



# SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

# INDICE

Lettera ai nostri stakeholder	03	<b>Capitolo 02.3: capitale relazionale</b>	<b>58</b>
Executive summary	05		
<b>Capitolo 01: corporate identity</b>	<b>08</b>		
<b>01.1 illycaffè</b>	<b>10</b>	<b>02.3.1</b> Il valore della comunità e del territorio	60
<b>01.1.1</b> Missione, visione e valori: illycaffè	10	<b>02.3.2</b> Arte, estetica e cultura	62
<b>01.1.2</b> Strategia e governo della sostenibilità	16	<b>02.3.3</b> Fondazione Ernesto Illy	64
<b>01.1.3</b> Politica di Sostenibilità 2030	17	<b>02.3.4</b> illycaffè e i consumatori	67
<b>01.1.4</b> Corporate governance	19	<b>02.3.5</b> Creazione di valore per i clienti	68
<b>01.1.5</b> Fare impresa in modo trasparente	21	<b>02.3.6</b> Ascolto e soddisfazione del cliente	70
<b>01.1.6</b> Rischi e opportunità	22	<b>02.3.7</b> Comunicazione e informazione responsabile	72
<b>01.2 Dialogo con gli stakeholder &amp; analisi di materialità</b>	<b>23</b>		
<b>01.2.1</b> Perimetro degli impatti	27	<b>Capitolo 02.4: capitale umano</b>	<b>73</b>
<b>01.3 La catena del valore</b>	<b>30</b>	<b>02.4.1</b> Le persone di illycaffè	75
<b>01.3.1</b> Scenario macroeconomico e posizionamento di illycaffè	30	<b>02.4.2</b> Occupazione	76
<b>01.3.2</b> Canali di vendita	30	<b>02.4.3</b> Pari opportunità, inclusione e rispetto dei diritti umani	79
<b>01.4 Il modello illycaffè</b>	<b>33</b>	<b>02.4.4</b> Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro	80
<b>01.4.1</b> Filiera sostenibile	34	<b>02.4.5</b> Comunicazione interna e welfare aziendale	81
<b>01.4.2</b> Controllo della filiera e conoscenze	36	<b>02.4.6</b> Formazione e sviluppo del capitale umano	82
<b>01.4.3</b> Fornitori	39		
<b>01.4.4</b> Logistica e vendita	40	<b>Capitolo 02.5: capitale intellettuale</b>	<b>84</b>
<b>Capitolo 02: i capitali</b>	<b>41</b>	<b>02.5.1</b> Innovazione & ricerca	86
<b>Il modello per capitali e l'organismo-azienda</b>	<b>42</b>	<b>02.5.2</b> Diffusione della cultura di eccellenza	93
		<b>02.5.3</b> Università del Caffè	94
<b>Capitolo 02.1: capitale finanziario</b>	<b>43</b>	<b>Capitolo 02.6: capitale naturale</b>	<b>96</b>
<b>02.1.1</b> Capitale finanziario	45	<b>02.6.1</b> Politica ambientale	98
<b>Capitolo 02.2: capitale produttivo</b>	<b>49</b>	<b>02.6.2</b> Impegno ambientale	99
<b>02.2.1</b> Emergenza pandemica da Covid-19	51	<b>02.6.3</b> Materie prime	101
<b>02.2.2</b> Qualità e sicurezza dei prodotti illy	52	<b>02.6.4</b> Energy Management	102
<b>02.2.3</b> Approvvigionamento e lavorazione della materia prima	53	<b>02.6.5</b> Water Management	104
<b>02.2.4</b> Sistemi di gestione e certificazione	54	<b>02.6.6</b> Biodiversità	106
<b>02.2.5</b> Network illycaffè	56	<b>02.6.7</b> Emissioni in atmosfera	107
		<b>02.6.8</b> Gestione dei rifiuti	109
		<b>02.6.9</b> Smaltimento prodotti e pack riciclabili	110
		<b>Capitolo 03: standard</b>	<b>111</b>
		<b>03.1</b> Nota metodologica	112
		<b>03.2</b> Tabella GRI	116
		<b>03.3</b> Assurance	120

# Lettera ai nostri stakeholder

Il 2020 non è stato un anno facile per il mondo intero, che ha visto aumentare le incognite sul futuro, minacciato dalla pandemia e dagli effetti sempre più devastanti del cambio climatico.

