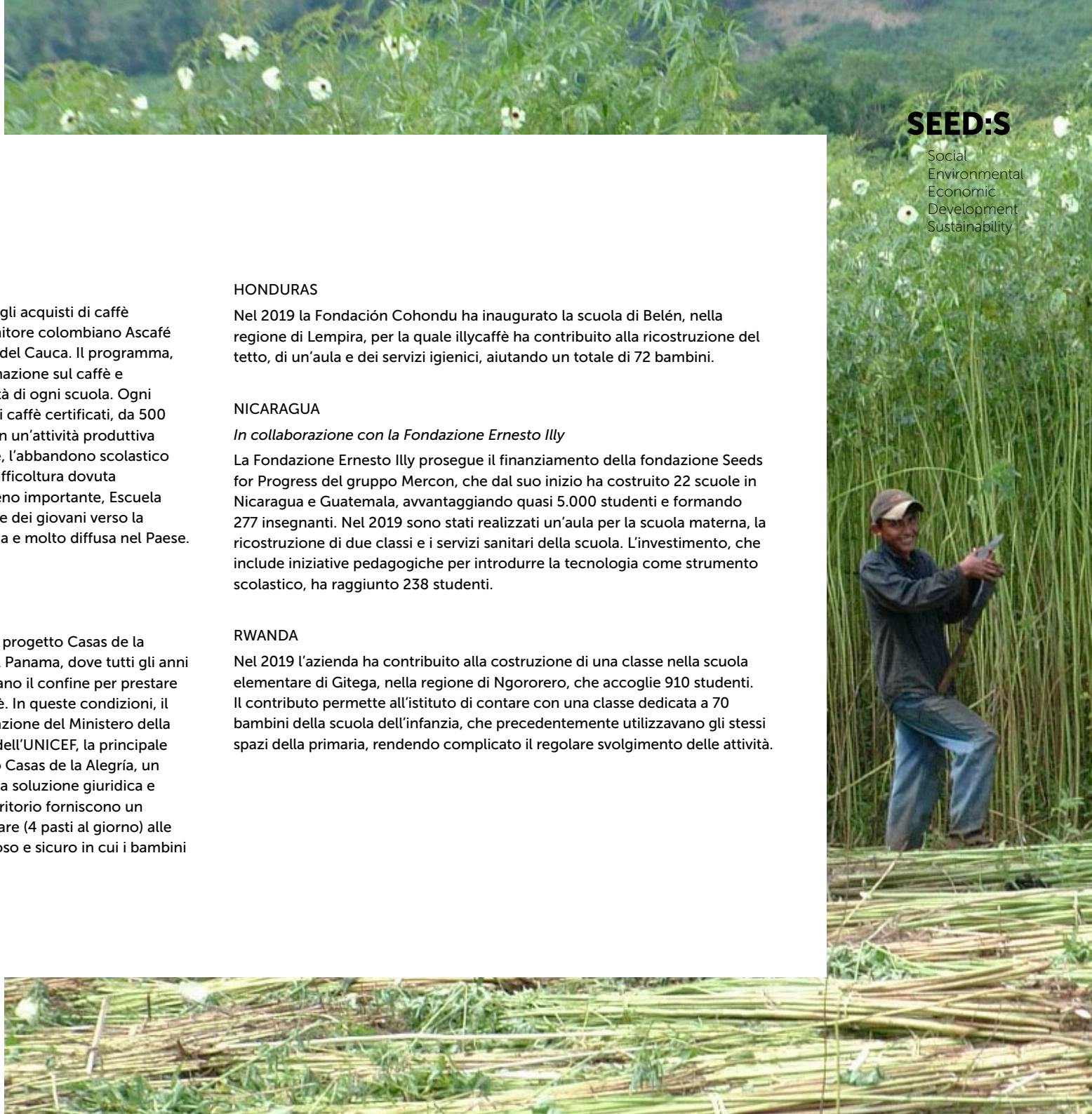
NICARAGUA

In collaborazione con la Fondazione Ernesto Illy

La Fondazione Ernesto Illy prosegue il finanziamento della fondazione Seeds for Progress del gruppo Mercon, che dal suo inizio ha costruito 22 scuole in Nicaragua e Guatemala, avvantaggiando quasi 5.000 studenti e formando 277 insegnanti. Nel 2019 sono stati realizzati un'aula per la scuola materna, la ricostruzione di due classi e i servizi sanitari della scuola. L'investimento, che include iniziative pedagogiche per introdurre la tecnologia come strumento scolastico, ha raggiunto 238 studenti.

RWANDA

Nel 2019 l'azienda ha contribuito alla costruzione di una classe nella scuola elementare di Gitega, nella regione di Ngororero, che accoglie 910 studenti. Il contributo permette all'istituto di contare con una classe dedicata a 70 bambini della scuola dell'infanzia, che precedentemente utilizzavano gli stessi spazi della primaria, rendendo complicato il regolare svolgimento delle attività.



■ 01.7.3 Fornitori di beni e servizi

Nel rispetto dei principi della sostenibilità e dell'etica degli affari, l'azienda intrattiene rapporti di mutuo beneficio con i suoi fornitori di beni e servizi, selezionandoli in base alla corrispondenza con i propri valori.

illycaffè utilizza il Portale Procurement per raccogliere, sintetizzare e confrontare un'importante quantità di dati e informazioni sui propri fornitori. Attraverso un questionario di prequalifica, i fornitori che si registrano all'interno del Portale, accettano il Modello Organizzativo e il Codice Etico dell'azienda e hanno accesso al Codice di Condotta che elenca e descrive i principi che l'azienda chiede di osservare.

Gli aspetti più rilevanti del questionario di prequalifica riguardano:

- **Etica e integrità commerciale**
- **Diritti umani e del lavoro**
- **Ambiente**

Nel 2019 sono state aggiornate le linee guida e le procedure di acquisto. È stato, inoltre, introdotto il concetto di Supplier LifeCycle Management, che individua e descrive le attività di supporto collegate alla gestione dei fornitori.



Il Supplier LifeCycle Management rappresenta un circolo virtuoso finalizzato a migliorare la performance del fornitore in un'ottica di **partnership e aiuto reciproco**.

Partendo dal processo di attivazione del contratto e avvio della collaborazione, il Procurement, accompagna il fornitore in tutte le sue "fasi di vita" passando attraverso il processo di qualifica, di segmentazione, di audit, di valutazione delle performances e dei rischi fino ad arrivare a una possibile esclusione dello stesso o allo sviluppo di un piano di miglioramento.

Il processo di qualifica, come quello di valutazione delle performance, è attivo da alcuni anni. Le domande e i relativi criteri di valutazione e selezione vengono periodicamente migliorati in base alle indicazioni interne e ai suggerimenti degli enti certificatori con cui lavora l'azienda. Nel 2019 è stato implementato il modulo sulla segmentazione ed è stato avviato un progetto collegato al Risk Monitoring e Audit Management. Queste attività permetteranno, a partire dal 2020, di valutare e verificare in maniera più approfondita diversi aspetti, fra cui la tutela delle condizioni di lavoro, dei diritti umani e degli impatti sulla società.

Si tratta di un processo ciclico che segue l'approccio del miglioramento continuo. A fine anno vengono esaminate le attività svolte, i rischi identificati, le azioni correttive implementate, i risultati ottenuti e viene pianificato il programma per l'anno successivo.

Questo metodo crea un solido rapporto tra il fornitore e la illycaffè, che alimenta a sua volta un **network virtuoso** in cui si condividono buone pratiche e ci si migliora reciprocamente.

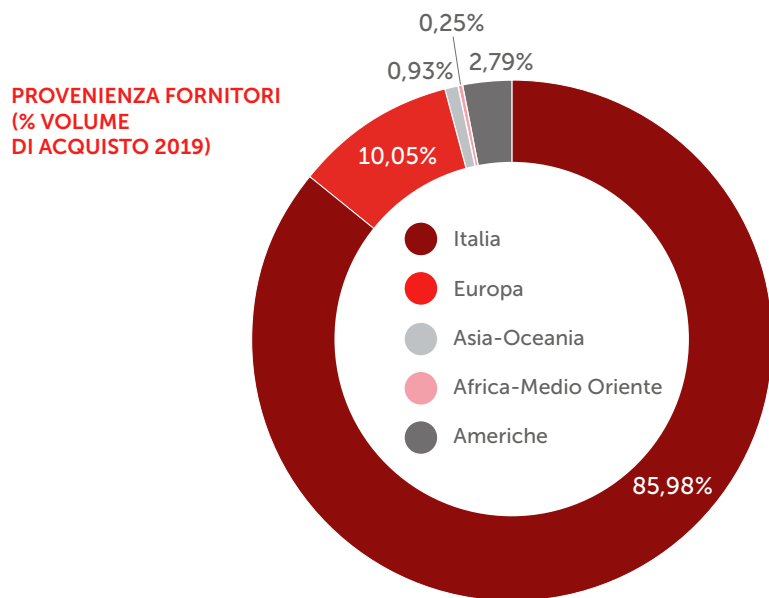
Ai fornitori strategici vengono richieste informazioni legate agli aspetti ambientali e sociali, con un grado di dettaglio ancora più specifico:

- Bilancio di sostenibilità, Bilancio integrato o strumenti di misurazione di impatto sociale e ambientale.

- Sostenibilità della catena di fornitura.
- Politiche scritte anticorruzione, pratiche anticoncorrenziali, rispetto di diritti intellettuali e/o pratiche di marketing responsabile.
- Politiche scritte o evidenze oggettive riguardanti rispetto delle diversità, discriminazioni razziali o di genere e sfruttamento minorile.
- Formazione dei dipendenti oltre agli obblighi di legge.
- Monitoraggio e risparmio dei consumi idrici ed energetici.
- Riduzione e/o recupero dei rifiuti.
- Attività finalizzate alla riduzione degli impatti ambientali.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



PROVENIENZA FORNITORI - 2019	NUMERO FORNITORI	% SUL TOTALE	PVO* IN 000/€	% DI SPESA
Italia	1018	85,98%	126.894	80,73%
Europa	119	10,05%	16.070	10,22%
Asia - Oceania	11	0,93%	12.287	7,82%
Africa - Medio Oriente	3	0,25%	17	0,01%
Americhe	33	2,79%	1.912	1,22%
Totale	1184	100,0%	157.180	100,0%

*Purchase volume: volume di acquisto

■ 01.7.4 Logistica e vendita

La gestione della logistica e dei trasporti riflette la volontà di trovare soluzioni innovative, per ridurre le emissioni e rendere più efficiente la distribuzione. I trasporti e la logistica in ingresso delle materie prime e dei materiali, nonché la logistica distributiva dei prodotti finiti verso i clienti, sono processi monitorati attentamente, anche attraverso la metodologia LCA (che prevede uno studio degli impatti in termini di impronta di carbonio dei prodotti valutando anche gli aspetti legati alla distribuzione), per garantire una valutazione degli impatti completa e lo studio di strategie di miglioramento.

LOGISTICA IN ENTRATA

Provenienza: Italia

In Italia il trasporto avviene quasi esclusivamente su gomma. illycaffè coordina il trasporto organizzando direttamente dei carichi giornalieri al fine di ottimizzare i flussi, riducendo così gli impatti ambientali, e lo stock a magazzino.

Provenienza: Estero

Il peso maggiore del trasporto in ingresso è dato dal caffè verde che arriva via mare. Il caffè viene caricato su container in sacchi oppure, ove possibile, in big bags, i sacchi contenitori da una tonnellata che consentono di ottimizzare i carichi e ridurre i costi. La selezione delle compagnie di navigazione è basata su un'approfondita analisi qualitativa del servizio, attraverso la quale vengono identificati i fornitori che hanno definito politiche per la riduzione degli impatti ambientali, adeguandosi alla nuova normativa sull'utilizzo dei biocarburanti per l'abbattimento delle emissioni di zolfo.

LOGISTICA IN USCITA

Il network distributivo è stato progettato con l'obiettivo di garantire un adeguato livello di servizio in base alla specificità dei mercati e dei canali di vendita e di contenere allo stesso tempo i costi logistici.

Destinazione: Italia

L'azienda si incarica della spedizione della merce ai propri clienti in Italia dove il totale delle spedizioni viaggia su gomma. Il 60% circa delle spedizioni viene gestita da un importante operatore di logistica che ha adottato una Politica Integrata per Qualità, Ambiente e Sicurezza e una Politica per la Responsabilità Etica e Sociale. In Italia vengono inoltre usati magazzini intermedi che permettono di ottimizzare la distribuzione ai punti vendita.

Destinazione: Estero (Europa e extra EU)

Gli invii verso i Paesi europei seguono la stessa impostazione degli invii destinati al perimetro nazionale. In alcuni casi è stato adottato il trasporto intermodale, scegliendo la combinazione gomma/nave/gomma, nell'ottica di ridurre l'impatto ambientale, così come sono state incentivate le spedizioni full truck, dove illycaffè si assume la responsabilità della consegna a carichi completi.

Le spedizioni destinate ai Paesi extraeuropei avvengono via mare, utilizzando compagnie di navigazione che mettono in atto chiare e dettagliate politiche di sostenibilità come per la logistica in entrata.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

02

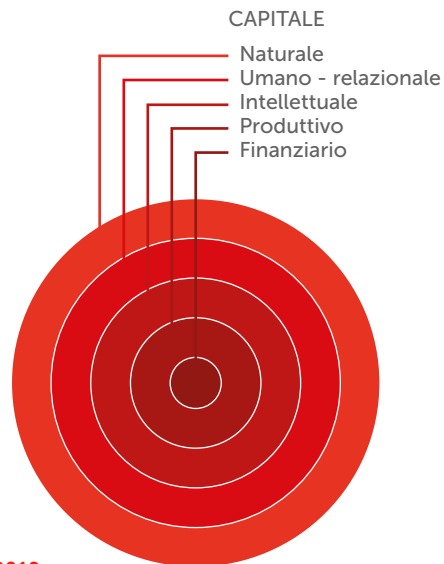
i capitali

Il modello per capitali e l'organismo-azienda

Nel linguaggio comune il capitale è quello finanziario. Illycaffè, ispirandosi al Framework dell'Integrated Reporting (IIRC), concorda nell'importanza di più capitali, perché l'azienda è più simile ad un organismo vivente, parte di un ecosistema fatto da diversi elementi, che a una entità isolata.

I capitali sono i pilastri su cui l'azienda investe e gli elementi che vuole sviluppare nel tempo per creare valore condiviso. In una prospettiva di Reporting Integrato, illycaffè ha identificato sei capitali, interconnessi e interdipendenti, che caratterizzano le relazioni fra le unità operative, le funzioni dell'intera organizzazione e il contesto in cui opera. Tra i capitali esiste una chiara gerarchia: Naturale - Umano - Relazionale - Intellettuale - Produttivo - Finanziario.

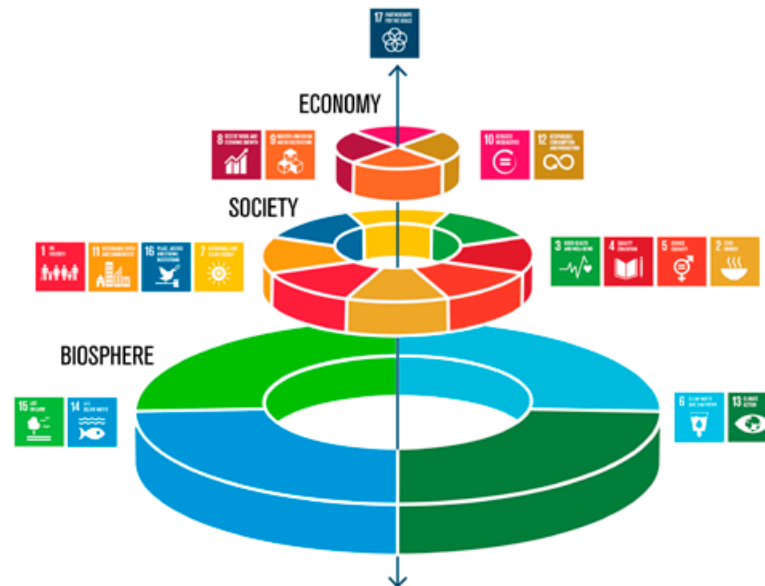
La loro organizzazione è rappresentata da una gerarchia annidata: i capitali più esterni comprendono quelli più interni, la loro qualità e solidità sono indispensabili perché il 'sistema azienda' possa prosperare nella società. I capitali finanziario e produttivo senza i capitali intellettuale, umano-relazionale e naturale non avrebbero alcun valore e per questo devono essere al servizio dei capitali rappresentati più all'esterno, quindi superiori nella gerarchia.



Il capitale naturale è l'ecosistema all'interno del quale tutte le attività umane si svolgono. La natura può funzionare perfettamente ed è indispensabile per gli umani, mentre gli umani non sono affatto indispensabili per essa. I capitali umano e relazionale sono un sottoinsieme del capitale naturale. Con immaginazione, capacità creativa e realizzativa, insieme le persone possono modificare la realtà, sviluppare idee, e organizzare le risorse necessarie per trasformare quelle idee in risultati.

I sei capitali rappresentano quindi le componenti fondamentali che rendono possibile il funzionamento e la prosperità di illycaffè oggi e su cui l'azienda ha costruito il modello d'impatto del futuro: ogni componente è essenziale per la creazione di valore condiviso, che è l'obiettivo di una stakeholder company e Società Benefit.

Le azioni sui i sei capitali definiscono anche l'impatto sui Sustainable Development Goals (SDGs), che illycaffè raggiunge attraverso la sua politica di sostenibilità basata sulla creazione di valore economico, sociale e ambientale.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



UN RISULTATO
SOSTENIBILE
È POSSIBILE.

02.1 capitale finanziario

02.1

HIGHLIGHTS

+8,8%
del valore della
produzione nel 2019

491
milioni di euro:
il valore economico
distribuito
al 31 dicembre
a livello di
consolidato

+7,6%
di vendite a volume
rispetto al 2018

capitale finanziario

Il capitale finanziario comprende i principali risultati economici generati dall'azienda nel 2019, con particolare attenzione al valore economico che le attività di impresa hanno creato e distribuito ai suoi stakeholder.

SDGs



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

- Questo capitale è legato agli obiettivi economici del business. In quest'ottica, non è direttamente collegato alle finalità specifiche di beneficio comune che definiscono invece gli impatti sociali e ambientale che l'azienda persegue oltre al profitto.

OUTCOMES

- Crescita e prosperità del business.

SFIDE

- Assicurare una crescita sostenibile tenendo conto delle sfide e del contesto.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le **finalità specifiche di beneficio comune**, sono gli obiettivi d'impatto scritti da illycaffè nel proprio statuto. Sono il DNA, l'identità che orienta la crescita del business e che s'intersecano profondamente in tutte le operazioni aziendali.

Gli **outcomes**, sono il vero valore positivo creato da illycaffè, dalle sue pratiche, politiche e azioni espresse dal capitale.

Le **sfide**, sono gli ostacoli che il contesto e il settore pongono davanti ad un'azienda nel processo di creazione di impatto. Quest'ultima infatti è un'attività che non può prescindere dal considerare questi elementi e di raccontarlo in modo trasparente.

I **Sustainable Development Goals**, sono i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, a cui illycaffè contribuisce in diverso modo con le proprie attività.

Capitale finanziario

I risultati finanziari sono i dati con cui solitamente si misura la creazione di valore di un'azienda. Se l'aspetto finanziario è un elemento centrale per una realtà che fa business, è altrettanto chiaro che fare impresa oggi (e domani) non potrà più prescindere dal perseguire un impatto positivo anche per le persone e l'ambiente.

02.1.1 I risultati economici

Nel 2019 illycaffè ha migliorato i risultati sia a livello reddituale che finanziario, grazie all'aumento dei volumi di vendita e alla riduzione degli oneri netti. Il Valore della Produzione ha registrato una crescita dell'8,8% rispetto al 2018. I dati economico-finanziari evidenziano un margine operativo lordo (EBITDA) in aumento rispetto all'anno precedente e un utile netto di 19 milioni, anch'esso in crescita. L'azienda ha beneficiato di una riduzione degli oneri legati alla gestione finanziaria, che ha parzialmente controbilanciato il fisiologico aumento delle imposte legato al beneficio del "Patent Box" avuto nel 2018 e riferito agli esercizi 2015-2017.

Principali indicatori di sintesi del Gruppo

	2018	2019
ROI	10,7%	13,3%
ROE	13,2%	12,6%
ROS	5,7%	6,9%
PFN/Ebitda Adjusted	1,56	1,47
PFN/Ebitda	1,65	1,55
PFN/Equity	0,85	0,75
Numero dipendenti	1.294	1.405

¹ Introdotta dal Governo Italiano con la Legge di stabilità 2015, il Patent Box rappresenta il regime di tassazione agevolata che consente l'esclusione dalla tassazione di una quota del reddito derivante dall'utilizzo di opere dell'ingegno, brevetti, marchi, disegni, modelli ed altre attività immateriali.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability





SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Con l'obiettivo di porre in evidenza il valore economico che le attività di impresa hanno generato e distribuito agli stakeholder, illycaffè utilizza il parametro del Valore Economico Distribuito che, al 31 dicembre 2019 a livello consolidato, è pari a 491,15 milioni di euro, in aumento dell'11,9% rispetto al 2018.

Voci di bilancio

VOCI (dati in euro)	2018	2019	VAR 2018-2019
---------------------	------	------	------------------

VALORE ECONOMICO GENERATO

a) Ricavi	490.510.114	533.646.988	8,8%
b) Proventi finanziari	1.006.441	1.366.161	35,7%
(A) Totale valore economico generato	491.516.555	535.013.149	8,8%

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO

a) Costi operativi	310.760.509	344.274.348	10,8%
b) Remunerazione del personale	103.973.057	109.822.516	5,6%
c) Capitale di credito e di rischio	16.268.438	19.012.774	16,9%
d) Imposte e tasse	7.014.988	16.786.718	139,3%
e) Donazioni contributi associativi	1.057.833	1.257.805	18,9%
(B) Totale valore economico distribuito	439.074.825	491.154.162	11,9%
(A-B) VALORE ECONOMICO TRATTENUTO DAL GRUPPO	52.441.729	43.858.987	-16,4%

Questi dati rappresentano i rapporti tra l'azienda e il sistema socio-economico con cui interagisce, aspetto essenziale per una stakeholder company e Società Benefit, in particolare, in riferimento a questi stakeholder:

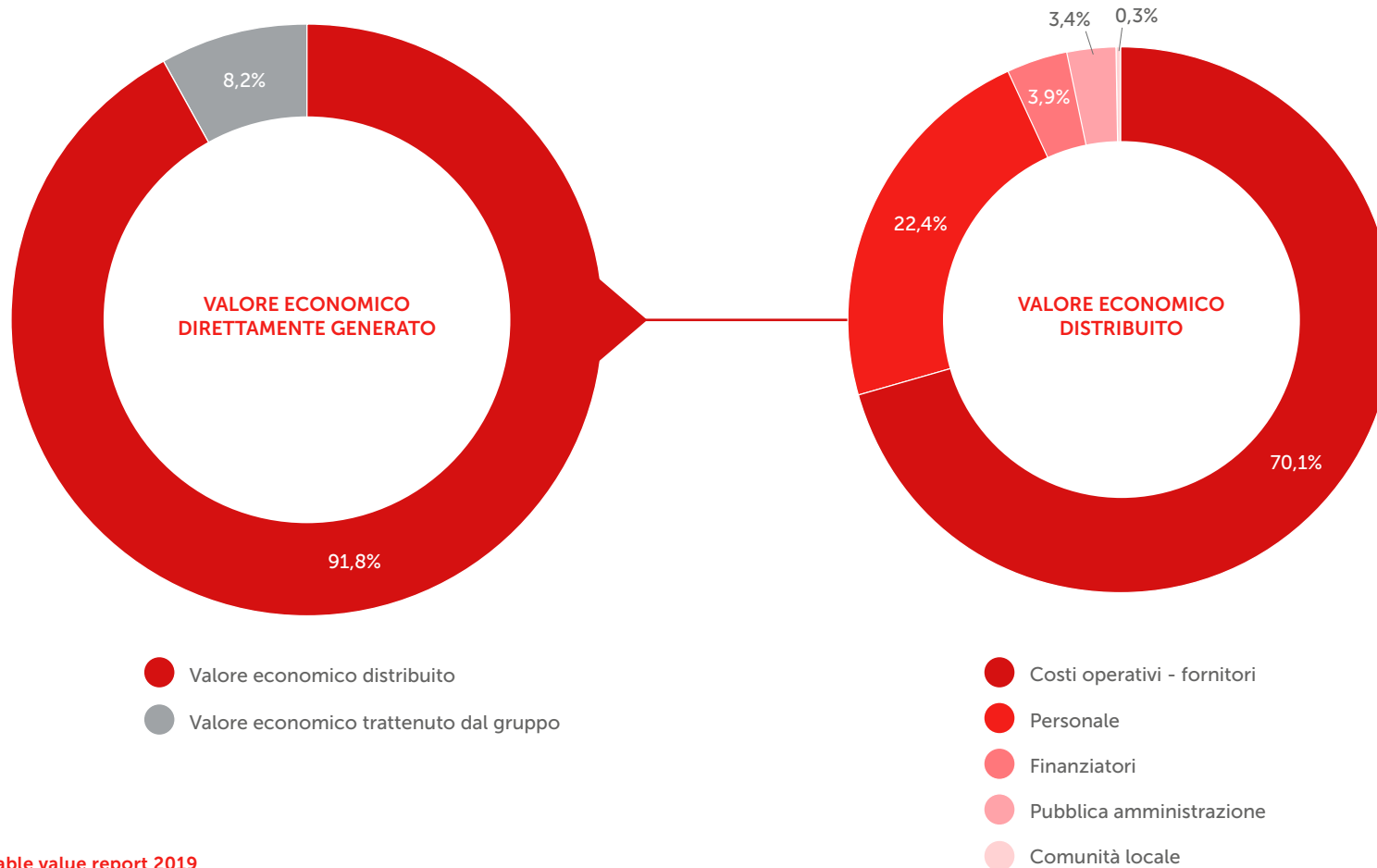
- **Fornitori:** remunerazione dovuta all'acquisto di materie prime e ad altri servizi gestionali.
- **Risorse Umane:** remunerazioni dirette e indirette dei collaboratori (dipendenti e non).
- **Pubblica amministrazione:** pagamento di tasse e tributi.
- **Finanziatori:** remunerazione del capitale di rischio e di credito.
- **Collettività:** quote associative e liberalità.

Analizzando il Valore Economico prodotto e distribuito nel 2019 (491,15 milioni di euro) a livello consolidato emerge che:

- La quota più rilevante, 70,1%, è stata destinata alla remunerazione dei fornitori, in particolare alla gestione dei servizi operativi e gestionali e all'acquisto di materie prime.
- Il 22,4% è rivolto alla retribuzione delle Risorse Umane. In questa voce è compreso sia quanto previsto dal rapporto contrattuale sia una serie di costi sostenuti dall'azienda, come quelli per la formazione e per la gestione

della mensa interna.

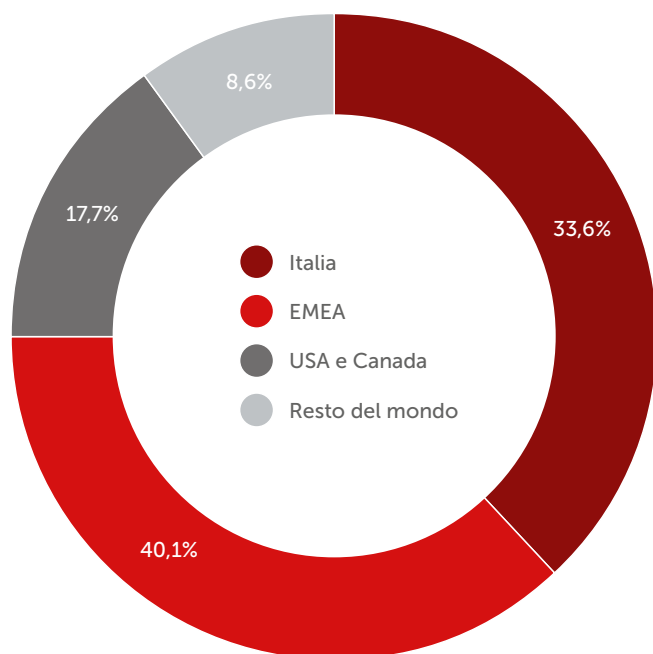
- Ai finanziatori è stato distribuito il 3,9% del valore economico, composto da dividendi per gli azionisti, utili di terzi e oneri finanziari.
- Il 3,4% è stato destinato alla Pubblica Amministrazione (Stato ed Enti Locali) sotto forma di imposte e tasse.
- Lo 0,3%, è stato indirizzato alla collettività sotto forma di oneri per utilità sociale (il dato riguarda per larga parte i contributi che illycaffè S.p.A. ha erogato a favore della Fondazione Ernesto Illy) e quote associative.



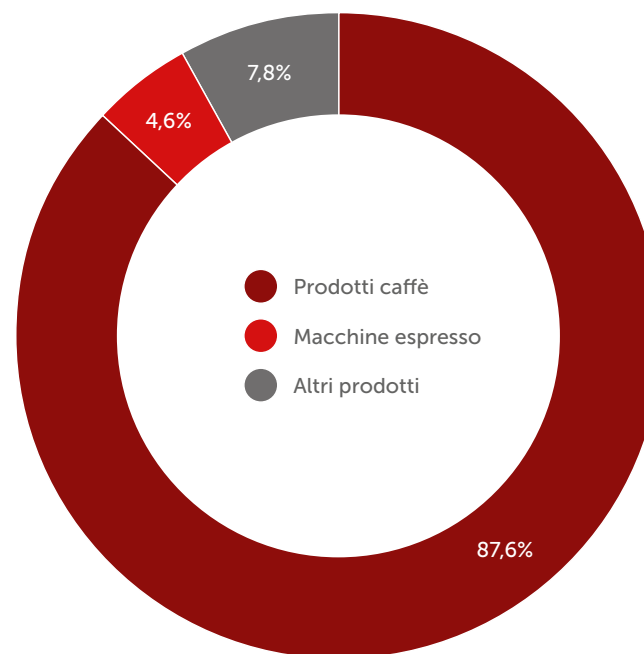
Nel corso del 2019 l'andamento delle vendite ha segnato un incremento rispetto l'anno precedente in termini di volumi di caffè e fatturato. Anche le vendite di macchine da caffè sono aumentate, spinte dalla campagna di accelerazione per il sistema lperespresso e da politiche di prezzo volte a massimizzare la base installata².

Il dato di crescita include sia le performance dei Paesi in cui l'azienda opera con distribuzione diretta che quelle dei Paesi serviti attraverso distributori indipendenti. Nel 2019, l'Italia ha generato il 33,6% del fatturato, mentre l'export pesa per il 66,4%.

RICAVI PER AREA GEOGRAFICA - 2019



RICAVI PER PRODOTTI - 2019



² numero di macchine vendute.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



LAVORIAMO
PER PRODURRE
QUALITÀ E SICUREZZA.

02.2 capitale produttivo

02.2

HIGHLIGHTS

269

punti vendita (192 illy Caffè e 77 illy Shop) suddivisi tra 245 in franchising e 24 in gestione diretta

39

nuovi monomarca aperti nel 2019 (37 illy Caffè e 2 illy Shop)

capitale produttivo

Il capitale produttivo comprende le infrastrutture fisiche e le tecnologie utilizzate per la produzione e la fornitura dei servizi insieme alle garanzie di qualità e sicurezza dei prodotti.

Descrive le principali attività e sistemi di gestione adottati negli anni per promuovere uno sviluppo sostenibile in questi ambiti.

SDGs



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

- Promuovere il rispetto dell'ambiente lungo tutta la catena del valore. Considerare prodotti e sistemi anche secondo criteri coerenti con i principi della sostenibilità e dell'economia circolare, a beneficio del pianeta.

OUTCOMES

- Portare sul mercato un prodotto capace di esprimere i valori e la qualità che stanno dietro la sua creazione.

SFIDE

- Continuare a far riconoscere il valore nascosto in ogni tazzina di caffè.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le **finalità specifiche di beneficio comune**, sono gli obiettivi d'impatto scritti da illycaffè nel proprio statuto. Sono il DNA, l'identità che orienta la crescita del business e che s'intersecano profondamente in tutte le operazioni aziendali.

Gli **outcomes**, sono il vero valore positivo creato da illycaffè, dalle sue pratiche, politiche e azioni espresse dal capitale.

Le **sfide**, sono gli ostacoli che il contesto e il settore pongono davanti ad un'azienda nel processo di creazione di impatto. Quest'ultima infatti è un'attività che non può prescindere dal considerare questi elementi e di raccontarlo in modo trasparente.

I **Sustainable Development Goals**, sono i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, a cui illycaffè contribuisce in diverso modo con le proprie attività.

■ 02.2.1 Qualità e sicurezza dei prodotti illy

La qualità sostenibile del caffè nasce da una lavorazione con oltre ottant'anni di esperienza mista a passione familiare e imprenditoriale capace di integrare tecnologie all'avanguardia e processi sostenibili. Per raggiungere questo obiettivo è fondamentale proporre, insieme a un prodotto di qualità, una preparazione, un servizio e un'esperienza di consumo eccellenti.

L'azienda opera in un'ottica di continuo miglioramento della qualità nella produzione. Questo approccio si riflette nell'impegno a realizzare prodotti sicuri, nel rispetto delle regole e delle norme che disciplinano il settore agroalimentare, e a sviluppare sofisticati sistemi di monitoraggio: il 100% della produzione è realizzata in stabilimenti certificati secondo standard per la qualità e la gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale².

Le certificazioni British Retail Consortium (BRC), International Food Standard (IFC), Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) rappresentano le linee guida per tutte le attività realizzate dall'azienda a garanzia della salute e sicurezza del consumatore e vengono applicate a tutti i prodotti illycaffè.

L'azienda verifica la conformità delle etichettature, del rispetto della normativa per la conformità delle macchine, degli imballi e del materiale a contatto con gli alimenti, delle schede dati di sicurezza (SDS) in materia di sostanze chimiche, secondo la normativa REACH (registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche) e RoHS (Restriction of Hazardous Substances Directive).

Il dipartimento di Ricerca e Innovazione di illycaffè – riconosciuto a livello internazionale come un centro di eccellenza – si compone di tre laboratori di ricerca per il controllo della qualità (uno a Trieste, uno a San Paolo e uno a Miami) e di cinque laboratori integrati per il trasferimento orizzontale di conoscenza e in contatto con centri universitari: AromaLab e SensoryLab, BioLab, TechLab e FoodScienceLab.



PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI LAVORO

- Contam dell'European Coffee Federation (ECF) per seguire la tematica legata alla modifica sul limite per l'impiego del glifosato.
- Single Serve Unit Working Group (SSU WG) all'interno dell'European Coffee Federation (ECF) per la tematica inerente al riciclo delle capsule di caffè in Europa.
- Riciclo capsule della Union Italian Food (ex Aiipa) sul tema del riciclo delle capsule di caffè in Italia.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

■ 02.2.2 Approvvigionamento e lavorazione della materia prima

illycaffè, per il proprio blend 100% Arabica, va alla ricerca dei chicchi migliori: una scrupolosa analisi pre-acquisto permette di testare il gusto e gli aromi del campione, scoprendo eventuali difetti visivi e olfattivi.

Dai lontani Paesi in cui nasce allo stabilimento di Trieste, dove attraversa le sue trasformazioni più importanti, il caffè compie un lungo percorso per arrivare fino alle tazzine dei consumatori. Ogni passaggio è determinante per la qualità del prodotto finale. Prima dell'acquisto i laboratori di analisi e qualità di illycaffè esaminano i campioni di caffè: vengono eseguite analisi che escludono la presenza di metalli pesanti, fitofarmaci, diserbanti e insetticidi. Dal momento in cui il caffè entra in azienda a quello in cui esce, vengono effettuati 135 controlli a campione.

Giunto allo stabilimento produttivo di Trieste, con l'ausilio delle tecnologie più avanzate e grazie alle conoscenze più approfondite il caffè viene selezionato, miscelato, tostato, macinato e pressurizzato attraverso le linee di produzione dello stabilimento produttivo. Attraverso le linee produttive dello stabilimento di Robecchetto con Induno, il caffè si trasforma in prodotto in capsule.

	APPROVVIGIONAMENTO MATERIA PRIMA: l'azienda sviluppa un rapporto di collaborazione diretta e possibilmente a lungo termine con i propri produttori, per garantire la qualità del prodotto. Prima dell'acquisto, i laboratori di analisi e qualità di illycaffè analizzano i campioni di caffè, sia per il rilascio dei certificati fitosanitari, sia per attestare l'assenza di metalli pesanti, fitofarmaci, diserbanti e insetticidi.
	TOSTATURA, CONSERVAZIONE E MISCELAZIONE: il caffè viene tostato negli stabilimenti aziendali, viene poi conservato in magazzini coibentati e miscelato in base alla ricetta del blend 100% Arabica, per ottenere il gusto illy, costante ed equilibrato.
	CONFEZIONAMENTO E PRESSURIZZAZIONE: l'espresso è una bevanda complessa, cui concorrono 1.500 sostanze (di cui 800 volatili) e 13 variabili chimico-fisiche che incidono sulla corretta preparazione. illycaffè ha brevettato la pressurizzazione, processo che prevede la sostituzione dell'aria all'interno delle confezioni con gas inerte sotto pressione, imprigionando l'aroma del caffè appena tostato. In tal modo gli aromi si concentrano negli olii del caffè, conferendo rotondità, dolcezza e intensità al gusto, conservandone e addirittura esaltandone, nel tempo, la fragranza.

² Nel corso del 2019 l'azienda non ha ricevuto alcuna sanzione per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti le tematiche di qualità, sicurezza alimentare, rintracciabilità e similari.

³ L'erbicida più utilizzato al mondo, oggetto di dibattito e discussioni al livello internazionali rispetto ai suoi potenziali danni sulla salute. Il primo ottobre 2019 una sentenza della Corte di giustizia europea ha definito che "Non sussistono elementi per inficiare la legittimità sull'uso del glifosato", ma il dibattito rimane aperto.

■ 02.2.3 Sistemi di gestione e certificazione

A garanzia della qualità della filiera sono stati adottati una serie di standard volontari nazionali e internazionali per i quali, nel corso del 2019, si sono svolte attività di mantenimento e ri-certificazione:

SISTEMA DI GESTIONE

PER LA QUALITÀ ISO 9001



Definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione della qualità, cosicché il cliente finale possa essere certo che servizi e prodotti immessi sul mercato corrispondano a specifiche dichiarate dall'azienda. illycaffè è stata la prima azienda del settore del caffè in Europa a ricevere la certificazione per il sistema di gestione della qualità.

Il sistema è applicato da illycaffè S.p.A. e da da Experimental Agricola do Brasil Ltda.

ENERGIE ISO 50001



Definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione delle energie. Il sistema viene implementato nell'ottica del miglioramento continuo, attraverso la gestione sistematica dell'energia e la riduzione dei costi energetici.

Standard applicato da illycaffè S.p.A.

AMBIENTALE ISO 14001



Definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione ambientale per attivare un processo dinamico e ciclico che, mediante la ricerca del miglioramento continuo, consente di gestire il proprio rischio ambientale.

Standard applicato da illycaffè S.p.A.

SALUTE E SICUREZZA ISO 45001



Definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione della salute e sicurezza dei lavoratori che, rispetto agli attuali standard, possa fornire linee guida univoche nel contesto del mercato internazionale.

REGISTRAZIONE EMAS



La registrazione EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) indica la conformità di illycaffè S.p.A. a quanto disposto dal Regolamento (UE) 2018/2066 del 19 dicembre 2018, che modifica l'allegato IV del regolamento CE n. 1221/2009 volto a favorire una gestione razionale degli aspetti ambientali sulla base non solo del rispetto dei limiti di legge, ma anche sul continuo miglioramento delle proprie prestazioni ambientali, su l'attiva partecipazione dei dipendenti e sulla trasparenza con le istituzioni e il pubblico.

Registrazione di illycaffè S.p.A.

SOSTENIBILITÀ

SUSTAINABLE PROCUREMENT PROCESS

illycaffè è la prima azienda al mondo ad adottare lo standard SPP di DNV-GL, che attesta l'integrazione di principi di responsabilità e sviluppo sostenibile nei processi di approvvigionamento e gestione della filiera produttiva e la creazione di valore per tutti gli attori coinvolti.

Schema applicato da illycaffè S.p.A.

STATUS AEO (Operatore Economico Autorizzato)



Attestazione che viene rilasciata dall'Agenzia Doganale. Certifica l'affidabilità di illycaffè in relazione alle autorità doganali garantendo un rigoroso rispetto delle normative e della sicurezza sui prodotti.

SICUREZZA E IGIENE ALIMENTARE

REG. (CE)
852/2004
-TEMA
HACCP-



Applicazione del regolamento comunitario per la prevenzione o mitigazione dei rischi per la sicurezza alimentare nei processi di preparazione di cibi e bevande (obbligatorio in molti paesi, tra cui l'UE).

Regolamento applicato da illycaffè S.p.A.

FSMA (FOOD
SAFETY
MODERNIZATION
ACT)

Applicazione del regolamento FDA (Food and Drug Administration) per tutti gli operatori del settore alimentare che esportano e commercializzano prodotti alimentari nel mercato USA. Adozione di un piano di controllo FSP (Food Safety Plan) basato su uno specifico protocollo HARPC (Hazard Analysis and Risk-Based Preventive Controls) per il sistema di gestione della sicurezza alimentare.

Regolamento applicato da illycaffè S.p.A.

BRC (BRITISH
RETAIL
CONSORTIUM)
FOOD
CERTIFICATE



Sono entrambi standard di qualità e sicurezza alimentare, richiesti da mercati diversi e accettati dalla maggioranza dei retailer di prodotti agroalimentari. Sulla piattaforma condivisa GFSI (Global Food Safety Initiative), che si occupa di confrontare programmi di certificazione di sicurezza alimentare, sono considerati equivalenti. Gli standard fanno riferimento ai sistemi di gestione qualità (ISO 9001), alla metodologia HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), e a un insieme di requisiti GMP (Good Manufacturing Practice), GLP (Good Laboratory Practice) e GHP (Good Hygiene Practice). Il fine degli schemi è quello di garantire il rispetto dei requisiti di qualità e sicurezza degli alimenti, oltre che il rispetto delle norme di legge che regolano il settore.

Schemi applicati da illycaffè S.p.A.

IFS
(INTERNATIONAL
FOOD
STANDARD)
FOOD
CERTIFICATE



CONFORMITÀ PRODOTTO

BUREAU VERITAS
CERTIFICATION
FRANCE
Qualité France



Attesta la conformità del prodotto a un disciplinare che assicura la migliore soddisfazione dei consumatori. Rilasciata da Qualité France (dal 2012 Bureau Veritas Certification France), concerne parametri di eccellenza e costanza qualitativa del prodotto e tutta una serie di parametri igienico sanitari di rispondenza alla legislazione vigente sul caffè, nonché a parametri volontari più restrittivi della normativa o non contemplati dalla normativa vigente.

Certificazione adottata da illycaffè S.p.A.

HALAL



Attesta la conformità alle norme etiche e igienico-sanitarie della legge e della dottrina dell'Islam.

Certificazione adottata da illycaffè S.p.A.

KOSHER



Attesta la conformità alle regole alimentari ebraiche.

Certificazione adottata da illycaffè S.p.A.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

■ 02.2.3 Network illycaffè

Il blend illy viene commercializzato in 144 paesi dei 5 continenti e servito in oltre 100.000 esercizi pubblici. L'azienda opera anche attraverso i punti vendita monomarca: 192 illy Caffè nelle più importanti città di 34 Paesi. Si trovano negli aeroporti, nelle vie più frequentate, nei centri commerciali di alta qualità, nei musei, nei luoghi della cultura e del cuore per portare a più persone possibili il gusto e la qualità di illy.

	2018	2019
ILLY CAFFÈ Gestione diretta e franchising	179	192
ILLY SHOP Gestione diretta e franchising	80	77

Nel corso del 2019 sono stati aperti 39 punti vendita:

- 37 illy Caffè.
- 2 illy Shop, di cui 1 a Shanghai.

Le nuove aperture hanno interessato in particolare:

- L'area EMEA (Europa, Middle East e Africa), dove sono stati aperti 14 illy Caffè.
- L'Asia, dove sono stati aperti 13 nuovi illy Caffè e 2 illy Shop (in Cina e Corea del Sud).
- Il Nord America, dove sono stati aperti 10 illy Caffè.

Nel 2019 è proseguita l'attività di riqualificazione della rete - attività di controllo basata sui principi di qualità, identità e profittabilità - che ha visto uscire dal network 29 punti vendita, di cui 24 illy Caffè e 5 illy Shop¹.



¹ Per un maggiore approfondimento, si rimanda al paragrafo "Creazione di valore nel canale B2C" nel Capitale Relazionale.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



● Sede e filiali di illycaffè nel mondo

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



DIFFONDIAMO
UN SAPERE
SENZA BARRIERE.

02.3

**capitale
intellettuale**

02.3

HIGHLIGHTS

28

sedi dell'Università
del Caffè nel mondo

290

titoli brevettuali,
di cui 246 concessi
e 44 pendenti

5

milioni di euro
investiti in Ricerca
& Sviluppo

300.364

persone formate
dall'avvio delle attività
dell'Università

capitale intellettuale

Il capitale intellettuale rappresenta i beni materiali e il valore della conoscenza propri dell'azienda. Valorizza le attività di ricerca e innovazione fatte in ambito di processi e prodotti e l'impegno nella formazione e divulgazione della cultura del caffè attraverso l'Università del Caffè.