Mantenere immutato l'impegno a rispettare i più alti standard di performance sociale e ambientale in uno scenario come questo è stato un traguardo che abbiamo raggiunto grazie al nostro solido modello di business, costruito sulla crescita sostenibile a livello economico, sociale e ambientale nel lungo termine.

La solidità del business e della sua gestione, unitamente alla capacità di adattamento e al senso di responsabilità della nostra organizzazione ci hanno permesso di affrontare le criticità imposte dal Covid-19 e dal lockdown con una velocità straordinaria. In pochi giorni, ad esempio, abbiamo messo in sicurezza tutto il personale; convertito le linee di produzione e modificato la distribuzione del prodotto per andare incontro alle richieste del consumatore finale che, non potendo più andare al bar, acquistava il caffè principalmente on-line per consumarlo a casa; appoggiato il mondo dell'ospitalità duramente colpito dalla chiusura dei locali; sostenuto la comunità locale attraverso donazioni di prodotto e la realizzazione di un nuovo reparto Covid di terapia subintensiva nell'ospedale di Trieste.

Un contesto emergenziale come quello attuale ha accresciuto la consapevolezza che la sfida per un mondo più sostenibile si può vincere solo unendo le forze. Abbiamo voluto rafforzare questo messaggio, proprio nell'anno della pandemia, sviluppando la piattaforma di comunicazione One makes the difference, che racconta come la qualità sostenibile contribuisce a proteggere e migliorare il benessere delle persone e del Pianeta, ricordando ai consumatori che i gesti di tutti possono fare la differenza. One makes the difference illustra quanto l'azienda fa per generare valore per le comunità legate alla filiera del caffè, l'uso che fa delle tecnologie e della ricerca applicata alla materia prima e ai processi produttivi per sviluppare prodotti



## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

sempre più rispettosi dell'ambiente. Nel 2020, ad esempio, l'introduzione di nuovi materiali ecosostenibili, ha consentito la riduzione di 175 tonnellate di plastica all'anno. Un'iniziativa che si inserisce all'interno del piano globale di sostenibilità, che porterà illycaffè a diventare carbon neutral entro il 2033, anno del centenario della sua fondazione. Il 2020 è stato anche l'anno in cui abbiamo perfezionato le azioni legate ai tre ambiti di intervento che ci siamo dati come Società Benefit – catena responsabile del valore, aspirazione alla felicità e qualità della vita, economia circolare e innovazione a beneficio del Pianeta – e che ci ha visti lavorare alacremente per ottenere la certificazione B Corp.

Un periodo intenso e complesso, che abbiamo attraversato guidati dai nostri valori fondanti, l'etica e la passione per l'eccellenza. Siamo orgogliosi di condividere con voi questo cammino attraverso le pagine del Sustainable Value Report.

**Andrea Illy**  
Presidente

**Massimiliano Pogliani**  
Amministratore Delegato



# Executive Summary

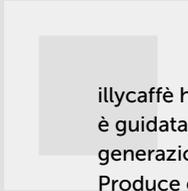
**SEED:S**

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

illycaffè, fin dalla nascita, ha orientato 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 che l'azienda persegue attraverso la condivisione del valore generato (sostenibilità economica), la crescita personale (sostenibilità sociale) e il rispetto per l'ecosistema (sostenibilità ambientale).

Stakeholder company e 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; le persone 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. Inoltre, nell'aprile del 2021, illycaffè è stata la prima azienda italiana del caffè a ottenere la certificazione B Corp, assegnata alle organizzazioni che si impegnano a rispettare i più alti standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità e che operano ottimizzando il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità di riferimento e l'ambiente, attraverso la rigorosa misurazione integrale del valore che creano e l'impegno per il continuo miglioramento.