SDGs



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

- "Considerare prodotti e sistemi anche secondo criteri coerenti con i principi della sostenibilità e dell'economia circolare, a beneficio del pianeta"
- "Migliorare l'efficienza energetica e il consumo di risorse, tenendo in considerazione le migliori pratiche e le soluzioni innovative nel perseguimento della progressiva riduzione di emissioni"
- "Partecipare al dibattito internazionale sui temi dell'aspirazione alla felicità, del benessere e del miglioramento della qualità di vita, prevalentemente ma non esclusivamente nelle aree mondiali di coltivazione del caffè"
- "Favorire partnership globali per promuovere la sostenibilità e la sensibilità internazionale in merito"

OUTCOMES

- Miglioramento dell'impatto esperienziale del consumo di caffè.
Riduzione dell'impatto ambientale attraverso pratiche di ricerca e innovazione nelle tecnologie e nei materiali.
Lavorazione e valorizzazione della materia prima per ottenere la massima qualità.
- Promozione della Cultura del Caffè in tutto il mondo.

SFIDE

- Bilanciare il binomio costo-sostenibilità.
Nell'ambito dello smaltimento delle capsule, diffondere modelli di recupero e riciclo ugualmente efficaci in paesi caratterizzati da normative diverse.
- Rafforzare la leadership e l'imprenditorialità femminile nella coltivazione del caffè.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le **finalità specifiche di beneficio comune**, sono gli obiettivi d'impatto scritti da illycaffè nel proprio statuto. Sono il DNA, l'identità che orienta la crescita del business e che s'intersecano profondamente in tutte le operazioni aziendali.

Gli **outcomes**, sono il vero valore positivo creato da illycaffè, dalle sue pratiche, politiche e azioni espresse dal capitale.

Le **sfide**, sono gli ostacoli che il contesto e il settore pongono davanti ad un'azienda nel processo di creazione di impatto. Quest'ultima infatti è un'attività che non può prescindere dal considerare questi elementi e di raccontarlo in modo trasparente.

I **Sustainable Development Goals**, sono i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, a cui illycaffè contribuisce in diverso modo con le proprie attività.

■ 02.3.1 Innovazione & ricerca

Il gusto è il risultato di un metodo. L'approccio che illy segue per ottenere la migliore qualità del caffè, combina passione, scienza e innovazione. Questo metodo è diventato un valore fondante che percorre tutta la storia dell'azienda e che ha contribuito negli anni alla sua fortuna. Delle otto innovazioni radicali che nel secolo scorso hanno rivoluzionato il mondo del caffè, tre nascono alla illycaffè:

- **1933, la pressurizzazione:** il sistema di conservazione che sostituisce l'aria all'interno delle confezioni con gas inerte ad alta pressione, si mantengono così inalterati nel tempo la freschezza e gli aromi del caffè;
- **1935, la Illetta:** la capostipite delle attuali macchine per caffè professionali con la formula dell'espresso ad alta pressione;
- **1974, la cialda in carta:** l'industrializzazione del primo monoporzionato, che esporta l'espresso nei paesi in cui non esisteva la professionalità del barista.

Inoltre, nel 1988, l'azienda ha brevettato il sistema per la selezione colorimetrica digitale dei chicchi che consente di scegliere solo quelli perfetti. Basta infatti un solo chicco difettoso tra i cinquanta che compongono una tazzina di caffè espresso per comprometterne la qualità.

L'innovazione più recente è il sistema **Iperespresso** in cui vi è una capsula che estrae il caffè in due fasi, iperinfusione ed emulsione, dando luogo ad un risultato qualitativo unico per corpo e persistenza.

In generale, l'innovazione guida la ricerca verso prodotti e servizi sempre più sostenibili a partire da miglioramenti nei processi produttivi che possano ridurre gli impatti ambientali, sia dell'azienda che dei consumatori, valorizzando sempre la materia prima.



I laboratori

La creatività innovativa è realizzata dal Dipartimento di Ricerca e Sviluppo. Riconosciuto come un centro di eccellenza a livello internazionale, sviluppa soluzioni tecnologiche innovative attraverso le attività sperimentali di 5 laboratori specializzati:

AROMALAB - Specializzato in ricerche sulla caratterizzazione dei composti chimici volatili e non-volatili, sull'individuazione dei precursori dell'aroma e sull'identificazione delle sostanze che determinano gusto e corpo. Il laboratorio studia anche metodi e processi ai fini della tracciabilità, autenticità e sicurezza del prodotto e il possibile riutilizzo degli scarti di lavorazione.

SENSORYLAB - Integrando chimica, fisica e psicologia, il laboratorio si occupa dello studio scientifico del rapporto tra stimoli sensoriali - gusto e olfatto - e sensazioni evocate.

BIOLAB - Diviso in due unità operative, dedicate alla microscopia e alla genetica-biologia molecolare, questo laboratorio ha il compito di studiare dal punto di vista dell'informazione genetica le sostanze presenti nel caffè, inteso sia come seme sia come bevanda espresso.

TECHLAB - Si occupa di sviluppo tecnologico nel settore del packaging e dei prodotti porzionati, anche con la finalità di diminuire l'impatto sull'ambiente delle confezioni, mantenendo il livello della loro resa.

FOODLAB - È dedicato alla ricerca sugli alimenti e sui prodotti a base di caffè. Ai 5 laboratori si affiancano due unità di ingegneria che hanno la finalità di sviluppo di prodotto, la prima ha il compito di progettare e avviare a produzione i prodotti durevoli, le macchine da caffè dell'azienda. La seconda ha il compito di progettare o di gestire commesse relative a impianti industriali di produzione di prodotti consumabili.

Nei laboratori di illy si dà molta importanza agli studi legati alla sostenibilità ambientale, con particolare attenzione all'economia circolare e alla valorizzazione dei materiali, alla massimizzazione del recupero di rifiuti e degli scarti fino ai piani per contrastare il cambiamento climatico.

CAMBIAMENTO CLIMATICO E L'INDUSTRIA DEL CAFFÈ

Il riscaldamento globale sta mettendo a rischio le piantagioni e varietà di caffè, danneggiando pesantemente le piante a causa delle alte temperature e delle eccessive piogge. Secondo gli esperti, entro il 2050 saranno dimezzati i terreni dedicati alla coltura del caffè di qualità Arabica, che rappresenta il 70% del caffè prodotto nel mondo.

Per quanto riguarda l'economia circolare, l'obiettivo degli studi dei laboratori è quello di intervenire sulla funzionalità, sull'estetica e sul design delle macchine da caffè, senza compromettere la piacevolezza e la qualità dei prodotti. Ruolo fondamentale in questo processo è giocato dai materiali. La ricerca è sempre più rivolta verso l'utilizzo di materiali **compostabili, riciclabili, green-based** e non inquinanti, nel pieno rispetto delle normative per lo smaltimento e delle normative comunitarie RoHS (Restriction of Hazardous Substances Directive).

Per contribuire a recuperare gli scarti alimentari, grazie allo studio sul ciclo di vita dei prodotti – Life Cycle Assessment –, l'azienda ha attuato piani di miglioramento focalizzati sulla durabilità dei prodotti. Nel 2018 illy ha preso parte al progetto Prolific, che prevede di dare vita a nuovi prototipi di prodotti provenienti dagli scarti della lavorazione del caffè, di legumi e funghi.

illy finanzia e collabora ad attività di ricerca focalizzate sul cambiamento climatico in partnership con diverse Università e centri di ricerca. Un'importante ricerca, quella relativa ai dati grezzi della ricostruzione del genoma di *Coffea arabica*, è stata messa a disposizione della comunità scientifica attraverso il sito del World Coffee Research, organizzazione no-profit per la ricerca e lo sviluppo nel settore del caffè a livello internazionale. Si tratta di un unicum nel panorama della ricerca genetica che accelera l'impegno della scienza a favore del futuro della coltivazione di caffè.

Macchine da caffè

- Per rispondere all'esigenza di ridurre i consumi energetici - andando al di sotto delle normative europee e mondiali cogenti - sono in avanzata fase di sperimentazione riscaldatori ad alto rendimento che, utilizzando sistemi di scambio calore sempre più efficienti, permetteranno di ridurre i consumi legati al riscaldamento dell'acqua (*fast heating*).
- In coerenza con i principi dell'economia circolare, viene applicato il criterio del "*Design for disassembling*" che prevede la progettazione delle macchine da caffè in ottica di disassemblaggio per poter riusare o riciclare la maggior parte delle loro componenti.
- Le macchine da caffè sono progettate per durare sempre più nel tempo. L'azienda offre un servizio di manutenzione per aiutare a prevenire il loro smaltimento prematuro.

Nel 2019 è stato siglato un accordo quadro con il Politecnico di Milano per lo sviluppo congiunto di progetti di ricerca che hanno l'obiettivo di studiare il futuro dei sistemi di preparazione.

LA MACCHINA AUTOMATICA DE'LONGHI

È stata introdotta sul mercato italiano una macchina espresso automatica a marchio De'Longhi for illy, ottimizzata per estrarre alla perfezione l'unico blend illy 100% Arabica. La tecnologia di macinacaffè integrata permette di regolare il livello di macinatura in base ai propri gusti.

LA MACCHINA HITECH

Nel 2019 si è concluso lo studio di fattibilità di una macchina altamente tecnologica che offrirà un innovativo sistema di gestione dei consumabili e del loro fine vita.



Caffè e processi

- Prosegue la ricerca di materiali compostabili per le capsule per minimizzare l'impatto ambientale senza compromettere la qualità del caffè e la competitività di prezzo.
- Dal 2016 la saldatura dei barattoli di caffè da 3 chili è stata sostituita dall'aggraffatura. Si tratta di un processo meno energivoro che ha permesso la riduzione dei materiali di circa il 10% del peso.
- Sono in fase di revisione le procedure per la raccolta e il trattamento delle capsule esauste, nel rispetto delle diverse normative locali.

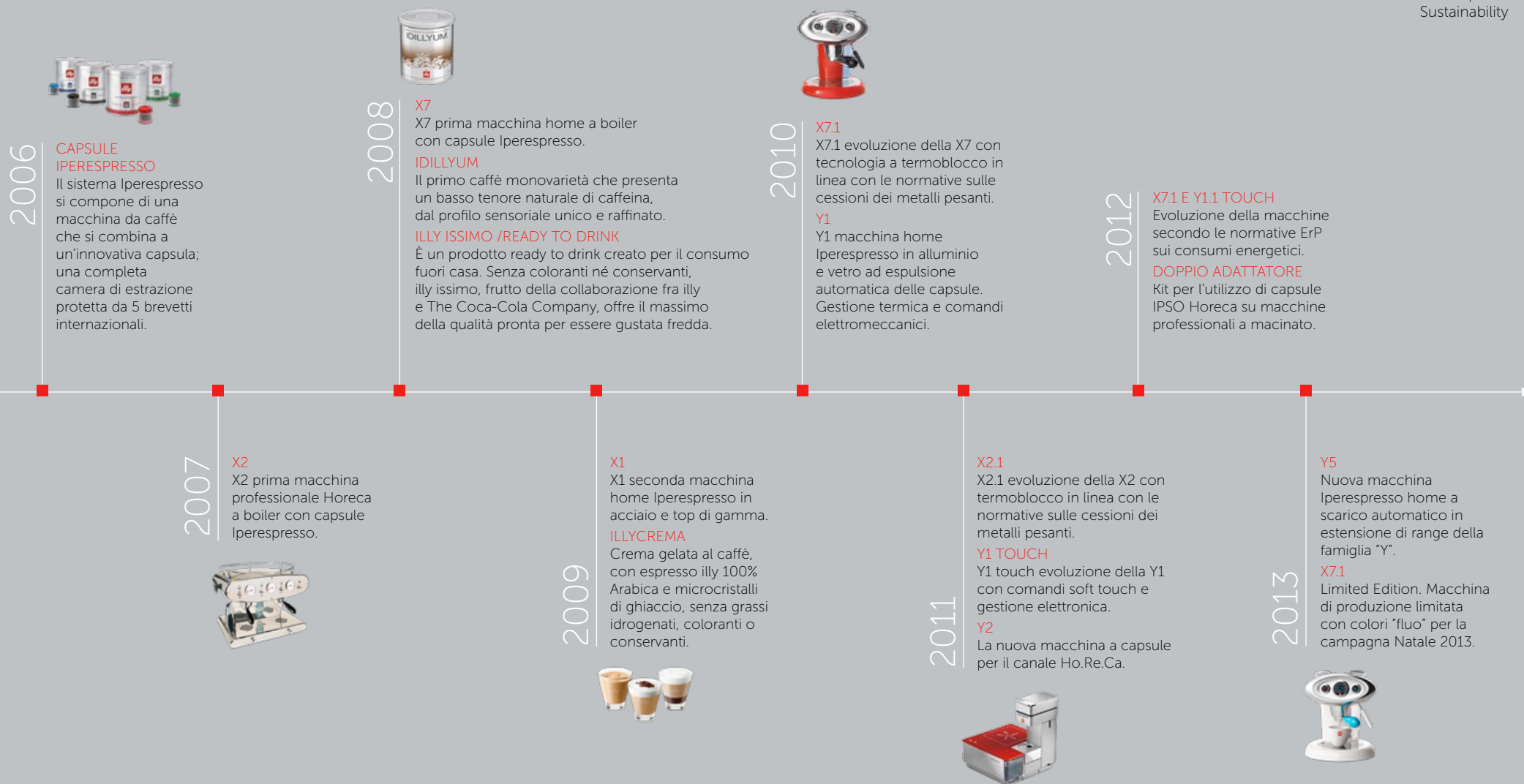
Per formalizzare questi processi, nel 2019, illy ha formulato una **road map triennale** che organizza le attività per ridurre l'impatto dei prodotti sull'ambiente, inserendo anche iniziative di sensibilizzazione dei consumatori.



NUOVI PRODOTTI DEL 2019

- Apricapsule ECO (Easy Capsule Opener), più efficace del precedente, che permette di aprire le capsule Iperespresso usate, separandole dal caffè rimasto e consentendo il loro corretto smaltimento.
- Capsule compatibili nei gusti classico espresso, lungo, intenso espresso, forte ristretto e deca classico espresso grazie all'accordo di licenza tra illycaffè e JDE.
- Origine "India" nella gamma di Arabica Selection.
- Capsule Iperespresso Orzo solubili e le Orzo&Ginseng solubili per il settore Home.
- Cialda ESE con confezionamento in carta compostabile.
- Formato di illy Cold Brew (Bag in Box) pronto all'uso, anche senza l'utilizzo di attrezzature.
- Lattina 250ml di Cold Brew nel Ready to Drink.

LE INNOVAZIONI INTRODOTTE NEGLI ULTIMI ANNI: PRODOTTI



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



2014

Y5 MILK, X9 E KISS

Nuovi modelli di macchine espresso Francis Francis for illy.

REFILLY / SOFT CAN

Ricarica studiata per ridurre l'impatto ambientale.

CIALDA ESE MONODOSE

Propone ridotti imballi primari, secondari e terziari.

CUBO IPERESPRESSO

Creato per sostituire il barattolo e ridurre l'impatto ambientale del pack.

2016

SISTEMA COLD BREW

Caffè macinato per infusione in acqua.

PILLOW PACK

Cialde in carta filtro per la preparazione di drip coffee.

2018

SISTEMA COLD BREW AIR/FLAT

Grazie al sistema di spillatura brevettato illy Cold Brew può essere gustato sia nella versione liscia con ghiaccio che in quella illy Cold Brew Aria, con soffice schiuma persistente ottenuta in modo del tutto naturale senza aggiunta di altri ingredienti.

ARABICA SELECTION

Presentata la gamma delle origini più distinte dei caffè Arabica che compongono il blend illy, provenienti da Etiopia, Colombia, Brasile e Guatemala. Proposte in purezza e su una scala di intensità da più delicata a più decisa, ogni origine ha una curva di tostatura dedicata, per esaltarne le note aromatiche peculiari e il gusto distintivo delle terre del caffè.

2017

Y5 DRS ESPRESSO & COFFEE SYSTEM

La macchina da caffè che si controlla dal proprio smartphone via Bluetooth e che permette il riordino automatico delle capsule attraverso la Amazon Dash technology.

2019

CAPSULE IN ALLUMINIO

Presentata la nuova linea di capsule* in alluminio compatibili, frutto di un accordo di licenza siglato con JAB.

* Compatibili con molte macchine per caffè Nespresso®.

2015

MOKA PULCINA

Grazie alla forma interna della sua speciale caldaia, Pulcina interrompe automaticamente e nel giusto momento, l'erogazione del caffè, eliminando la fase stromboliana – quella finale di estrazione che genera un retrogusto bruciato e amaro – e consente di ottenere solo il meglio del caffè, valorizzandone l'aroma corposo e rotondo.

YP1

La nuova macchina professionale YP1 messa a punto da illy e Cimbali permette una macinatura perfetta, espresso dopo espresso, grazie alla tecnologia Bluetooth: che verifica il tempo di erogazione del caffè, e in caso di necessità comunica un'adeguata correzione al macinadosatore Conik. La tecnologia permette un risparmio energetico medio del 25% rispetto al modello precedente.

PERSONAL BLENDER

Il prototipo è stato presentato nel Coffee Cluster a Expo Milano 2015 e oggi viene usato per creare i personal blend degli chef stellati. La macchina permette di realizzare un blend tailor-made partendo dalle 9 origini dell'unico blend illy.

LE INNOVAZIONI INTRODOTTE NEGLI ULTIMI ANNI: PROGETTI



BREEDCAFS

Nel corso del 2019, illycaffè ha continuato a contribuire al progetto "Breeding Coffee for Agroforestry Systems", della Commissione Europea. L'Agroforestry è un modello di coltivazione che adatta e prepara la produzione di caffè ai cambiamenti climatici. Poche varietà sono però idonee a questo sistema. Grazie al progetto, sono stati lavorati ibridi da varie specie botaniche e diverse origini geografiche, di grande qualità che risultano più adattabili ai modelli agroforestali. A beneficiare di questa varietà saranno i piccoli agricoltori, grazie agli aumenti di reddito e ad una maggiore sostenibilità ambientale, e l'industria europea che potrà arricchirsi di altri caffè speciali.

PROLIFIC

L'azienda partecipa a PROLIFIC, il progetto che dà una seconda vita al caffè, pensando nuovi prodotti secondo la logica dell'economia circolare. I partners hanno intrapreso lo studio dei by-products del caffè (provenienti dal caffè verde scarto di selezione) da valorizzare in diverse aree applicative in particolare food, cosmetica, mangimistica e packaging. Sono stati ad esempio prodotti dei prototipi di capsule biodegradabili ancora in fase di studio.

■ 02.3.2 Università del Caffè

In ogni chicco di caffè è custodito un mondo intero:

questa è l'intuizione che guida le attività dell'Università del Caffè.

Un circolo virtuoso di conoscenza che nutre passione, forma competenze e crea valore nel tempo.



Tazzina dedicata ai 20 anni

Nel 2019 l'Università del Caffè ha compiuto **20 anni** e superato i 300 mila studenti.

Per celebrare l'anniversario, è stato organizzato un evento Porte aperte all'Università del Caffè e allo stabilimento produttivo della illy, al quale hanno partecipato più di 300 persone.

L'Università del Caffè nasce a Napoli nel 1999 e nel 2002 si trasferisce a Trieste. È stata creata per dare a tutti coloro che lavorano lungo la filiera la possibilità di avvicinarsi, comprendere, appassionarsi e migliorare la produzione di caffè di qualità sostenibile.

Oggi opera attraverso un network internazionale che diffonde in tutto il mondo la cultura del caffè di qualità attraverso attività editoriali, di ricerca e di formazione didattica approfondita per soddisfare le esigenze e le aspettative dei coltivatori di caffè, dei professionisti dell'ospitalità e dei consumatori appassionati.

Accanto a un'offerta di didattica frontale per produttori e professionisti, e a quella divulgativa pensata per i consumatori appassionati, negli ultimi 5 anni sono stati introdotti corsi online personalizzabili erogati tramite una piattaforma digitale di e-learning.

Il team globale di oltre 100 docenti, si articola secondo 3 livelli di competenze:

- **Instructor**, ad oggi 13
- **Associate Professor**, ad oggi 39
- **Full Professor**, ad oggi 61

NUMERO TOTALE CORSISTI	2018	2019
Produttori	306	469*
Professionisti	18.448	20.154
Consumatori	7.202	8.119
Corsisti on-line	1.080	1.268
TOTALE	27.036	30.010

* 306 produttori formati all'Università del Caffè Brasile e 163 da altre attività didattiche svolte in Colombia, Guatemala, Honduras e India.

ALTA FORMAZIONE PER I PRODUTTORI

Nel 2019 sono stati formati 469 produttori di caffè.

Le attività di supporto ai produttori sono nate nel 2000 dalla collaborazione avviata con PENSA, The Agrobusiness Intelligence Center dell'Università di San Paolo. Dal 2010 oltre 9.500 tra coltivatori, partner della filiera e professionisti operanti nel settore del caffè hanno partecipato alle attività formative su tematiche rilevanti quali: tecniche di coltivazione responsabile, aspetti economico-amministrativi per la corretta gestione dell'agrobusiness, resilienza e mitigazione dei cambiamenti climatici.

L'attività di formazione risponde in primis alle criticità identificate sul campo per poi arrivare a sensibilizzare e sviluppare politiche di prevenzione e buone pratiche. In questo processo, illy e l'Università coinvolgono sia i propri produttori che un pubblico più ampio del settore, per creare un processo di miglioramento collettivo a beneficio di tutti gli attori operanti nell'industria. In Brasile, Colombia, Guatemala, Honduras e India, le attività oppure sessioni di formazione hanno affrontato temi legati ai prodotti agrochimici altamente tossici, alla produzione e selezione di caffè di qualità, al consumo efficiente dell'acqua e al trattamento adeguato delle acque reflue, ai salari minimi e alle buone pratiche agronomiche.

CORSI DI FORMAZIONE PER I PROFESSIONISTI DEL SETTORE

Nel 2019 sono stati formati 20.154 professionisti.

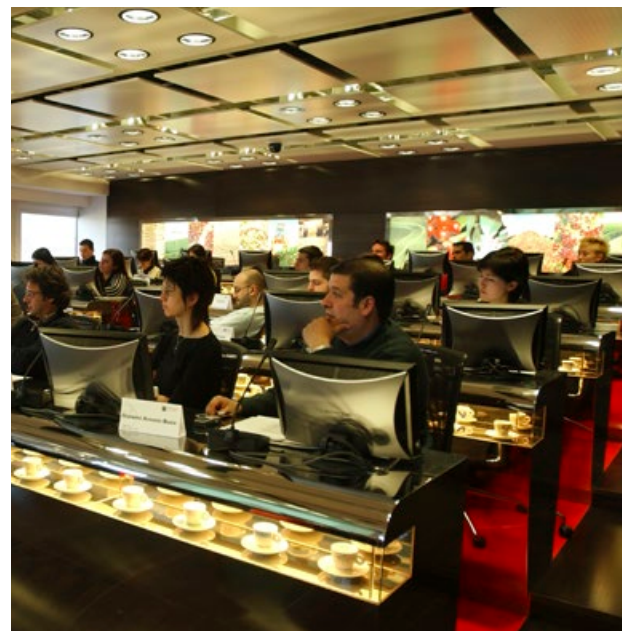
Ai professionisti che lavorano nei bar, nella ristorazione e nell'ospitalità, l'Università del Caffè offre opportunità di formazione e aggiornamento sul prodotto, sulla gestione e sulla promozione dell'attività commerciale. I corsi forniscono una serie di conoscenze immediatamente applicabili – dalla preparazione delle bevande a competenze prettamente manageriali. In Italia, nel 2019 la media del gradimento del corso è stata di 9,2/10.

L'attività formativa coinvolge anche le scuole. Il concorso Maestri dell'Espresso Junior, organizzato in collaborazione con l'azienda Cimbali, è dedicato a docenti e studenti degli istituti alberghieri italiani e ha l'obiettivo di formare i professionisti di domani. Nel 2019, per la 28ma edizione, hanno aderito 45 istituti e 422 studenti.

CORSI DIVULGATIVI PER I CONSUMATORI

Nel 2019 sono stati raggiunti 8.119 consumatori.

L'Università del Caffè organizza corsi per gli appassionati di caffè, incentrati su diverse tematiche come cultura del caffè, economia, sostenibilità, aspetti sensoriali, salute, usi e costumi utilizzando diverse modalità di ingaggio.



SEMINARIO PENSA

Ogni anno l'Università del Caffè del Brasile PENSA (The Agrobusiness Intelligence Center dell'Università di San Paolo) organizza un seminario rivolto a istituti scientifici, istituzioni nazionali del settore, produttori e media. Nel 2019 sono stati affrontati i seguenti argomenti, frutto di ricerche sviluppate l'anno precedente:

- Tecnologie disruptive nella produzione del caffè
- Verticalizzazione nella coltivazione del caffè
- Cambiamento climatico, agricoltura e caffè: Identificazione delle direzioni di ricerca in Brasile
- illycaffè e strategie flessibili: il caso di un'azienda resiliente.

In quell'occasione Andrea Illy ha presentato per la prima volta il progetto di Virtuous Agriculture

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



NE FACCIAMO SEMPRE
UNA QUESTIONE
MOLTO PERSONALE.

02.4 capitale umano

02.4

HIGHLIGHTS

1.405
dipendenti
al 31.12.19 a livello
di consolidato

92,6%
del personale
assunto a tempo
indeterminato

25,1%
tasso di assunzione

capitale umano

Il capitale umano si focalizza sul ruolo fondamentale delle persone per il funzionamento e la prosperità di un'azienda. Generalmente, questo capitale racconta le pratiche, il know-how e le politiche di gestione del personale. Nel caso di illycaffè sono anche valorizzati temi quali la qualità della vita, la felicità delle persone e molto altro ancora.

SDGs



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

- "Accogliere i principi e la cultura della sostenibilità economica, sociale e ambientale, nonché il loro legame intrinseco con il benessere dell'uomo e la difesa dell'ambiente"

OUTCOMES

- Partecipazione attiva delle persone alla crescita dell'azienda e alla creazione di un ambiente inclusivo. Rafforzamento della cultura aziendale attraverso momenti di comunicazione e condivisione, promuovendo la centralità del ruolo e del valore della persona.

SFIDE

- Rimanere connessi e continuare a condividere gli stessi valori anche in un contesto di crescita aziendale.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le **finalità specifiche di beneficio comune**, sono gli obiettivi d'impatto scritti da illycaffè nel proprio statuto. Sono il DNA, l'identità che orienta la crescita del business e che s'intersecano profondamente in tutte le operazioni aziendali.

Gli **outcomes**, sono il vero valore positivo creato da illycaffè, dalle sue pratiche, politiche e azioni espresse dal capitale.

Le **sfide**, sono gli ostacoli che il contesto e il settore pongono davanti ad un'azienda nel processo di creazione di impatto. Quest'ultima infatti è un'attività che non può prescindere dal considerare questi elementi e di raccontarlo in modo trasparente.

I **Sustainable Development Goals**, sono i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, a cui illycaffè contribuisce in diverso modo con le proprie attività.

■ 02.4.1 Le persone di illycaffè

Un'azienda sana e solida ha a cuore le sue persone: sono il motore, la forza propulsiva che realizza le sue attività.

In quest'ottica, illycaffè si impegna a garantire uno sviluppo uniforme tra la crescita del business e la crescita delle persone, consapevole che l'una senza l'altra non è possibile.

La gestione dei dipendenti si basa sui principi di trasparenza, rispetto dei diritti, lealtà e fiducia, e sull'applicazione dei comportamenti dettati dal Codice Etico. Viene costantemente promosso il miglioramento della qualità della vita dei collaboratori, offrendo un ambiente di lavoro confortevole e sicuro, stimolando le capacità e gli interessi personali, promuovendo un

giusto bilanciamento tra la vita lavorativa e personale. Solo contribuendo alla felicità e al benessere delle persone è infatti possibile disporre di un organico qualificato, capace di esprimere professionalità, passione e orgoglio.

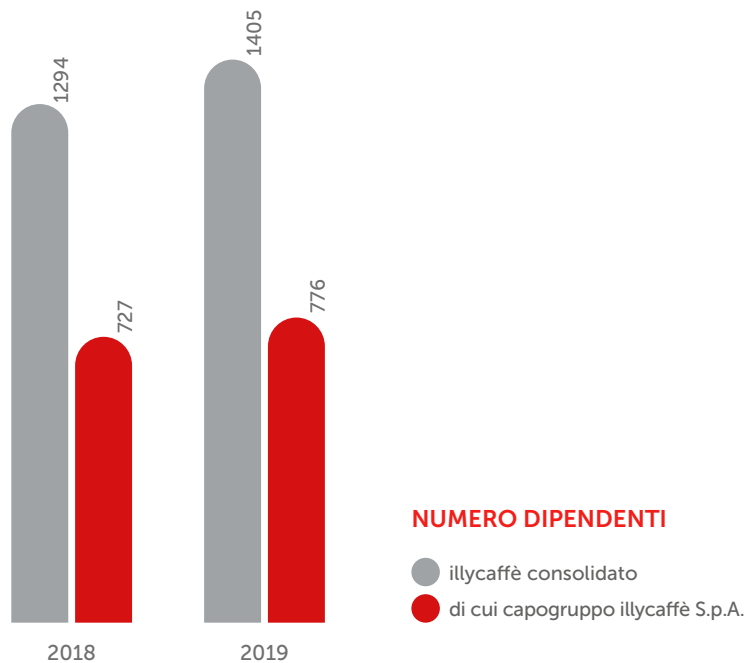
Nel corso del 2019 l'azienda si è occupata in particolare di **leadership** e **cultura aziendale**, due pilastri che caratterizzano l'unicità della sua identità. Analisi di focus, momenti di discussione e di co-creazione in plenaria hanno coinvolto in diversi momenti dell'anno tutti i lavoratori.

¹ Si rimanda al Codice Etico scaricabile dal sito www.illy.com



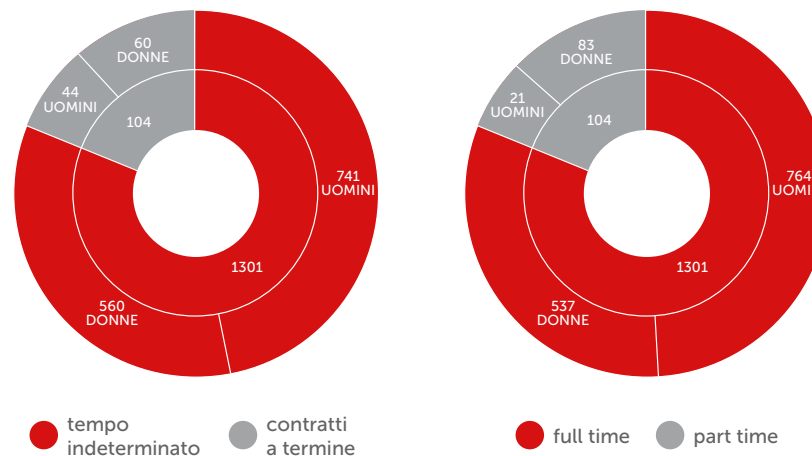
02.4.2 Occupazione²

Anche nel 2019 si conferma la tendenza di crescita registrata negli ultimi anni: il numero di dipendenti a livello consolidato è pari a 1.405 unità, di cui 776 in Italia.

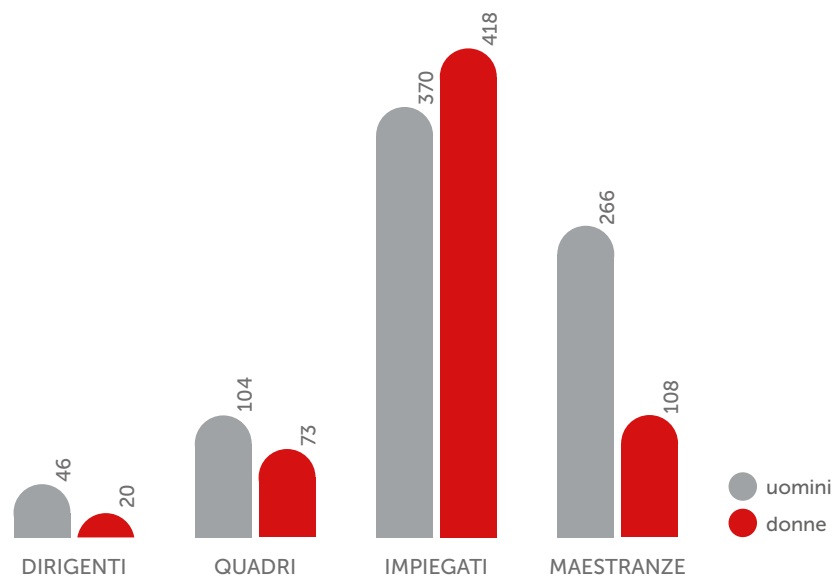


Il 92,6% dei dipendenti in Italia e all'estero è assunto a tempo indeterminato, in coerenza con la politica aziendale orientata alla stabilizzazione dei lavoratori precari. Di questi, la maggior parte presenta contratti a tempo pieno. Per rispondere alle esigenze dei collaboratori sono in aumento i contratti part time, fondamentali per garantire l'equilibrio lavoro-famiglia, adottati da 104 dipendenti in Italia e all'estero.

² Per maggiori informazioni sul perimetro dei dati sul personale, si rimanda alla nota metodologica.



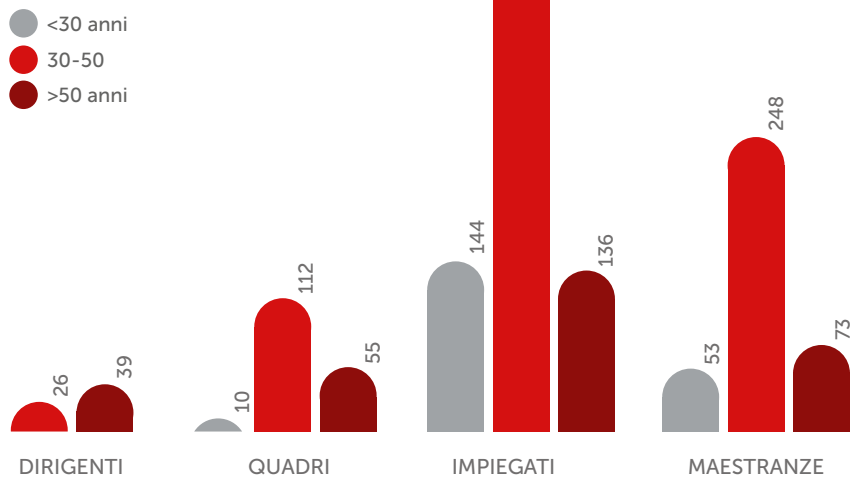
Considerando tutte le società del perimetro di rendicontazione, le donne rappresentano il 44,1% del totale e, in base alla suddivisione per fasce d'età, i dipendenti che hanno tra i 30 e i 50 anni rappresentano la maggior parte del personale (63,6% del totale).



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

DIPENDENTI PER ETÀ



MEMBRI DELL'ORGANO DI GOVERNO E CONTROLLO PER GENERE

	DONNE	UOMINI
Consiglio d'Amministrazione	4	6
Collegio Sindacale	2	1

ORGANI DI GOVERNO PER FASCE D'ETÀ

	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI
Consiglio d'Amministrazione	0	2	9
Consiglio Sindacale	0	0	3



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



Nel 2019 il tasso di turnover in Italia e all'estero - calcolato come rapporto tra le persone uscite nel periodo e il totale organico presente alla fine del periodo - è pari al 19,1%. È invece 25,1% il tasso di assunzioni - pari al rapporto tra assunti nell'anno e il totale a fine periodo. In questi dati sono compresi i valori di bar e negozi, che, per l'attività svolta, presentano movimenti di personale molto più alti.

In termini di retribuzione, vengono applicate per tutti i dipendenti le disposizioni previste dai Contratti nazionali³ e dalle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera.

³ Per l'Italia sono applicati i CCNL dell'Industria Alimentare, dei Dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi e dei dipendenti delle aziende dei settori pubblici esercizi, ristorazione collettiva e commerciale e turismo.

	N. ASSUNZIONI		N. CESSAZIONI		TASSO ASSUNZIONI*		TASSO CESSAZIONI*	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Uomini	171	196	120	144	23,7%	25.0%	16,6%	18.3%
<30 anni	96	93	69	57				
30-50	69	87	40	73				
>50 anni	6	16	11	15				
Donne	137	157	135	124	24,3%	25.3%	23,9%	20.0%
<30 anni	80	83	74	65				
30-50	48	68	42	57				
>50 anni	9	7	9	2				
Totale	308	353	255	268	24,0%	25.1%	19,8%	19.1%

* Il calcolo va effettuato dividendo il N. di assunzioni o il N. di cessazioni per il numero totale di dipendenti alla fine del 2019.

■ 02.4.3 Pari opportunità, inclusione e rispetto dei diritti umani

«Ai collaboratori è offerta pari opportunità di lavoro sulla base del merito, delle capacità professionali e di rendimento, senza alcuna discriminazione, nel pieno rispetto dei diritti della persona»⁴. Ricercare la forza insita nella differenza riflette i valori di illycaffè che ha da sempre voluto creare un ambiente di lavoro inclusivo forte del contesto multiculturale caratteristico della città di Trieste.

Il concetto di "inclusione" nell'ambito aziendale significa valorizzare una comunità professionale ricca di diversità. Il capitale umano viene quindi fatto crescere e sviluppato attorno alle performance e alle attitudini individuali eliminando ogni possibile forma stereotipo e pregiudizio. Non sono escluse da questo approccio le persone appartenenti alle categorie protette, che rappresentano circa il 3% della forza lavoro in Italia.

Per valorizzare il ruolo della donna, nel 2018, in occasione della Giornata Internazionale del Caffè istituita da ICO (International Coffee Organization), è stata ideata **"Half a cup"**, un'iniziativa che ha voluto ricordare come sarebbe il mondo del caffè senza il lavoro delle donne.

illycaffè è stata content partner dell'evento nazionale **"Global Inclusion: Generazioni senza Frontiere"**, durante il quale università, imprese e associazioni non profit hanno condiviso pratiche per la promozione di un modello di leadership inclusiva ispirato all'art. 3 della Costituzione italiana.

L'azienda ha aderito al **Manifesto della comunicazione non ostile**: il rispetto per ogni individuo si manifesta già nei piccoli comportamenti quotidiani e nel linguaggio che viene utilizzato.

⁴Codice Etico: Nessun candidato o collaboratore deve essere oggetto di un trattamento meno favorevole per considerazioni legate a razza, sesso, religione o credo, disabilità, stato civile, età, orientamento sessuale, identità ed espressione di genere o responsabilità familiari, né risultare svantaggiato da condizioni o requisiti imposti che non siano giustificati.

#THANKS4THECOFFEE 2019

Nel 2019 la Giornata Internazionale del Caffè è stata celebrata con il progetto #THANKS4THECOFFEE che, per questa edizione, ha proposto illy Coffee Music, la prima sinfonia illy che racconta in musica il percorso del caffè e i suoi suoni. È stata dedicata a tutti i coltivatori di caffè, per ringraziarli del loro prezioso lavoro.

RETRIBUZIONE ANNUA LORDA MEDIA: RAPPORTO UOMO-DONNA

Il rapporto tra la retribuzione annua lorda (RAL) percepita in media dalle lavoratrici donne in Italia e la RAL media degli uomini è pari a: 0,85 nel caso dei dirigenti, 0,88 per gli impiegati, 0,92 per quadri e 0,92 per gli maestranze. Il rapporto è stato calcolato dividendo la somma totale delle RAL percepite dalle donne per la somma totale delle RAL percepite dagli uomini, per ogni categoria.



■ 02.4.4 Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro

Per illycaffè la cultura della sicurezza è fondamentale per sviluppare una consapevolezza dei rischi legati all'attività lavorativa e promuovere comportamenti responsabili.

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori si realizza attraverso azioni preventive e attività formative.

In particolare, illycaffè si impegna costantemente a:

- Rispettare tutte le prescrizioni di legge applicabili.
- Promuovere attività di prevenzione e riduzione dei rischi.
- Ridurre il più possibile gli infortuni e malattie derivanti dalle attività lavorative.
- Formare, aggiornare e preparare tutti i lavoratori per lo svolgimento dei loro compiti in sicurezza, con focus particolari per i reparti produttivi.
- Aprire un dialogo periodico con i dipendenti per raccogliere feedback e condividere il processo di analisi e valutazione dei rischi.
- Collaborare e cooperare con la collettività, i fornitori, gli enti locali, le autorità di controllo e con qualunque altra parte interessata, per rendere trasparente e condividere la pratica aziendale in materia di Salute e Sicurezza sul lavoro.
- Migliorare continuamente le prestazioni per la salvaguardia di questi aspetti.

Inoltre, in azienda è sempre presente una squadra di pronto intervento capace di effettuare attività di primo soccorso e antincendio.

Nel 2019 l'azienda ha ottenuto la certificazione **ISO 45001 Sistema di Gestione sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro**.

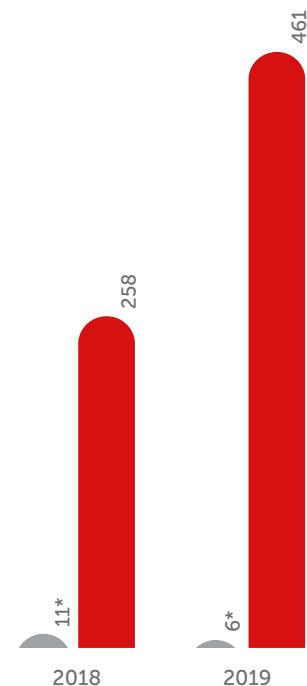
Nella sede centrale nel 2019 si sono verificati 6 infortuni sul luogo di lavoro, che hanno coinvolto 3 uomini e 3 donne, per un totale di 96 giorni di assenza. Non vi sono stati casi di malattie professionali. Il tasso di assenteismo⁵ per il 2019 è pari a 4,46% (4,91% per le donne e 4,18% per gli uomini).

⁵ Misura dei giorni effettivi di assenza espressi come percentuale sul totale dei giorni lavorativi per la forza lavoro nello stesso periodo. Per assenteismo si intende l'assenza dal lavoro di un lavoratore per incapacità di qualsiasi tipo, non solamente collegate a malattie o infortuni sul lavoro. Sono esclusi i permessi autorizzati come vacanze, studio, maternità/paternità e permessi per motivi familiari. Per maggiori informazioni sul perimetro dei dati sul personale, si rimanda alla nota metodologica.

NUMERO INFORTUNI E GIORNI PERSI IN ILLYCAFFÈ IN ITALIA

- Nr. infortuni con assenza
- Nr. giorni persi

* Nel 2018 dei 11 computati 4 infortuni sono in itinere, mentre nel 2019 dei 6, 3 sono in itinere.



INDICI INFORTUNISTICI ILLYCAFFÈ ITALIA

	DONNE	UOMINI	TOTALE
Indice di frequenza	5,65	3,62	4,41
Indice di gravità	0,02	0,54	0,34
Tasso di malattie professionali (n. malattie professionali/tot. Ore lavorate)*1000000	0	0	0

* L'indice di frequenza è dato dal rapporto tra il numero degli infortuni verificatisi in un anno e le ore lavorate, X 1.000.000. L'indice di gravità è dato dal rapporto tra i giorni di assenza per infortuni e le ore lavorate, X 1.000.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

■ 02.4.5 Comunicazione interna e welfare aziendale

L'azienda sviluppa attività di comunicazione interna per facilitare la collaborazione inter-funzionale, aumentare il senso di appartenenza e incrementare la diffusione dei valori e della cultura aziendale.

Nel 2019, è stato creato **illyXpress**, un magazine digitale di comunicazione interna in due lingue, italiano e inglese, che ogni mese raggiunge i collaboratori illycaffè in Italia e all'estero, con lo scopo di formare una grande community del caffè. Gli articoli inclusi nel magazine sono scritti da una redazione di collaboratori interni, ai quali si affiancano alcuni contributi esterni.

Durante tutto il 2019 si sono susseguiti gli incontri **"Momenti Xchange"** per presentare in anteprima progetti, prodotti o per comunicare notizie che coinvolgono tutta l'azienda in un'ottica di ingaggio e condivisione.

Prosegue anche il progetto **"Made in illy"**, nato nel 2009, attraverso il quale i collaboratori dell'azienda mettono a disposizione le loro competenze e danno la loro disponibilità in modo volontario per collaborare all'organizzazione di eventi aziendali interni.

A favore di tutti i collaboratori (anche quelli con un contratto part-time e a termine) illycaffè ha definito alcuni benefit di natura finanziaria e sociale. Si tratta di una rete di convenzioni e di iniziative che mirano al miglioramento del benessere personale dei collaboratori e delle loro famiglie.



Sono raccolte di seguito le aree più interessate dai servizi di welfare, che contribuiscono alla qualità della vita e al benessere dei lavoratori dentro e fuori l'azienda:

- **Formazione, Sviluppo Personale e Culturale:** erogazione bonus laurea e supporto economico per l'acquisto di testi universitari.
- **Potere d'Acquisto:** acquisto di beni e servizi a prezzi agevolati per i collaboratori. Ad esempio, asili nidi convenzionati.
- **Work-Life Balance:** flessibilità dell'orario di lavoro (in entrata, recupero pausa pranzo, riduzione orario per visita medica) e smart working.
- **Luogo di Lavoro:** disponibilità di aree comuni quali mensa, coffee bar, negozio interno illy.
- **Salute e Benessere:** attività dell'associazione illysportiva e pagamento di un premio, a totale carico dell'azienda, per l'assistenza sanitaria integrativa del dipendente e del suo nucleo familiare.
- **Comunità e Ambiente:** sviluppo convenzioni con palestre, teatri, negozi, ambulatori medici e agenzie del territorio (Università, MIB Trieste, Alternanza Scuola Lavoro, Telethon Udine).

■ 02.4.6 Formazione e sviluppo del capitale umano

La formazione dei collaboratori è fondamentale per garantire l'evoluzione professionale, rappresenta inoltre una leva vitale per alimentare il processo di sviluppo previsto dal piano strategico dell'azienda.

Attraverso specifici programmi, illycaffè vuole far diventare i propri collaboratori:

- **business partner**, che supportano l'azienda nei progetti, nel conseguimento degli obiettivi e nello sviluppo delle competenze;
- **people partner**, che aiutano il management a fare crescere il proprio staff;
- **company partner**, che sostengono l'evoluzione di un'identità e una cultura per la costruzione di una leadership diffusa.

Per promuovere un miglioramento reciproco continuativo, vengono applicati sistemi periodici di valutazione delle performance, che riconoscono un premio economico variabile, e vengono attivati percorsi formativi ciclici. Le metodologie didattiche variano in base alla tipologia del corso, agli obiettivi e alle competenze tecniche delle diverse figure coinvolte. Si prevede un sistema di feedback volontario per raccogliere il livello di gradimento e individuare aree di miglioramento.

Dal 2011 prosegue **illycitizen**, un programma di formazione e ingaggio dei collaboratori per accrescere motivazione e senso di appartenenza. Gestito da un gruppo di trainer, scelti tra i dipendenti, nel corso del 2019 il programma prevedeva, attraverso dei focus group, l'approfondimento dei principi del Codice Etico in chiave personale e individuale. Il piano ha coinvolto il 90% delle maestranze. È stato anche progettato il nuovo format **illycitizen ambassador**, presentato a gennaio 2020.

Un'iniziativa che ha coinvolto una gran parte della popolazione aziendale è stata l'analisi del **Modello di leadership di illy**, che ha rappresentato una base teorica per acquisire le principali competenze della nuova leadership.

IL MODELLO DI LEADERSHIP DI ILLYCAFFÈ

Lo sviluppo di un nuovo modello di leadership è partito da un percorso di apprendimento innovativo che ha portato alla comprensione dei concetti di complessità e di meta competenze, come elementi chiave per un'efficace gestione manageriale. È stato poi svolto un lavoro in plenaria, un Think Tank, dove l'intero gruppo ha esaminato alcuni esempi di modelli di leadership adottati da grandi aziende e multinazionali. È stata osservata una sostanziale omogeneità e ripetitività di forma e spesso anche di contenuti. Questi modelli parlano di orientamento al cliente, collaborazione, esemplarità, delega e si sviluppano in modo descrittivo, indicando cosa deve fare un leader e quali sono i comportamenti che deve adottare, presupponendo che, semplicemente seguendo date linee guida, si sta esercitando una leadership efficace e di successo.

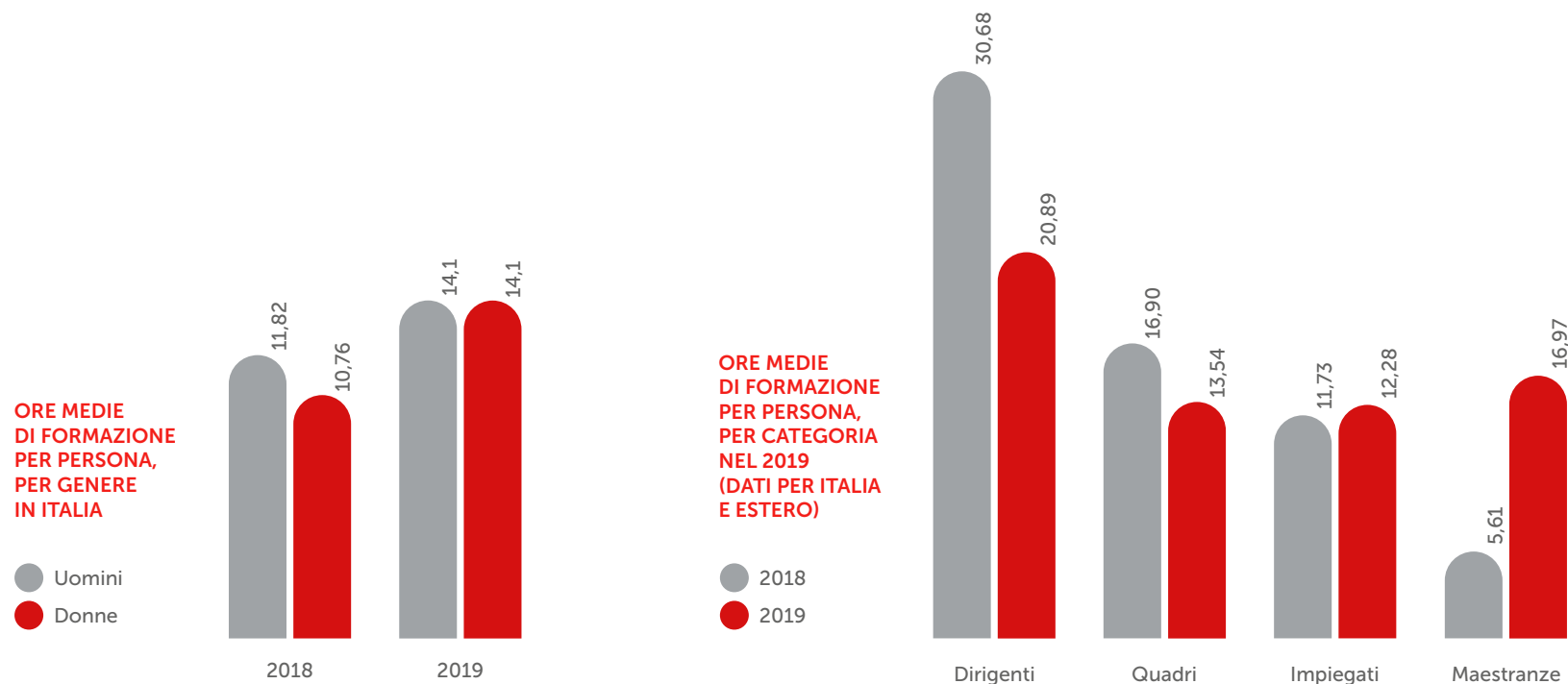
In questi modelli tuttavia, manca totalmente la considerazione del contesto in cui si agisce. Mettendo in gioco la potenza dell'intelligenza collettiva, l'azienda ha costruito un modello di leadership nuovo, che identifica per ogni tratto di leadership una possibile criticità o sfida che potrebbe mettere a rischio l'efficacia dell'azione manageriale in riferimento a un'approfondita comprensione e considerazione dei contesti. Il leader illy concentra la propria azione sul bene comune, mantenendo in equilibrio gli obiettivi di breve e lungo termine ed evitando di privilegiare i risultati di area rispetto a quelli generali. In oltre, lavora per costruire comunità coese e interdipendenti che condividono uno scopo e una visione comune dell'azienda e si impegna per mettere le persone nelle condizioni ottimali per esprimere i loro talenti.

Il programma **"Experience Makers"** è invece il format dedicato a tutta la forza vendita illy. Nel novembre 2019 è stato declinato anche per i manager responsabili dei clienti della Grande Distribuzione Organizzata (GDO)⁶ e sono stati erogati i primi moduli su scenari della distribuzione e sul ruolo di venditori commerciali. Il corso proseguirà anche nel 2020.

In collaborazione con MIB Trieste School of Management è stato erogato un corso di **Finance Intelligence** dedicato a tutte le persone che gestiscono progetti e che non hanno un background economico specifico.

Alle persone del canale Retail (negozi diretti e franchising) si è rivolto il corso in **e-learning "Io sono illy"** che affianca quello dedicato ai nuovi assunti.

Inoltre sono stati erogati una serie di corsi in e-learning per la formazione su Privacy, Codice Etico, Gestione rischi e tutta la formazione di Cybersecurity.



⁶ Reti di supermercati e altri canali di vendita.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



CONDIVIDIAMO
CIÒ CHE SIAMO.

02.5
**capitale
relazionale**

02.5

HIGHLIGHTS

29

le edizioni
del Premio Brasile

4

le edizioni
del Ernesto Illy
International
Coffee Award

66,4%

il fatturato export
nel 2019

+ 14%

gli ordini online rispetto
al 2018. Nel 2019, a livello
globale, si sono registrate
5.561.683 visite sulla sola
piattaforma e-commerce

capitale relazionale

Il capitale relazionale racconta le relazioni tra illycaffè e i suoi stakeholder, con particolare attenzione alla collaborazione con le comunità di coltivatori e produttori, i fornitori, i clienti, gli organismi internazionali e le istituzioni culturali.

SDGs



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

"Contribuire allo sviluppo e all'analisi della sostenibilità della filiera attraverso la ricerca, il trasferimento di conoscenza, i progetti sul campo"

"Sostenere e divulgare le ragioni dell'agricoltura integrata per preservare e migliorare la qualità e la sostenibilità del caffè a livello globale"

"Contribuire attivamente al dibattito internazionale sui temi della felicità, del benessere e del miglioramento della qualità di vita"

"Favorire partnership globali per promuovere la sostenibilità e la sensibilità internazionale in merito"

OUTCOMES

Favorire la crescita della nuova generazione di coltivatori, fatta di persone motivate e appassionate al mondo del caffè.

Migliorare le condizioni di vita delle popolazioni di coltivatori.

Creare esperienze culturali uniche, non replicabili, che rappresentano l'anima di illy e il suo legame con l'arte.

Evolgere verso un approccio di ingaggio del cliente proattivo.

Trasferire una cultura del caffè di qualità vicina a clienti e consumatori.

SFIDE

Contrastare l'abbandono della terra e far riconoscere le sue potenzialità.

Preparare le persone agli effetti del cambiamento climatico che stanno modificando il modo di coltivare.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le **finalità specifiche di beneficio comune**, sono gli obiettivi d'impatto scritti da illycaffè nel proprio statuto. Sono il DNA, l'identità che orienta la crescita del business e che s'intersecano profondamente in tutte le operazioni aziendali.

Gli **outcomes**, sono il vero valore positivo creato da illycaffè, dalle sue pratiche, politiche e azioni espresse dal capitale.

Le **sfide**, sono gli ostacoli che il contesto e il settore pongono davanti ad un'azienda nel processo di creazione di impatto. Quest'ultima infatti è un'attività che non può prescindere dal considerare questi elementi e di raccontarlo in modo trasparente.

I **Sustainable Development Goals**, sono i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, a cui illycaffè contribuisce in diverso modo con le proprie attività.

■ 02.5.1 Il valore della comunità e del territorio

La qualità del caffè inizia dal primo tassello della sua catena di produzione: **la coltivazione**. illy lavora con e per i produttori di caffè, dà vita a molti progetti di supporto alle comunità locali, interpretando e rispondendo alle loro esigenze.

Sinergie e collaborazioni chiave

illycaffè collabora con gli enti locali, le agenzie governative (es. i Coffee Board nei paesi africani o dell'India), le istituzioni internazionali (es. International Coffee Organization) e gli enti di ricerca (es. l'Università di San Paolo, il World Coffee Research), per rinforzare le proprie attività sul territorio e continuare a diffondere i principi di sostenibilità all'interno dell'ecosistema in cui opera.

PAESE	ISTITUZIONE
Brasile	Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuaria Universidade de São Paulo Universidade Federal de Viçosa Instituto Terra Funarbe - Fundação Arthur Bernardes
Colombia	Federación Nacional de Cafeteros de Colombia SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje
Costa Rica	Icafé - Instituto del Café de Costa Rica
Guatemala	Anacafé - Asociación Nacional del Café
El Salvador	Consejo Salvadoreño del Café
Etiopia	Ethiopian Coffee and Tea Development and Marketing Authority Ethiopian Coffee Exporters Association
India	Coffee Board of India
Rwanda	National Agricultural Export Development Board
Internazionale	ICO - International Coffee Organization UNIDO - Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale WB - World Bank (Banca Mondiale) WCR - World Coffee Research ASIC - Association for Science and Information on Coffee ICTP - International Centre for Theoretical Physics SAI - Sustainable Agriculture Initiative platform SCA - Specialty Coffee Association ISIC - Institute for Scientific Information on Coffee WCPF - World Coffee Producers Forum



Dal Premio Brasile all'Ernesto Illy International Coffee Award

Il Brasile è il primo Paese in cui illycaffè ha avviato una collaborazione diretta con i produttori. Nel 1991 è stato istituito il Premio Brasile (Prêmio Ernesto Illy de Qualidade Sustentável do Café para Espresso), dedicato ai migliori produttori di caffè di tutto il paese che è diventato un incentivo a migliorare la qualità dei processi produttivi. Oggi il chicco brasiliano è riconosciuto come uno dei migliori al mondo. Un grande cambiamento se si considera che la produzione brasiliana di caffè fino agli anni Novanta garantiva ingenti quantità ma scarsa qualità. Il Premio Brasile ha contribuito a cambiare questa realtà, consentendo ad alcune regioni del Paese, a torto considerate poco adatte alla coltivazione di caffè, di affermarsi. Ispirandosi a questo premio è nato l'Ernesto Illy International Coffee Award (EIICA), un riconoscimento internazionale che vuole premiare gli sforzi e gli investimenti fatti dai produttori per dare vita a un caffè di qualità sostenibile.

Il premio internazionale del 2019, ospitato nella sede delle Nazioni Unite di New York, è stato anche l'occasione per ribadire ad una platea composta da 200 persone fra ambasciatori, istituzioni, esportatori, produttori, tecnici di laboratorio e giornalisti, l'importanza della sostenibilità ambientale, sociale ed economica, della coltivazione sostenibile e del progetto della Virtuous Agriculture che sta studiando Andrea Illy.

STORIE DI BUONE PRATICHE

In Nicaragua e Honduras l'azienda ha lavorato alla costruzione di 5 sistemi di trattamento delle acque reflue per un gruppo di produttori con cui opera da molti anni, generando un impatto positivo immediato e servendo da esempio sul lungo termine per i produttori dell'intera zona.

In Colombia, attraverso la Fondazione Ernesto Illy e la collaborazione della Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, l'azienda ha continuato a supportare il progetto di Reforestazione iniziato a Támara nel 2013, con l'obiettivo di ripopolare con vegetazione nativa quelle zone cafeeicole con importanti falde acquifere e sorgenti d'acqua a rischio.

A fine 2019:

- Sono stati riforestati 70 ettari di terra.
- Sono stati installati 76 sistemi di trattamento delle acque reflue.
- Si sono create 23 strutture per la gestione della polpa del caffè, facendo formazione a 99 famiglie di produttori.
- È stata fatta formazione a 60 studenti della scuola di Támara sulle buone pratiche ambientali apprese con attività pratiche.

Nel 2018 illycaffè ha siglato un memorandum di intesa con l'ETCR (Spazi Territoriali per la Formazione e Reintegrazione) e Ascafé (Associazione di piccoli cafeeicoltori) per aumentare la qualità e la capacità di produzione di caffè nel dipartimento del Cauca in cui risiedono gli ex combattenti FARC e piccoli produttori, incoraggiando lo sviluppo economico locale. Sono oltre 600 gli ex combattenti FARC che continuano a fruire dei benefici descritti nel memorandum.

Vivero de Atitude è il progetto attraverso il quale, in **Brasile**, illycaffè sta finanziando la realizzazione di un vivaio per la piantumazione di oltre 100.000 specie native della regione Cerrado, che verranno distribuite ai produttori della zona e alla città di Monte Carmelo per incrementare le loro aree verdi. Il 100% del valore acquisito dalla vendita delle piante verrà donato a enti locali che lavorano a sostegno dell'infanzia e degli anziani delle comunità.

■ 02.5.2 Arte, estetica e cultura

"Kalòs kài agathòs" ossia "bello e buono".

La bellezza a cui fa riferimento illycaffè è collegata al concetto di kalokagathia dei Greci, che avevano coniato il termine unendo kalòs (bello) e agathòs (buono). Per l'azienda si tratta di un vero e proprio ideale da perseguire: l'eccellenza che unisce equilibrio ed eleganza, bellezza e bontà, etica ed estetica in un unico prodotto.

Per coinvolgere emotivamente e intellettualmente il consumatore, offrendogli un'esperienza polisensoriale, l'azienda trasferisce l'eccellenza anche sulla tazzina, lo strumento di fruizione del prodotto: così nel 1992 sono nate le illy Art Collection. Far vivere l'esperienza del caffè significa anche condividere la ricerca della bellezza, che vive in un binomio inscindibile con la bontà. Per questo, l'arte e la creatività sono il linguaggio scelto per esprimere i propri valori e la propria filosofia. In questa direzione vanno anche lo sviluppo dei negozi monomarca oltre che la realizzazione di eventi culturali di rilevanza internazionale.

LE ILLY ART COLLECTION

Le illy Art Collection, rendono concreta l'idea di cultura della bellezza di illy: chi assapora un espresso illy in una tazzina d'artista associa al gesto non solo l'aroma e il gusto del blend, ma un'esperienza estetica completa, visiva e tattile, di contatto con l'arte contemporanea.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



SIAMO FELICI DI PARTECIPARE

"May You Live In Interesting Times", 58. Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia

Nel 2019 illycaffè è stata sponsor principale di La Biennale d'arte di Venezia dove, durante le giornate inaugurali, ha offerto a tutti i visitatori illy blend in capsule e cold brew (caffè infuso a freddo). Tutti i bar della Biennale hanno venduto caffè illy, mentre in città i principali bar clienti utilizzavano in anteprima le tazze e le bustine di zucchero con la grafica del manifesto ufficiale della mostra.

Per celebrare questa decima edizione di partecipazione alla Biennale, è stata prodotta una versione della tazza con il suo piattino decorato e sono state organizzate anche cene tra artisti e chef stellati per fare incontrare mondi diversi accomunati dall'alta qualità.

Premio illy sustainart

A febbraio 2019, con Arco Madrid e la fiera internazionale d'arte, è stato consegnato per il dodicesimo anno il Premio illy sustainart, riservato ad artisti nati dopo il 1970 e provenienti da paesi produttori di caffè. Il premio è stato vinto dal venezuelano Sheroanawë Hakihiiwë, dell'etnia yanomami, per la sua visione contemporanea della cosmogonia attraverso l'immaginario indigeno. Con il denaro del premio si è riproposto di acquistare zanzariere per proteggere la sua comunità dai rischi della malaria.

Raccontando la Barcolana - Trieste

Per la 51a edizione della storica regata si è organizzata un'iniziativa intorno ai valori di qualità e condivisione. illycaffè, a cui è stata affidata la direzione artistica del manifesto della Barcolana, ha scelto l'illustratrice Olimpia Zagnoli per raccontare le emozioni condivise da migliaia di appassionati di vela. L'artista ha disegnato un fiore a simboleggiare la bellezza ma anche la fragilità del nostro mare e di un ecosistema che deve essere protetto, uno dei messaggi chiave di questa edizione della regata.

"Genio & Impresa: da Leonardo e Ludovico alle grandi storie di innovazione dei nostri giorni", Palazzo della Regione Lombardia (Milano)

In occasione del quinto centenario della morte di Leonardo da Vinci, illycaffè e Assolombarda hanno ricordato con una mostra organizzata nel Palazzo della Regione Lombardia il lascito del genio e il legame che questi aveva con Ludovico Maria Sforza. In questa sede, è stato portato in visione un quadro dell'artista pop James Rosenquist ricordando una delle tappe importanti della storia di illy, il 1995, anno in cui si è voluto modernizzare il logo proprio grazie all'opera di quest'ultimo.

Artissima 2019 - Torino

L'azienda sponsorizza da anni Artissima, la più grande fiera internazionale d'arte in Italia, e organizza Il Premio illy Present Future arrivato alla sua diciannovesima edizione. Il premio viene assegnato all'artista ritenuto più interessante nella sezione Present Future e da anni è un trampolino di lancio per nuovi talenti. Il vincitore della scorsa edizione è Pedro Neves Marques della galleria Umberto di Marino di Napoli che grazie a illy ha poi avuto la possibilità di esporre con una propria opera nella cornice del Castello di Rivoli.

ITS Fashion@Work by illy Award

illycaffè si è riconfermato partner dell'International Talent Support, il concorso per giovani talenti del fashion design e di "ITS Fashion@Work by illy Award", un premio che mette in competizione 10 finalisti nel ripensare creativamente e in chiave fashion il grembiule da barista. Il vincitore dell'edizione 2019 è Jiaen Cai, un giovane studente cinese di 26 anni.



■ 02.5.3 Fondazione Ernesto Illy

Nel 2008 illycaffè ha costituito una Fondazione amministrata dalla famiglia Illy per sviluppare l'eredità morale e culturale di Ernesto Illy. Un Ente senza fini di lucro che nasce con lo scopo di promuovere l'etica e la sostenibilità attraverso il sostegno alla ricerca e l'organizzazione e la diffusione di iniziative a favore di tutti gli stakeholder.

Mission

Coltivare la conoscenza, l'etica e la sostenibilità come valori assoluti e nell'esercizio dell'attività d'impresa; e favorire la ricerca come metodo per raggiungere la verità e lo sviluppo dell'uomo, secondo l'insegnamento di Ernesto Illy.

Perseguire i valori e il metodo per una crescita economica, sociale e culturale delle comunità e come strumento di vantaggio competitivo per l'azienda.

Vision

Valori e profitti si alimentano a vicenda. L'azienda etica, che sarà capofila dell'economia che verrà, intende infatti il profitto come costruzione di valore durevole, economico, sociale, e ambientale insieme.

Uno dei principali scopi dell'azione di illycaffè e della Fondazione Ernesto Illy è il finanziamento di programmi educativi e attività con gruppi di produttori nel desiderio di offrire strutture scolastiche, offerte educative di qualità e formare gli insegnanti, per estendere l'accesso all'istruzione in zone rurali al maggior numero possibile di bambini e giovani, dando loro maggiori possibilità di riscatto, sottraendoli alla povertà e al lavoro minorile.

IL LOGO DELLA FONDAZIONE ERNESTO ILLY

Disegnato negli anni '60, è rappresentato da una coppia di tazzine su due piattini uniti, a simboleggiare la preziosa connessione che si stabilisce tra due persone con il dialogo e l'amicizia.

"Queste sono due tazzine di caffè viste dall'alto. Sono il simbolo di un messaggio che dice che il caffè induce alla socialità, stimola l'amicizia e la conversazione, e non lo si dovrebbe mai consumare da soli. Bisogna sempre farlo in compagnia." Ernesto Illy.



FONDAZIONE ERNESTO ILLY

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

LE ATTIVITÀ DELLA FONDAZIONE ERNESTO ILLY

Master's Degree in coffee economics and science Ernesto Illy, Italia

Si tratta di un Master universitario di secondo livello promosso e organizzato da un gruppo di partner di eccellenza nella formazione: l'Università di Trieste, l'Università di Udine, la Fondazione Ernesto Illy, illycaffè, l'Università del Caffè, la SISSA (Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste) e il Consorzio di biomedicina molecolare (Area Science Park - Trieste).

L'obiettivo del Master è quello di offrire una preparazione approfondita e multidisciplinare per lavorare nel campo del caffè, e più in generale nel settore agro-alimentare, lungo tutta la filiera produttiva, dalla coltivazione fino alla ristorazione e il retail, passando per la logistica e il processo industriale. Nel 2019 hanno intrapreso e concluso il loro percorso formativo 21 studenti di 15 nazionalità diverse (Brasile, Cina, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Etiopia, Finlandia, Guatemala, Honduras, India, Italia, Papua Nuova Guinea, Uganda, e Venezuela). La Fondazione ha sostenuto integralmente 5 iscritti e parzialmente 7.

Costa Rica, Casas de la Alegria

Ogni anno in Costa Rica oltre 15.000 panamensi delle tribù indigene Ngäbe - Buglé attraversano il confine per lavorare come raccoglitori di caffè. Per ragioni culturali e per motivi di sicurezza, i bambini accompagnano i propri genitori durante le attività lavorative nelle piantagioni, rischiando facilmente di venire intercettati per lavorare anche se molto piccoli.

Il progetto Casas de la Alegria offre una soluzione legale e pratica contro questo rischio grazie a centri dove si assistono i bambini, sia dal punto di vista della salute che da quello dell'educazione, dando un sostegno economico alle famiglie e soprattutto un luogo sicuro dove i bambini possono stare mentre i genitori sono al lavoro. Nel 2019 sono state aperte 15 strutture che hanno ospitato in totale 774 bambini.

Rwanda, Farmer Field School

Con un focus particolare sul tema dell'equità di genere, la Fondazione Ernesto Illy ha contribuito, insieme al fornitore Sucafina e a Kahawatu Foundation, all'acquisto di un terreno e alla piantumazione di circa 2.500 alberi di caffè di qualità certificata, da destinare come Farmer Field School per una cooperativa di 40 donne produttrici di caffè della località di Hindiro. Il progetto prevede la fornitura di fertilizzante per 3 anni e i servizi di training al personale per tutto il periodo di operatività.

World Happiness Report

Dal 2017 al 2020 la Fondazione Ernesto Illy è partner e sostenitore del World Happiness Report, il rapporto sulla felicità compilato e pubblicato annualmente dal Sustainable Development Solutions Network delle Nazioni Unite, sotto la guida di Jeffrey Sachs.

Il World Happiness Report 2019¹, ha sviluppato un focus sulla felicità sociale e in particolare su come il grado di felicità influenzi le persone nelle scelte del voto politico.

Coffee & Happiness

La ricerca arricchisce i temi del World Happiness Report. Partendo dalle numerose evidenze di benefici del caffè sulla salute, è stata avviata l'esplorazione su un campione di 237.000 donne seguite nel corso di 41 anni (Nurses' Health Studies I and II). Sono state misurate una serie di dati genetici e di variabili psicofisiche che permetteranno un'analisi delle variabili ereditarie nel metabolismo del caffè e l'approfondimento del ruolo che ricopre nel benessere generale.

SCA Re Co 2019

Re.Co the Specialty Coffee Symposium è un incontro organizzato da Specialty Coffee Association dedicato ai leader della 'specialty coffee industry' per offrire uno spazio di discussione e sviluppo strategico ad alto livello.

Nel 2019 l'incontro si è tenuto a Boston e la Fondazione ha finanziato borse di studio per 25 giovani leader provenienti dai paesi produttori che altrimenti non avrebbero potuto partecipare, coprendo i costi di registrazione e l'ospitalità.

¹ World Happiness Report 2019 <https://worldhappiness.report/ed/2019/>

Universidad Zamorano Coffee 4.0

Zamorano è un'università privata dell'Honduras specializzata in agronomia e riconosciuta in tutta l'America Latina. Dal 2018 il Consiglio d'Amministrazione ha deciso di strutturare un corso sul settore del caffè, richiedendo la competenza di illycaffè per istituzionalizzare un modello universitario in Agronomia 4.0 che potesse formare tecnici in grado di trasformare la coltivazione del caffè in Centro America da tradizionale a imprenditoriale.

Ricerca computazionale nella scienza del caffè - collaborazione con il Centro di Ricerca Jülich, Germania

La collaborazione con il Centro di Ricerca Jülich prevede il co-finanziamento di una posizione di professore assistente nell'ambito della ricerca computazionale nella scienza del caffè. Questa figura promuove lo sviluppo e l'applicazione di metodi di simulazione molecolare computazionale per rispondere a questioni tecniche nel campo della ricerca sul caffè.

Borsa di Studio per Dottorato di Ricerca CIRAD, Coffee Leaf Rust thesis

La Fondazione Ernesto Illy collabora con CIRAD, il centro di ricerca francese che lavora con i paesi in via di sviluppo per affrontare le questioni internazionali dell'agricoltura, per sviluppare un sistema di allerta preventivo sulla ruggine del caffè (*Hemileia vastatrix*) in America Centrale. Il programma è sovvenzionato dall'Unione Europea e studia gli effetti collaterali del cambiamento climatico favorendo l'adozione e l'applicazione di mezzi di adattamento, attenuazione e riduzione del rischio.

Attualmente si sta monitorando la ruggine del caffè in tre zone del Costa Rica e in tre diversi dipartimenti del Nicaragua, per determinare quali variabili microclimatiche provocano un cambiamento nella condizione di salute e/o di malattia delle foglie di caffè, e come queste variabili cambiano a seconda delle diverse condizioni ambientali.



■ 02.5.4 illycaffè e i clienti

Chi beve illycaffè gusta un blend composto al 100% da caffè Arabica, frutto di un processo di lavorazione selettivo e che salvaguarda ed esalta qualità e note aromatiche. Arriva al consumatore in tre gradi di tostatura che influenzano il colore del caffè e le sue caratteristiche organolettiche: *classico* per un gusto più morbido e aromatico; *intenso* per un profilo energico; *forte* per una persistenza di cioccolato fondente e pan tostato.

Il piano di crescita aziendale si fonda sulla soddisfazione del consumatore. Soddisfazione che viene costruita nel tempo grazie a un'offerta e un servizio di qualità. Il piano si sviluppa lungo tre direttrici principali:

- Consolidamento e crescita nell'ospitalità premium a livello globale, con lo sviluppo di prodotti e servizi.
- Estensione delle occasioni di consumo, in particolare a casa, con sistemi di preparazione porzionati.
- Attenzione a proporre un'offerta e un'esperienza di alta qualità, sia con i punti vendita monomarca che attraverso il canale e-commerce.

La distribuzione avviene principalmente attraverso:

Business to Business (B2B)

- Ho.Re.Ca: Hotels, Restaurants, Cafès
- Retail tradizionale
- Grande Distribuzione Organizzata (GDO)
- Eldom (elettronica di consumo)
- Vending (uffici e luoghi di lavoro)

Business to Consumer (B2C)

- illy Shop
- illy Caffè ed espressamente illy
- e-commerce

In ogni canale di vendita vogliamo:

- Essere il riferimento di eccellenza basata sul concetto di qualità.
- Offrire a consumatori e clienti prodotti e soluzioni capaci di rispondere alle loro esigenze.
- Favorire una cultura del caffè e delle sue preparazioni, di qualità sia nei punti di vendita che nel mondo domestico.
- Gestire le relazioni in modo professionale, etico e trasparente.
- Garantire ai vari segmenti della nostra filiera commerciale delle marginalità coerenti.
- Formare clienti e consumatori per costruire insieme un modello di business sostenibile nel tempo e rispettoso dei valori comuni.



■ 02.5.5 Creazione di valore per i clienti

Da una recente ricerca² emerge che, in Italia, il 59% dei consumatori che fanno attenzione al brand di caffè quando entra in un bar vorrebbe trovare il marchio illy. Dalla stessa ricerca emerge inoltre che il 79% di essi si dimostra più propenso a scegliere un punto vendita se questo serve illy. Sempre di più le persone ricercano qualità, con un'attenzione crescente al mondo del cibo in genere.

Creazione di valore nel canale B2B

Il valore si costruisce grazie a una comunicazione aziendale dedicata ai clienti trade che sviluppa relazioni solide e durature. La comunicazione viene gestita su vari livelli:

- Con la forza vendita, che garantisce il contatto con i clienti di tutti i canali B2B (Horeca, Modern Trade, Eldom, Specialty Retail, Office) e permette di aggiornare gli stakeholder su tutte le novità aziendali a livello di prodotto, servizio, promozioni, eventi, fiere e attività di comunicazione sia nazionali che locali.
- Con l'area riservata per clienti illy, presente dal 2018 nella sezione professional del sito [illycaffè](#), per approfondire informazioni come:
 - Avanzamento degli acquisti.
 - Consultazione di fatture, bolle, tracciatura degli ordini.
 - Calendario dei corsi, materiali di comunicazione, video per i training, idee e ispirazioni, documenti o iniziative.

Nel 2019 questa sezione è diventata un'App, assecondando il processo di trasformazione digitale in cui [illycaffè](#) è immersa.

- Newsletter digitale Artisti del Gusto, che ha l'obiettivo di tenere informati sulle principali novità i clienti baristi che vogliono trasformare la loro professione in eccellenza e che illy assiste nel loro percorso trasferendo competenze e strumenti. Viene inviata bimestralmente ed è strutturata in tre sezioni:

- Prodotti da somministrazione.
- Prodotti da rivendita.
- Corsi dell'Università del Caffè.

illy Chef Ambassador

Per supportare gli chef stellati e dar loro la possibilità di personalizzare e modellare anche il caffè sullo stile della propria cucina e del ristorante è stato realizzato il progetto [illy chef ambassador](#). Con l'aiuto del Personal Blender - la macchina brevettata da illy che assiste lo chef durante la creazione del blend di caffè 'su misura' - utilizzando un procedimento complesso che si basa sulla determinazione di un radar sensoriale, si ottiene un caffè tailor-made che l'illy Chef Ambassador presenta in esclusiva all'interno del suo ristorante, affiancandolo al classico blend illy.

²Fonte: *Out Of Home Coffee Consumption Investigation*, Kantar Italia, luglio 2019. Indagine effettuata online rilevando l'opinione di 1.506 consumatori Out Of Home.

**ILLY BOX**

illy Box è una soluzione ideata per il canale Ho.Re.Ca. Si tratta di un sistema che prevede di collegare a internet le macchine professionali (telemetria) per monitorarne i processi e poter eventualmente intervenire con azioni di miglioramento e garantire dunque una qualità alta e costante. Il cliente potrà ritrovare nella propria area riservata sia i dati della illy Box, sia una serie di informazioni utili per una gestione ottimale della macchina.

Tra i benefici a lungo termine:

- Garanzia in tutti i bar illy di una qualità in tazza alta e costante.
- Aumento della fidelizzazione dei consumatori.

Creazione di valore nel canale B2C

L'offerta B2C avviene nei punti vendita monomarca 'illy Caffè' e 'illy Shop', sia in franchising che in gestione diretta. Attraverso il format l'azienda vuole trasmettere i propri valori insieme al concetto di bar italiano all'estero per instaurare un rapporto diretto con i consumatori. Questi luoghi, simbolo dello stile di vita italiano, vogliono evocare bellezza, socializzazione, creatività e cultura enogastronomica.

Tutti i punti vendita, ad oggi 269³, sono supportati da piani coordinati che seguono il caffè, il food, il prodotto da rivendita per l'esperienza illy a casa, e includono aiuto per la parte di comunicazione e attività digitali

Trasformazione digitale: lo sviluppo dell'e-commerce

Il progetto di trasformazione digitale è iniziato nel 2018 e vede coinvolte tutte le realtà illycaffè a livello globale e le diverse aree aziendali. Nasce con l'obiettivo di armonizzare le esperienze dei consumatori e dei clienti nelle realtà di vendita online e offline, per offrire la miglior esperienza d'acquisto omni-canale.

Nel 2019 hanno continuato a crescere i numeri dell'e-commerce con 5.561.683 visite sulla sola piattaforma e un incremento del 14% degli ordini online rispetto al 2018.

Il 2019 ha visto un forte impulso in ambito digital, CRM (Customer Relationship Management) B2B e B2C, attraverso:

- Il lancio di un nuovo sito illy.com.
- La definizione del programma fedeltà illy Lovers, integrando l'esperienza online (e-shop) e offline (Retail) attraverso la mobile app illy.
- Nuove campagne di marketing e comunicazione ottimizzate.
- L'adozione di strumenti utili alla gestione delle attività della forza vendita globale (Sales Force Automation).

³ 269 punti vendita: 192 illy Caffè e 77 illy Shop, suddivisi tra 245 in franchising/licensing e 24 in gestione diretta.

■ 02.5.6 Ascolto e soddisfazione del cliente

illy si relaziona con i propri clienti mettendo in pratica i principi di accessibilità, trasparenza, riduzione dei tempi di risposta e omogeneità di accoglienza sui vari canali.

Nel 2019 i contatti con il customer care & service sono stati 53.356.

C'è stato un aumento positivo (+20,2%) delle richieste da parte di possibili nuovi clienti che conferma il riconoscimento della qualità del prodotto e la visibilità del brand.

Contemporaneamente sono diminuite le interazioni con i clienti trade consolidati (-8,9%) che oggi trovano informazioni o documenti direttamente online nella sezione professionale, o gli vengono forniti dagli agenti con cui si interfacciano.

Gli scambi con i consumatori rimangono sostanzialmente stabili. Sono aumentati (+13,5%) le segnalazioni e i reclami dovuti alla nuova *visual identity* della gamma caffè poiché ha cambiato i codici colore confondendo il percepito dei gusti.

	2018	2019	%
Clienti Trade	12107	11024	-8,9%
Prospect Trade	4846	5825	20,2%
Clienti Finali	36553	36507	-0,1%
Totale	53506	53356	-0,3%

	2018	2019	%
Informazioni	17629	16737	-5,1%
Reclami/Segnalazioni	2146	2435	13,5%
Servizi	29350	28785	-1,9%
Prospect trade/visita agente	4381	5399	23,2%
Totale	53506	53356	-0,3%

Il customer care durante il 2019 ha vissuto una profonda evoluzione digitale. Al servizio telefonico ed e-mail si sono aggiunti nuovi canali di interazione in tempo reale come i social network e la live chat, avvicinando molto l'azienda ai consumatori, che ora si pone in modo proattivo e non solo reattivo, abbattendo le tempistiche di interazione e risposta. I nuovi canali, garantiscono una comunicazione efficace e coerente, oltre che personalizzata sulle esigenze del singolo consumatore. È attivo un sistema di commento per valutare la soddisfazione sul servizio ricevuto.

Gestione delle segnalazioni e azioni di miglioramento

Ai reclami provenienti dai clienti e dai consumatori viene dedicata una grande attenzione.

Le segnalazioni che non possono essere standardizzate, vengono analizzate e condivise con gli uffici competenti per dare risposte e soluzioni veloci. Per i reclami sul prodotto caffè, la procedura è stata stilata e validata dall'ufficio Assicurazione Qualità che, mensilmente, riceve un report contenente tutte le segnalazioni riguardanti il prodotto.

⁴ Contatti che sono potenzialmente interessati a diventare clienti B2B di illy

⁵ Clienti attivi appartenenti ad uno dei canali B2B di illy

■ 02.5.7 Comunicazione e informazione responsabile

Alla base di tutta la comunicazione verso i clienti e i propri stakeholder, c'è il rispetto del diritto all'informazione. Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e rapidità. Volendo rafforzare le attività di comunicazione e informazione ai clienti, abbiamo implementato queste politiche:

- Adesione al codice di autodisciplina pubblicitario.
- Verifica delle etichette da parte di una società specializzata nell'attività di promozione e sviluppo della qualità agroalimentare, che esamina la congruità e la conformità con le normative dei paesi di riferimento.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



TRACCIAMO
LA STRADA SENZA
SEGNARE LA TERRA.

02.6
**capitale
naturale**

02.6

HIGHLIGHTS

100%
energia elettrica
rinnovabile

-25,5%
quantità di acqua
prelevata rispetto
al 2018

99,6%
i rifiuti prodotti
recuperati nel 2019

capitale naturale

Il capitale naturale è l'ecosistema all'interno del quale tutte le attività umane si svolgono e senza il quale non sarebbero possibili. Descrive come l'azienda gestisce l'utilizzo delle risorse naturali per fornire beni e servizi, non solo oggi ma anche nel futuro.

SDGs



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

"Considerare prodotti e sistemi anche secondo criteri coerenti con i principi della sostenibilità e dell'economia circolare, a beneficio del pianeta"

"Migliorare l'efficienza energetica e il consumo di risorse, tenendo in considerazione le migliori pratiche e le soluzioni innovative nel perseguimento della progressiva riduzione di emissioni"

OUTCOMES

Ridurre gli impatti ambientali a partire dal miglioramento dell'efficienza energetica e dal consumo di risorse naturali.

Contribuire ad una Società Carbon Neutral.

SFIDE

Essere sostenibili bilanciando costi e benefici.
Incrementare la sfera di influenza di illycaffè nei diversi contesti in cui opera per promuovere efficacemente pratiche sostenibili e facilitare il processo di rendicontazione della Carbon Footprint.
Scalare l'applicazione della virtuosa agricoltura nel mondo del caffè verde.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Le **finalità specifiche di beneficio comune**, sono gli obiettivi d'impatto scritti da illycaffè nel proprio statuto. Sono il DNA, l'identità che orienta la crescita del business e che s'intersecano profondamente in tutte le operazioni aziendali.

Gli **outcomes**, sono il vero valore positivo creato da illycaffè, dalle sue pratiche, politiche e azioni espresse dal capitale.

Le **sfide**, sono gli ostacoli che il contesto e il settore pongono davanti ad un'azienda nel processo di creazione di impatto. Quest'ultima infatti è un'attività che non può prescindere dal considerare questi elementi e di raccontarlo in modo trasparente.

I **Sustainable Development Goals**, sono i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, a cui illycaffè contribuisce in diverso modo con le proprie attività.

■ 02.6.1 Politica ambientale

La sostenibilità ambientale è un valore che crea valore. La si può affrontare adottando soluzioni orientate al breve termine, oppure progettando azioni che avranno effetti positivi negli anni e che diventino da esempio per gli altri, attivando così un circolo di miglioramento positivo nell'industria. Per fare questo è necessario lavorare su più fronti: ricercando la qualità, agendo sui processi, creando una cultura condivisa della sostenibilità e lavorando sugli assetti normativi.

La politica ambientale di illycaffè inizia nelle piantagioni, dove si limita ogni possibile danno sugli ecosistemi grazie all'adozione e alla promozione di conoscenze, tecniche e comportamenti sostenibili e responsabili; e

prosegue con la realizzazione di prodotti di qualità, che impattano quanto meno possibile sull'ambiente, anche nelle fasi d'uso e di smaltimento.

L'azienda si impegna a seguire i principi di eco-sostenibilità per minimizzare gli effetti negativi causati dalle proprie attività, utilizzando le migliori tecnologie disponibili ad oggi. Sul campo così come nelle sedi operative.

Dal 2019 illycaffè si avvale del protocollo Sustainable Procurement Process, (SPP)¹ definito dall'ente di certificazione internazionale DNV GL, che rappresenta l'evoluzione del modello Responsible Supply Chain Process e promuove la qualificazione e il monitoraggio dei fornitori incoraggiando obiettivi e programmi di miglioramento.



¹ Torna al capitolo Identità per approfondire.

■ 02.6.2 Impegno ambientale²

L'impegno di illycaffè per ridurre l'impatto diretto sull'ecosistema si realizza:

- Promuovendo pratiche sostenibili e responsabili a tutti i livelli della filiera.
- Usando un sistema di gestione ambientale certificato.
- Migliorando ogni anno le performance sul piano dell'efficienza energetica, della gestione dei rifiuti e delle emissioni in atmosfera.
- Introducendo innovazioni eco-efficienti nel processo produttivo.
- Sviluppando nuovi modelli di packaging a minor impatto.
- Favorendo pratiche agronomiche sostenibili sul piano economico e ambientale con i produttori di caffè verde da cui ci riforniamo.

Grazie all'implementazione del Sistema di Gestione Ambientale, della certificazione ISO 14001 e del regolamento EMAS, illy monitora costantemente il proprio impatto ambientale e interviene applicando il principio del miglioramento continuo. Dal 2015 l'azienda segue la ISO 50001 per migliorare il consumo e l'uso dell'energia. L'azienda, inoltre, è impegnata nella definizione di nuovi obiettivi in linea con il Framework europeo per il clima e l'energia 2030³.

²I dati ambientali quantitativi presentati nei prossimi paragrafi fanno riferimento ad illycaffè S.p.A in quanto gli impatti delle altre società dell'azienda possono essere ritenuti meno rilevanti. Infatti, oltre che per la natura delle attività svolte nelle altre società (di tipo amministrativo):

- I maggiori impatti ambientali sono legati alle attività produttive, ubicate a Trieste, negli stabilimenti della capogruppo;
- Più del 55% dei dipendenti dell'azienda globale è dipendente della capogruppo.

Ove i dati sono disponibili, sono state anche rendicontate le metriche ambientali dello stabilimento di Mitaca, che incidono in modo minoritario (ulteriori dettagli sono presenti all'interno della nota metodologica a pag. 103).

³https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/2030_it

STRUMENTI DI GESTIONE AMBIENTALE DI ILLYCAFFÈ

Politica Ambientale: documento che definisce la strategia dell'azienda in materia di protezione dell'ambiente.

Dichiarazione Ambientale: strumento aggiornato annualmente con cui l'organizzazione comunica alle parti interessate le proprie linee di indirizzo, gli obiettivi ad esse associate ed il loro grado di raggiungimento.

Sistema di Gestione Ambientale: sistema di monitoraggio continuo e archiviazione dei dati riguardanti i consumi e la gestione dei rifiuti nei tre siti dell'azienda.

Life Cycle Assessment: calcolo dell'impatto ambientale dei processi produttivi realizzato attraverso il software SIMAPRO 8.3. Gli studi LCA sono utilizzati come strumenti di supporto per tutte le decisioni legate all'innovazione di prodotto e di processo.

Certificazione ISO 14001 "Sistema di gestione ambientale" (dal 2003): sistema che monitora gli impatti ambientali delle proprie attività, ricercando sistematicamente il miglioramento in modo coerente, efficace e soprattutto sostenibile.

Regolamento EMAS III (dal 2004): strumento per promuovere costanti miglioramenti dell'efficienza ambientale delle attività industriali. Nel 2005 illycaffè vince l'EMAS Award per l'impegno a migliorare gli aspetti ambientali della produzione.

Autorizzazione Unica Ambientale AUA (dal 2015): requisito legislativo che funge da strumento di semplificazione amministrativa e che risponde alla duplice esigenza di garantire la tutela dell'ambiente e di ridurre gli oneri burocratici a carico degli operatori. Sostituisce i diversi titoli abilitativi in materia ambientale (emissioni in atmosfera, scarichi idrici, impatto acustico ecc.) prima richiesti ed ottenuti separatamente.

Certificazione ISO 50001 "Sistemi di gestione dell'energia" (dal 2015): approccio sistemico all'efficientamento energetico.

Stabilimenti e processo produttivo

TRIESTE, VIA FLAVIA: sito che gestisce la lavorazione del caffè e che genera la maggioranza degli impatti diretti sull'ambiente.

TRIESTE, VIA MALASPINA: polo logistico Distripark in cui confluiscano attività di stoccaggio e magazzino.

TRIESTE, VIA CABOTO: sito in cui si svolgono attività marginali alla produzione come la progettazione e il controllo qualità delle macchine da caffè.

ROBECCHETTO CON INDUNO (MI), VIA VINCENZO MONTI: sede di Mitaca, società controllata dalla Capogruppo dal 2017, in cui si svolgono attività di produzione di capsule monoporzione, lavorazione di caffè e di commercializzazione di macchine.

Le sedi sono dotate di certificazione ambientale e non rientrano in aree protette o a rischio per elevata biodiversità. Ovunque si svolgono attività preventive di controllo e monitoraggio degli impatti ambientali, per minimizzare i potenziali rischi all'interno del sito produttivo e nelle comunità limitrofe. Eventuali anomalie sono gestite tempestivamente e corrette alla fonte. Nessuna ammenda o sanzione per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale è stata ricevuta nel 2019.

Ci sono poi le filiali di illycaffè che si occupano della commercializzazione dei prodotti e svolgono prevalentemente attività di tipo amministrativo e commerciale, dunque a basso impatto ambientale. Ogni filiale gestisce in modo autonomo le attività per ottimizzare e ridurre i consumi di energia, e la gestione dei rifiuti e dei materiali il tutto in riferimento agli obiettivi del gruppo.

Le spese per la tutela ambientale sostenute nel 2019 ammontano a 670 mila euro (+1,84% rispetto al 2018):

Spese illycaffè	2018	2019
Trattamento e smaltimento dei rifiuti, compresi i rifiuti elettronici	531,8 mila €	623 mila € *
Servizi esterni per la gestione ambientale	10 mila €	10 mila €
Certificazione esterna dei sistemi di gestione ambientale	1,5 mila €	15 mila €
Ricerca e sviluppo	92,2 mila €	–**
Altro	22,4 mila €	22 mila €

* La percentuale alta sulle spese di trattamento e smaltimento dei rifiuti (+17%) è dovuta ad un forte aumento dei costi di gestione dei rifiuti generalizzato e che ha coinvolto tutto il mercato dello smaltimento indipendentemente dalla natura dei rifiuti.

** Investimenti gestiti da altri uffici: revamping impianti tostatrici & revamping sala compressori.



■ 02.6.3 Materie prime

Ogni anno vengono acquistate centinaia di migliaia di sacchi di caffè Arabica dai produttori dell'America Latina, dai Paesi africani e del Sud Est Asiatico. La produzione e lavorazione della materia prima costituisce una parte considerevole dell'impatto ambientale indiretto dell'azienda. Per questo motivo monitoriamo ogni fase del suo approvvigionamento, dal cuore delle piantagioni al trasporto nella sede di trasformazione.

Oltre al caffè verde, hanno un impatto ambientale tutti i materiali di imballaggio e confezionamento utilizzati per i vari packaging (plastiche e metalli) e l'utilizzo dell'azoto nel processo produttivo per la conservazione del caffè. Gli altri materiali che illycaffè usa sono meno rilevanti dal punto di vista ambientale.

Tra questi ci sono olii, solventi, inchiostri, prodotti chimici, legno, sacchi in juta, anidride carbonica, carta e cartone (diversi dagli imballi). Carta e cartone, sacchi in juta e legno per gli imballaggi, vengono prevalentemente da materiale riciclato. Gli altri invece, entrando in contatto diretto con il caffè, sono, come da normativa, necessariamente materiali vergini.



Materiali totali utilizzati
per produrre e imballare
i principali prodotti
dell'organizzazione

In % sul
peso totale

Var. % 2018-19

Materiale
rinnovabile

Metalli	14,4	+2,2	NO
Caffè crudo	61,1	-1,64	NO
Plastiche	7,9	+10,0	NO
Azoto	7,0	-2,91	NO
Varie	1,2	-33,3	NO
Imballi carta/cartone	8,6	+11,8	SI

■ 02.6.4 Energy Management

illycaffè garantisce una gestione responsabile delle risorse energetiche. Per condurre le attività pianificate lavorano un rappresentante per la gestione ambientale e un Energy Manager, il loro compito principale è l'analisi, il monitoraggio e l'ottimizzazione dell'uso dell'energia.

Il sistema di gestione ambientale consente di controllare le attività di:

- Formazione del personale aziendale.
- Comunicazione interna ed esterna.
- Gestione della documentazione.
- Controllo dei processi produttivi e delle attività correlate.
- Individuazione e gestione delle potenziali emergenze, per prevenirle o minimizzare le conseguenze su persone e ambiente.

Le fonti energetiche utilizzate per il processo produttivo sono il metano e l'energia elettrica, e per le vetture aziendali il gasolio. In tema di mobilità sono state installate nell'anno 2019 due colonnine per la ricarica delle auto elettriche a uso dipendenti e ospiti.

Nel 2019, a parità di attività, i consumi elettrici sono diminuiti del 2,8% e, nei tre siti di Trieste, il consumo di elettricità è stato interamente soddisfatto da energia proveniente da fonte rinnovabile garantita.

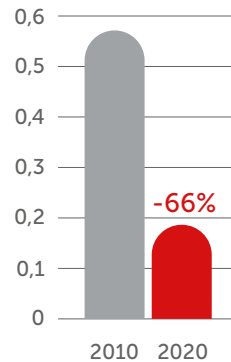
La riduzione dei consumi elettrici è da attribuirsi soprattutto al risparmio ottenuto dai nuovi compressori: il KPI EnPi relativo ai compressori è passato da 141 a 121 kWh/t. Queste macchine hanno già predisposto un dispositivo di energy recovery che permetterà di utilizzare il calore che prima veniva disperso in atmosfera per trasformarlo in acqua riscaldata o refrigerata, che potrà essere riutilizzata per il sistema di climatizzazione e negli impianti sanitari.

Il gas naturale (metano) oggi è utilizzato per l'89% nella fase di torrefazione, per il 10% nel riscaldamento e produzione di acqua calda e il restante 1% nel ristorante aziendale. In termini energetici, il fabbisogno totale nel 2019 è stato di 67.868 GJ ed è associato ai siti di via Flavia e via Caboto, mentre nel polo logistico di via Malaspina non c'è l'utilizzo del metano.

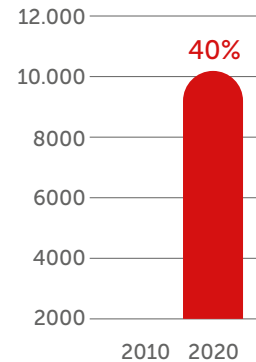
Il consumo di metano per torrefazione è diminuito del 0,96% nonostante la produzione sia aumentata. Conseguentemente, il KPI relativo migliora di oltre il 4% (in Smc/t caffè tostato) rispetto all'anno precedente.

Grazie alle iniziative implementate negli ultimi tempi, illycaffè ha già raggiunto e superato l'obiettivo 2020: l'efficienza energetica a fine 2019 è pari a 4,81GJ/t.

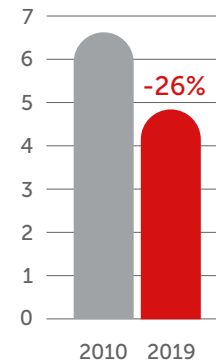
**GAS AD
EFFETTO SERRA
tCO₂eq/t CAFFÈ
TOSTATO**



**ENERGIE
RINNOVABILI
GWh**



**EFFICIENZA
ENERGETICA
GJ/t CAFFÈ
TOSTATO**



Il miglioramento sopra presentato è dovuto a un piano complessivo di efficientamento energetico che ha coinvolto anche alcune ristrutturazioni degli uffici. Nel 2019, sono proseguite le iniziative di miglioramento dell'utilizzo delle energie agendo sull'isolamento termico degli immobili, all'efficientamento dei sistemi di riscaldamento e raffreddamento, sui sistemi di domotica e sull'efficienza delle macchine all'interno degli impianti.



Consumo di energia interno - principali fattori energetici in GJ	2018 sede e stabilimenti Trieste	2019 sede e stabilimenti Trieste	2019 stabilimento Mitaca
Consumo di metano	70.345,5	69.672	4.751,4
Energia elettrica (100% rinnovabile)	42.710,4	41.512,5	6.857,4
Totale consumo di energia (MJ)	113.055,9	109.380,5	11.608,8
Indicatore consumi energetici per tonnellata di caffè tostato	5,19	4,81	

Fattore di conversione 1Kwh=0,0036GJ; 1000 mc Metano = 39,01 GJ – Fonte Global Reporting Initiative, 3.1.

INIZIATIVE DI EFFICIENZA ENERGETICA ED ENERGIA RINNOVABILE

Dal 2011 è installato sopra la copertura del polo logistico Distripark di via Malaspina un impianto fotovoltaico che si estende per 11 mila metri quadrati. L'azienda non è proprietaria dell'impianto ma ha concesso in locazione la copertura volendo dare il suo contributo verso lo sviluppo delle energie rinnovabili. Nel 2019 l'impianto ha prodotto 799.937 kWh.

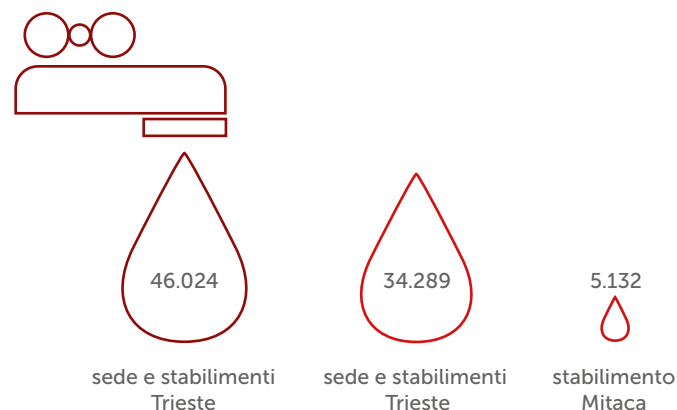
02.6.5 Water Management

Nell'anno 2019 i siti di via Flavia, via Malaspina e via Caboto hanno prelevato dalla rete 34.289 mc totali di acqua, il 25,5% in meno rispetto al 2018. Questo è avvenuto grazie a una continua attività di monitoraggio, presidio e correzione dei consumi anomali che si erano verificati nel corso dell'anno a causa di perdite nel sistema. Il sito di Mitaca, ha prelevato 5.132 mc.

L'acqua utilizzata nei siti produttivi è interamente prelevata dagli acquedotti del rispettivi comuni. Nei siti di Trieste l'acqua utilizzata proviene interamente dall'acquedotto del comune cittadino e viene utilizzata in parte per i test organolettici del caffè, in parte per il collaudo dei barattoli da 3 chili, da 250 grammi e dei barattoli per il serving. La parte restante serve per i chiller di raffreddamento, l'irrigazione, l'antincendio, gli usi potabili e sanitari.

ACQUA PRELEVATA PER IL PROCESSO PRODUTTIVO DI VIA FLAVIA, VIA CABOTO, VIA MALASPINA

● 2018
● 2019



Volume acqua prelevata da rete (mc). Fonte dati: lettura contatori consumo acqua.

ACQUA NELLE PIANTAGIONI

Per una corretta gestione delle risorse idriche nei Paesi coltivatori, illy ha realizzato e distribuito specifici manuali *Water and Coffee*; indicando i macchinari che consumano meno di un litro d'acqua per ogni chilogrammo di frutti lavorati (in genere si consumano dai 5 ai 10 litri), e facendo formazione su come trattare le acque residuali che escono dalle stazioni di lavaggio e che necessitano di un particolare trattamento prima di essere immesse nei sistemi naturali. Viene proposto anche un corso online dedicato al trattamento delle acque reflue di processo che in alcuni paesi si è tradotto nell'implementazione di sistemi di trattamento molto efficienti.



■ 02.6.6 Biodiversità

Le visite in campo che i tecnici di illycaffè fanno regolarmente nei vari Paesi insieme alle sessioni di training organizzate dall'azienda, promuovono la tutela della biodiversità come uno dei temi alla base delle tecniche di agricoltura integrata, il sistema agricolo di produzione a basso impatto ambientale.

Agricoltura integrata

L'azienda promuove i principi dell'agricoltura integrata che si basa sulla IPM (Integrated Pest Management) per limitare l'utilizzo dei fitofarmaci, e sulle buone pratiche agronomiche. Tra queste ricordiamo: l'uso della copertura vegetale del terreno e la coltivazione lungo le curve di livello per ridurre l'erosione del suolo, la riduzione delle lavorazioni del terreno per mantenere inalterata la fertilità e la scelta tra gli elementi fertilizzanti anche di concimi organo-minerali.



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

■ 02.6.7 Emissioni in atmosfera

illycaffè aspira a raggiungere la **decarbonizzazione entro il 2033**. Questa è una sfida globale e la più alta in assoluto per l'azienda. Per realizzare questo obiettivo, è necessario monitorare periodicamente e tenere sotto controllo gli inquinanti emessi in atmosfera, investigando tutte le relazioni tra l'attività produttiva del sito e l'ambiente che lo circonda.

Nel 2019 si è conclusa la prima fase di mappatura dell'impronta di carbonio. L'attività a maggior impatto risulta essere la coltivazione del caffè verde. Hanno invece un minore impatto il packaging, il fine vita, la fase d'uso, la distribuzione e il processo produttivo. È in fase di progettazione un piano che accompagnerà l'azienda lungo la strada per raggiungere questo ambizioso obiettivo.

Le emissioni causate dai processi produttivi provengono prevalentemente dalle fasi di impianto di caffè crudo e di tostatura del caffè e consistono nella liberazione in atmosfera di polveri NOx (ossidi di azoto), COT (Carbonio Organico Totale) e sostanze organiche volatili, prodotte dalla torrefazione del caffè.

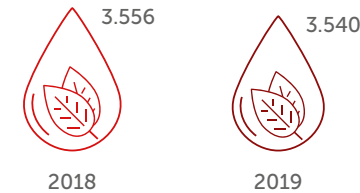
La Direttiva 2010/75/UE, relativa alla prevenzione e riduzione integrate dell'inquinamento, ha introdotto nuovi parametri di controllo delle emissioni inquinanti di NOx e COT per i camini delle tostatrici. Questi tipi di emissioni si controllano su base annuale, i risultati sono trasmessi alla Provincia di Trieste, all'ARPA FVG, all'ASS n1 Triestina e al Comune di Trieste.

I valori registrati nel 2019 per le sedi di illycaffè sono al di sotto dei limiti di emissione autorizzati dalle autorità regionali (pari a 350 mg/Nmc per NOx e di 50 mg/ Nmc per COT). Con il rinnovo degli impianti di tostatura avvenuto l'anno scorso si aspettano risultati ancora migliori per il prossimo anno. Inoltre, grazie ai catalizzatori, gli inquinanti risultanti dai processi vengono eliminati per effetto dell'alta temperatura e dell'azione ossidante, riducendo così le emissioni di polveri di caffè in atmosfera.

L'eventuale produzione di polveri derivante dal trasporto del caffè è gestita direttamente sui mezzi su cui il caffè transita, che sono tutti dotati di aspirazione e filtro per la sedimentazione delle polveri. Anche i sili di magazzino e di carico sono dotati della stessa tecnologia.

EMISSIONI LEGATE AI SITI PRODUTTIVI IN ITALIA: STABILIMENTI DI VIA FLAVIA - VIA MALASPINA - VIA CABOTO, TRIESTE (t CO₂eq)

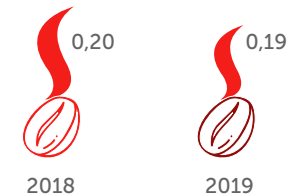
Gas naturale (SCOPE 1)*



Energia Elettrica (SCOPE 2)
(100% dichiarata da fonti rinnovabili)



Indice di intensità delle emissioni
di CO₂ (= tCO₂eq/t caffè tostato
nell'anno)



*Fonte: Ispra 2019. Fattore di conversione 1,975=1 (tCO₂/quantità).

**CONCENTRAZIONI NOx E COT
CAMINI TOSTATRICI IN mg/Nmc
ANNO 2019**

CAMINO		VALORE MEDIO		LIMITE mg/Nmc
Catalizzatore N	Tostatrice E21	NOx	223,7	350
Bruciatore N		COT	5,77	50
Catalizzatore N	Tostatrice E22	NOx	276	350
Bruciatore V		COT	20,9	50
Catalizzatore N	Tostatrice E23	NOx	210,3	350
Bruciatore N		COT	26,8	50
Catalizzatore in rinnovamento	Tostatrice E24	NOx	60	350
Bruciatore N		COT	44,4	50

**CONCENTRAZIONI COT E ALDEIDI TOTALI
CAMINO TOSTATRICE STABILIMENTO MITACA IN mg/Nmc
ANNO 2019**

CAMINO		VALORE MEDIO		LIMITE mg/Nmc
Catalizzatore Bruciatore	Tostatrice	Aldeidi	<0.01	20
		Polveri totali	4,1	10
		COT	15,9	50

Dei principali vettori energetici in TEP (tonnellata equivalente di petrolio), il 66% è di origine rinnovabile (energia elettrica) e il rimanente 34% di energia fossile (gas naturale metano).

Fonte energetica	TEP 2019	Origine	%
Energia elettrica	2.883	Fonte rinnovabile	100%
Metano	1.470	Fonte fossile	100%
Totale	4.353	100%, di cui 66% da fonte rinnovabile 34% da fonte fossile	

EMISSIONI FLOTTA AZIENDALE

Nel 2019 sono stati consumati 271945 litri di carburante gasolio per un totale di 3.399.313 km percorsi (considerando una media di consumo per vettura diesel di 8 litri/100km). Si stima che le emissioni in termini di CO₂ della flotta aziendale siano state pari a 530,3tCO₂ equivalenti. (Conversione gas diesel alimentazione diesel - Fonte: GHG: 0,156 kgCO₂/Km).

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

■ 02.6.8 Gestione dei rifiuti

La gestione del ciclo di vita dei rifiuti è un tema primario per vincere la grande sfida della salvaguardia del pianeta Terra. Sentiamo profondamente questa responsabilità, perciò garantiamo una gestione sostenibile dei rifiuti lungo tutto il loro ciclo di vita.

Un tema cruciale per il quale illycaffè sta valutando collaborazioni con produttori di materiali compostabili è quello dello smaltimento della plastica proveniente dalle capsule.

È stato avviato uno studio per un progetto di recupero e riciclo delle capsule nei principali mercati europei, ad eccezione dell'Italia, con lancio previsto nel 2020. Per l'Italia, dove i vincoli legali sul tema della gestione dei rifiuti sono più stringenti e non permettono l'avvio del processo, si è proceduto ad attivare un tavolo precompetitivo con Union Food (Milano) per sviluppare un sistema di raccolta dedicato.

Per gli scarti di produzione, l'officina prototipi ha ideato un metodo per separare il caffè e recuperare le capsule che fanno parte degli scarti di produzione. Questo consente di ridurre le capsule deputate allo smaltimento, e di riutilizzare al meglio gli altri materiali: la plastica viene destinata alla fabbricazione delle lastre in polipropilene, delle interfalde e di altri imballaggi industriali; mentre il caffè finisce nel compostaggio.

La gestione dei rifiuti nel sito produttivo e nel polo logistico di Trieste viene controllata in tutte le sue fasi, amministrative, produttive e post-produttive, comprese quelle di trasporto e smaltimento.

Nel 2019 è stato recuperato il 99,6% del totale dei rifiuti prodotti pari a 1.806.115 chili, fondamentalmente in linea rispetto al 2018. Lo 0,2% del totale è considerato pericoloso; questa frazione viene smaltita a norma di legge entro i confini nazionali. La percentuale dei rifiuti solidi urbani nel 2019 è pari a 10% dei rifiuti totali prodotti.

Nella sede di Mitaca, tutti i rifiuti, pari a 327.867 chili, sono o recuperati (come la carta) o utilizzati per il recupero energetico. Lo 0,06% dei rifiuti è considerato pericoloso.

Per migliorare la gestione dei rifiuti "standard" si è perfezionata la raccolta differenziata sia negli stabilimenti che negli uffici, ed è stata aumentata la parte di formazione su questo tema per tutto il personale. L'azienda è riuscita a ottenere un vantaggio da questo processo: dalla vendita di alcuni rifiuti, come carta/cartoni, plastica, rottami ferrosi e banda stagnata, ha ottenuto 21.547 euro. Tale dato ha subito un forte calo rispetto all'anno precedente a causa di un generale crollo della valutazione dei materiali nel mercato del riciclo.

RIFIUTI IN KG	RIFIUTI TOTALI IN %	RIFIUTI PERICOLSI	%	RIFIUTI NON PERICOLOSI	%
Avviati a smaltimento	0,4	1.020	26,2	33.635	1,9
Avviati a recupero (riciclo, compostaggio, recupero di energia, ecc.)	99,6	2.873	73,8	1.775.840	98,1
TOTALE		3.893		1.809.475	

■ 02.6.9 Smaltimento prodotti e pack riciclabili

L'economia circolare è una tematica cruciale per illycaffè in qualità di Società Benefit, è infatti il cuore della terza finalità di beneficio comune⁴. Per questo motivo progetta e applica soluzioni innovative per rendere lo smaltimento e il disassemblaggio dei prodotti il più efficiente attraverso un approccio basato su:

- **REDUCE**: in fase di progettazione vengono scelti gli imballi primari e secondari più leggeri, basso consumanti e, dove possibile, di origine riciclata o interamente ecologica.
- **REUSE**: per gli imballi secondari l'azienda preferisce l'acquisto di materiali riciclati.
- **RECYCLE**: vengono privilegiati e progettati imballaggi facilmente riciclabili, realizzati con materiali non compositi (metalli o plastiche).

Nel 2016 illy ha svolto uno studio di LCA su tutto il proprio portafoglio prodotti, partendo dalle materie prime, passando per il processo produttivo, fino alla fase di utilizzo e smaltimento di tutti i componenti del prodotto. Questo studio ha diffuso consapevolezza sugli impatti di tutte le attività e ha fatto sì che venissero implementati dei piani di miglioramento. Si è alzata l'attenzione sulla durabilità dei prodotti e sulla loro progettazione per consentire di recuperare facilmente le parti, a fine vita; e di utilizzare la stessa componentistica su macchine diverse (design for disassembly & modular design).

In Italia illycaffè ha creato ECO Easy Capsules Opener, l'accessorio a uso domestico che permette di aprire la capsula per svuotarla dal caffè, così da potere conferire separatamente i due rifiuti. Proseguono anche le collaborazioni con Università, centri di ricerca, associazioni di categoria e tavoli precompetitivi, per trovare alternative valide come l'uso di materiali biodegradabili o eco-compatibili.

ILLY IPERESPRESSO RECYCLE PROGRAM

Negli Stati Uniti è attivo da anni illy il piano Iperespresso Recycle Program per la raccolta delle capsule esauste: nel 2019 ne sono state raccolte **1.513.700** - dato in aumento del **25,6%** rispetto al 2018 - che rappresenterebbero circa **13.700 Kg** di plastica di polipropilene e **10.140 Kg** di fondi di caffè. Anche qui, una volta aperta e separata dal caffè, la plastica rientra nella opportuna filiera per il suo riciclo, e il caffè finisce nel compostaggio.

⁴ L'economia circolare e l'innovazione a beneficio del pianeta. Prevede il miglioramento dell'efficienza energetica e del consumo delle risorse per ridurre progressivamente le emissioni lungo tutta la filiera.

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability



03
standard

■ 03.1 Nota metodologica

Dal 2012, illycaffè pubblica annualmente il Sustainable Value Report, utilizzato come strumento per la rappresentazione e comunicazione in modo chiaro l'integrazione tra la sostenibilità economica, sociale e ambientale messa in atto nei processi decisionali aziendali, nella strategia, nella governance e nel modello di business, coerentemente con le aspettative di tutti gli stakeholder che, direttamente o indirettamente, sono interessati dall'attività di illycaffè. Il Value Report, inoltre, risponde all'esigenza di comunicare un percorso responsabile, fatto di comportamenti, pratiche e prodotti sostenibili, che l'azienda ha avviato nel corso degli anni.

Linee guida e processo di reporting

Il Sustainable Value Report 2019 è stato redatto secondo i "Sustainability Reporting Standards" emessi nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "In accordance-Core".

Per la realizzazione del Sustainable Value Report è stato attuato un processo di coinvolgimento che ha visto il contributo attivo sia delle diverse aree organizzative operanti nella sede centrale di illycaffè, sia dei referenti delle filiali. Il processo di reporting si è basato sui sistemi informativi in essere presso l'azienda - controllo di gestione, contabilità, qualità, ambiente, internal audit, sicurezza, gestione del personale, ecc. - che sono stati integrati con specifici strumenti di raccolta e analisi dati. L'obiettivo aziendale resta quello di rinforzare ulteriormente il sistema di reporting, estenderlo progressivamente a tutte le realtà e aumentare l'accuratezza e l'affidabilità dei dati.

Periodo di rendicontazione

Le informazioni inserite all'interno del sustainable value report fanno riferimento al periodo 01/01/2019 – 31/12/2019, se non diversamente indicato all'interno del testo.

Elementi di innovazione e continuità

In continuità con la struttura adottata l'anno precedente, il Value Report 2019 è stato organizzato secondo il framework dei sei Capitali dell'Integrated Reporting (Finanziario, Produttivo, Intellettuale, Relazionale, Umano e Naturale) con, in aggiunta, una sezione introduttiva chiamata "La nostra identità" dove sono state raccolte le informazioni legate alla struttura di governance, alle pratiche e politiche chiave attive lungo l'intera catena di valore di illycaffè.

La struttura è stata valorizzata attraverso il modello di "Nested Hierarchies", ovvero gerarchia annidata, che organizza i sei capitali dando visibilità alle relazioni che esistono tra loro. Altri elementi di innovazione riguardano le finalità di beneficio comune, gli outcomes, le sfide, e gli SDGs descritte nella pagina di Introduzione ai capitali.

L'identificazione di questi elementi è avvenuta grazie alle interviste condotte con i referenti delle diverse aree organizzative (outcomes e sfide), al riferimento a documenti chiave (finalità di beneficio comune) e al supporto di metodologie sviluppate internamente per misurare l'impatto dei diversi progetti (SDGs). Questi aspetti sono stati combinati tra loro nelle copertine dei capitali per enfatizzare le interconnessioni che esistono tra le attività, le linee strategiche, le politiche e i singoli progetti di illycaffè e per valorizzare in modo trasparente l'integrazione tra gli aspetti di business e di impatto.

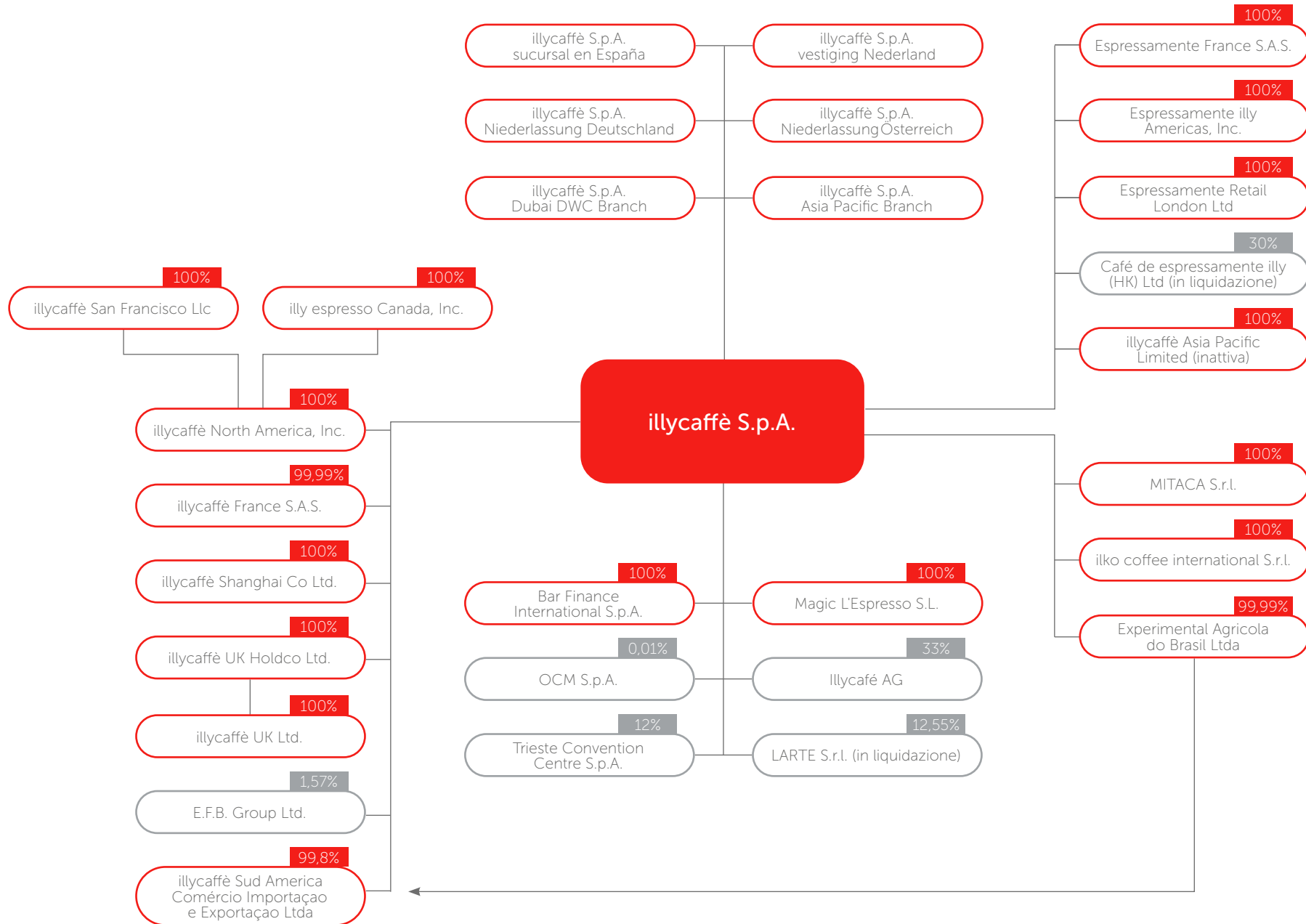
Per rafforzare l'analisi del contributo di illycaffè, ai Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite, per la prima volta è stato utilizzato l'SDG Action Manager: il tool sviluppato dal UN Global Compact in collaborazione con B Lab lanciato a gennaio 2020. Lo strumento si configura come una piattaforma digitale che mette a sistema i dieci principi del Global Compact, gli SDGs e il rigoroso approccio di misura di impatto del B Impact Assessment. Considerata che l'analisi è un'autovalutazione i cui risultati non consistono in un punteggio verificato da B Lab (o altri soggetti), che ha avuto una finalità interna e che è avvenuta nel corso del 2020, illycaffè valuterà se pubblicare gli esiti di tale analisi nelle prossime edizioni del Value Report.

Perimetro di rendicontazione

Il presente Report non comprende i dati e le informazioni relative alle società con meno di 3 dipendenti, alla luce del fatto che tali organizzazioni sono ritenute poco impattanti (se rapportate al totale complessivo di illycaffè) per quanto riguarda le ricadute socio-economiche e ambientali, in ragione della loro incidenza in termini di fatturato, di dipendenti e, soprattutto, della tipologia di attività: trattasi infatti di filiali di rappresentanza, all'interno delle quali le attività svolte sono essenzialmente di tipo amministrativo.

Il Gruppo al 31 dicembre 2019 è composto dalle società di seguito elencate, con evidenziate le società ricomprese nel perimetro di rendicontazione del Sustainable Value Report 2019.

BRANCHES



SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

ITALIA

illycaffè S.p.A. Italia
MITACA S.r.l.

EUROPA

illycaffè S.p.A. sucursal en España
Magic L'Espresso S.L.
illycaffè S.p.A. vestiging Nederland
illycaffè S.p.A. Niederlassung Österreich
illycaffè S.p.A. Niederlassung Deutschland
illycaffè France S.A.S.
Espressamente France S.A.S.
Espressamente Retail London Ltd.
illycaffè UK Holdco Ltd.

ASIA

illycaffè S.p.A. Asia Pacific Branch
illycaffè Shanghai Co. Ltd.
illycaffè S.p.A. Dubai DWC Branch

AMERICHE

Experimental Agrícola do Brasil Ltda
illycaffè North America Inc.
Espressamente illy Americas, Inc.
illycaffè Sud America Comércio
Importação e Exportação Ltda

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

Note al perimetro di rendicontazione:

In alcuni casi le informazioni e i dati relativi alle performance sono riferite ad alcune società: in questo caso nel report viene riportato un esplicito riferimento alla variazione di perimetro. Poiché lo standard GRI richiede che vengano considerate le attività che abbiano un significativo impatto in termini di sostenibilità (cfr. § materialità), laddove possibile, il report sviluppa approfondimenti anche lungo la catena del valore (ad esempio per le attività nelle piantagioni di caffè).

All'interno del capitolo "Capitale Umano", dove viene specificato "Italia" si fa riferimento alle società operanti sul perimetro nazionale: illycaffè S.p.A. e Mitaca S.r.l. con i relativi stabilimenti produttivi.

All'interno del capitolo "Capitale Naturale", i dati e le informazioni ambientali presentati fanno principalmente riferimento - dove non viene specificato altrimenti - alla sola illycaffè S.p.A. In quanto gli impatti delle altre società controllate possono essere ritenuti meno rilevanti. Infatti, oltre che per la natura delle attività svolte nelle altre società (di tipo amministrativo):

- i maggiori impatti ambientali sono legati alle attività produttive, ubicate a Trieste, negli stabilimenti della capogruppo;
- più del 55% dei dipendenti dell'azienda globale è dipendente della capogruppo.

Occorre però specificare che, all'interno del capitolo, sono stati rendicontati anche i dati relativi a **Mitaca**, la società - con sede a Milano - in cui si svolgono attività di produzione di capsule monoporzione, lavorazione di caffè e di commercializzazione di macchine che è controllata al 100% dalla Capogruppo a partire dal 2017. La rendicontazione 2018 non ha incluso la società nella raccolta delle metriche ambientali, data la recente acquisizione. Per il 2019 - considerando la natura produttiva di Mitaca - sono stati invece rendicontati tutti i dati che risultavano coerenti con con l'impostazione di raccolta delle metriche ambientali della illycaffè S.p.A.

Per mantenere una paragonabilità tra i dati 2018 e i dati 2019, in tutti i casi dove è stato possibile rendicontare il dato di Mitaca, sono state costruite delle tabelle con una colonna ad hoc che evidenzia il risultato puntuale relativo a quest'ultima società disaggregato rispetto al dato relativo alla illycaffè S.p.A. Per la reportistica 2020, proseguirà il processo che uniformerà la raccolta delle metriche di Mitaca in modo completo, rispetto all'impostazione della Capogruppo.

Contatti:

per commenti, richieste, pareri e spunti di miglioramento sulle attività di sostenibilità di illycaffè e sulle informazioni contenute all'interno del presente Value Report, potete contattare: e-mail: valuereport@illy.com

Tabella GRI

GRI DISCLOSURE NUMBER	GRI DISCLOSURE TITLE	NOTE	PARAGRAFO
102-1	Nome dell'organizzazione		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-3	Luogo delle sedi principali		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-4	Paesi di operatività		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-5	Assetto proprietario e forma legale		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-6	Mercati serviti		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-7	Dimensione dell'organizzazione		Company Overview: illycaffè in un'istantanea
102-8	Informazioni su dipendenti e lavoratori		Capitale umano
102-9	Catena di fornitura		Catena del valore
102-10	Cambiamenti significativi dell'organizzazione e della sua catena di fornitura		Il modello di illycaffè per una filiera sostenibile
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	illycaffè adotta l'approccio prudenziale per la riduzione degli impatti ambientali dei processi produttivi e dei prodotti, tramite sistemi di gestione ambientale e salute e sicurezza, il sistema di risk management e la supervisione del Comitato di Sostenibilità	Capitale produttivo – Capitale umano – Capitale naturale
102-12	Iniziative verso l'esterno		Capitale relazionale
102-13	Partecipazioni ad associazioni		Il valore della comunità e del territorio
102-14	Dichiarazione del vertice aziendale		Lettera agli stakeholder

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento		Il purpose Mission, vision, valori - illycaffè Società Benefit
102-18	Struttura di governo		Corporate Governance e assetto organizzativo
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder		Strategia e governo della sostenibilità
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	Al 100% dei dipendenti sono applicate le disposizioni dei Contratti nazionali e delle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera	
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder		Strategia e governo della sostenibilità
102-43	Approccio di coinvolgimento degli stakeholder		Strategia e governo della sostenibilità
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse		Strategia e governo della sostenibilità
102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato		Nota metodologica
102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro di ciascun aspetto		Nota metodologica
102-47	Elenco degli aspetti materiali		Dialogo con gli stakeholder
102-48	Modifiche rispetto al precedente bilancio		Nota metodologica
102-49	Cambiamenti significativi nell'attività di reporting		Nota metodologica
102-50	Periodo di rendicontazione		Nota metodologica
102-51	Data di pubblicazione del report più recente		Nota metodologica
102-52	Periodicità di rendicontazione		Nota metodologica
102-53	Contatti per richiedere informazioni sul report		Nota metodologica
102-54	Dichiarazione sull'opzione di rendicontazione secondo i GRI standard		Nota metodologica
102-55	Tabella contenuti GRI		Tabella identificazione GRI
102-56	Attestazione esterna		Assurance
103-1	Indicazione del perimetro di consolidamento per ciascun aspetto materiale		Dialogo con gli Stakeholder

201-1	Valore economico diretto generato e distribuito		I risultati economici
202-2	Proporzione di alti dirigenti assunti dalla comunità locale		Occupazione
203-1	Sviluppo ed impatto di investimenti in infrastrutture e servizi di pubblica utilità		Capitale relazionale – capitale intellettuale – strategia e governo della sostenibilità
204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali		Fornitori di beni e servizi
205-2	Comunicazione e formazione in merito a politiche e procedure anticorruzione	L'azienda ha adottato un Modello di Organizzazione, gestione e controllo (ai sensi del D.Lgs. 231/2001) che mira ad impedire o contrastare la commissione di vari reati tra cui la corruzione	
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume		Materie prime
302-1	Consumo dell'energia all'interno dell'organizzazione		Energy management
303-1	Prelievi idrici per fonte		Water management
304-2	Impatti significativi delle attività, dei prodotti e servizi sulla biodiversità		Biodiversità
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (scopo 1)		Emissioni in atmosfera
305-2	Emissioni di gas ad effetto serra per la produzione di energia (scopo 2)		Emissioni in atmosfera
305-7	Ossidi di azoto (NOx), di zolfo (SOx) e altre emissioni significative in atmosfera		Emissioni in atmosfera
307-1	Inosservanza di leggi e regolamenti in campo ambientale	Non si sono verificate sanzioni pecuniarie o formali contestazioni relative a problematiche ambientali né in Italia né all'estero	
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri ambientali	L'azienda ha stabilito, come criteri di verifica per la certificazione Sustainable Procurement Process di DNV, di monitorare il 100% delle filiere nell'arco di 3 anni. Pertanto non tutti i suppliers (nuovi/con relazioni commerciali più lunghe) sono oggetto di verifica annuale.	
401-1	Tasso di assunzione e turnover del personale		Occupazione

401-2	Benefit forniti ai dipendenti a tempo pieno che non sono forniti ai dipendenti temporanei o part-time		Comunicazione interna e welfare aziendale
402-1	Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi	Al 100% dei dipendenti sono applicate le disposizioni dei Contratti nazionali e delle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera. Il periodo è quindi variabile in base a quanto sopra.	
403-2	Tipologia e tasso di infortuni, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro		Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro
403-3	Lavoratori ad alta incidenza o ad alto rischio di infortunio o di malattia professionale		Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro
404-1	Ore di formazione medie annue per dipendente		Formazione e sviluppo del capitale umano
405-1	Diversità di dipendenti e degli organi di governo		Occupazione
405-2	Rapporto tra la remunerazione delle donne e degli uomini		Occupazione
406-1	Episodi di discriminazione e azioni correttive implementate	Nessun episodio registrato	
407-1	Attività e fornitori in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi	Il rischio è molto basso, per cui nessuna azione intrapresa	
408-1	Operazioni e fornitori ad alto rischio minorile		Il modello di illycaffè per una filiera sostenibile
409-1	Operazioni e fornitori ad alto rischio di lavoro forzato od obbligatorio	Il rischio è basso, per cui nessuna azione intrapresa	
410-1	Percentuale del personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto una formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti i diritti umani		Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro
411-1	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale	Nessun episodio registrato	
412-3	Accordi di investimento e di contratti significativi che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti a valutazione		Il modello di illycaffè per una filiera sostenibile
413-1	Aree di operatività con implementazione di programmi di coinvolgimento della comunità locale, valutazione di impatto e sviluppo		Il valore della comunità e del territorio

414-1	Nuovi fornitori valutati sulla base di criteri sociali	L'azienda ha stabilito, come criteri di verifica per la certificazione Sustainable Procurement Process di DNV, di monitorare il 100% delle filiere nell'arco di 3 anni. Pertanto non tutti i suppliers (nuovi/con relazioni commerciali più lunghe) sono oggetto di verifica annuale.	
415-1	Valore totale dei contributi politici	Nessun contributo politico versato a partiti e relative istituzioni. illycaffè aderisce ad associazioni di settore e di rappresentanza e sostiene il pagamento delle relative quote associative	
416-2	Casi di non-conformità riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi		
417-3	Casi di non conformità riferiti all'attività di marketing e la comunicazione	Nessun episodio registrato	
418-1	Reclami documentali relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei clienti	Nessun episodio registrato	
419-1	Inosservanza di leggi e regolamenti in campo sociale ed economico	Nessun episodio registrato	

■ 03.3

Assurance

SEED:S

Social
Environmental
Economic
Development
Sustainability

illycaffè S.p.A.

Relazione della società di revisione indipendente
sul "Sustainable Value Report 2019"





Tel: +39 049 78.00.999
www.bdo.it

Piazza G. Zanellato, 5
35131 Padova

Relazione della società di revisione indipendente sul "Sustainable Value Report 2019"

Al Consiglio di Amministrazione di
illycaffè S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*"limited assurance engagement"*) del Sustainable Value Report di illycaffè S.p.A. (di seguito la "Società") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

Responsabilità degli Amministratori per il Sustainable Value Report

Gli Amministratori di illycaffè S.p.A. sono responsabili per la redazione del Sustainable Value Report in conformità ai *"Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards"* definiti dal *GRI - Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), come descritto nella sezione *"Nota metodologica"* del Sustainable Value Report.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Sustainable Value Report che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi di illycaffè S.p.A. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Sustainable Value Report rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *"International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"* (di seguito anche *"ISAE 3000 Revised"*), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Sustainable Value Report non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* (*"reasonable assurance engagement"*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con

Bari, Bergamo, Bologna, Brescia, Cagliari, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Padova, Palermo, Pescara, Roma, Torino, Treviso, Trieste, Verona, Vicenza

BDO Italia S.p.A. - Sede Legale: Viale Abruzzi, 94 - 20131 Milano - Capitale Sociale Euro 1.000.000 i.v.

Codice Fiscale - Partita IVA e Registro Imprese di Milano n. 07722780967 - R.E.A. Milano 1977842

Iscritta al Registro dei Revisori Legali al n. 167911 con D.M. del 15/03/2013 G.U. n. 26 del 02/04/2013

BDO Italia S.p.A., società per azioni italiana, è membro di BDO International Limited, società di diritto inglese (company limited by guarantee), e fa parte della rete internazionale BDO, network di società indipendenti.

Pag. 1 di 2



lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Sustainable Value Report si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Sustainable Value Report, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Sustainable Value Report, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel *"capitale finanziario"* del Sustainable Value Report e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio della Società;
- comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Sustainable Value Report.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di illycaffè S.p.A. ed abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Sustainable Value Report.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Sustainable Value Report abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Sustainable Value Report di illycaffè S.p.A. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai *GRI Standards* come descritto nel capitolo *"Nota metodologica"* del Sustainable Value Report.

Padova, 14 ottobre 2020

BDO Italia S.p.A.

Stefano Bianchi
Stefano Bianchi
Socio

Illycaffè S.p.A. | Relazione della società di revisione indipendente sul "Sustainable Value Report 2019"

Pag. 2 di 2