Tale impegno è stato declinato in tre specifici ambiti d'intervento: la catena responsabile del valore e dell'agricoltura sostenibile, la felicità e la qualità della vita, l'economia circolare e l'innovazione a beneficio del pianeta, che si integrano con gli obiettivi 2030 del Piano Strategico di illycaffè, e che vengono annualmente rendicontati all'interno di una Relazione d'Impatto.



**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, 186 illy Caffè nelle più importanti città di 34 Paesi.**

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

Fulcro del modus operandi dell'azienda è l'approccio alla gestione della filiera che è espressione di un modello olistico che rafforza la sostenibilità economica che sta alla base della strategia di acquisto del caffè verde e, contestualmente, realizza azioni di sensibilizzazione e formazione lungo la supply chain verso i produttori, attraverso un sistema di relazioni dirette con i fornitori della materia prima.

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



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 2020 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 Vivero de Atitude, progetto che si svolge in Brasile il cui scopo è quello di contribuire alla conservazione e alla protezione di risorse naturali della zona del Cerrado. Il vivaio nel 2020 ha prodotto più di 74.000 piante di 104 specie native del bioma Cerrado, distribuendole a 50 aziende agricole del territorio e alla città di Monte Carmelo per incrementare le sue aree verdi, beneficiando a più di 240 persone. Il progetto ha promosso anche un'intensa attività di educazione ambientale, coinvolgendo più di 3000 studenti di università, scuole locali e altre istituzioni.

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'impegno di illycaffè per ridurre l'impatto diretto sull'ecosistema si realizza anche 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 l'azienda si approvvigiona.

L'azienda si è data l'obiettivo di diventare carbon neutral entro il 2033. Per questo motivo ha definito un piano di sostenibilità che comprende una serie di attività da attivare lungo la filiera, che vanno dallo sviluppo di prodotti a basso impatto all'uso di tecnologie che permettono di diminuire l'impronta di carbonio durante il processo produttivo al test di un nuovo modello di agricoltura virtuosa e rigenerativa in grado di assorbire la CO2 generata durante la coltivazione del caffè.

Tutto quello che è stato raccontato fino ad ora è reso possibile grazie alle 1.291 persone che lavorano in illycaffè che rappresentano la fonte e la forza con cui l'azienda attua ogni iniziativa nell'ampia prospettiva di creazione di valore condiviso che caratterizza l'essere B Corp. Questa concreta certezza fa sì che illycaffè si sia impegnata, anche in un anno difficile e complesso, nel perseguimento dello sviluppo delle persone che rendono possibile la crescita degli affari in una prospettiva sostenibile, essenza ultima della ragion d'essere dell'impresa, intesa anche come comunità sociale.

## 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 2020 i partecipanti tra professionisti, consumatori e produttori sono stati oltre 9.000. Più di 100 docenti e 26 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.

## 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.

- È necessario saper rispondere ai cambiamenti che il contesto di oggi pone in coerenza con questo modello promuovendone allo stesso tempo i valori. Soprattutto preparare le persone agli effetti del cambiamento climatico che stanno modificando anche il modo di coltivare.
- 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.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



IL GUSTO  
DI RICONOSCERCI  
ALLO SPECCHIO.

**01**  
**corporate  
identity**

# 01

HIGHLIGHTS

## 144

i Paesi in cui è presente

## 1.291

dipendenti nel mondo

## 458

milioni di euro:  
il fatturato del 2020

## 225

punti vendita: 186  
illy Caffè e 39 illy Shop

## 186

illy Caffè nelle più  
importanti città di 34 Paesi

## 26

sedi di Università del Caffè  
in tutto il mondo

## corporate identity

### OBIETTIVI E STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ

#### **illycaffè come Società Benefit e le sfide della sostenibilità**

illycaffè ha cristallizzato 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.

#### **Carbon Neutrality e promozione di nuovi modelli**

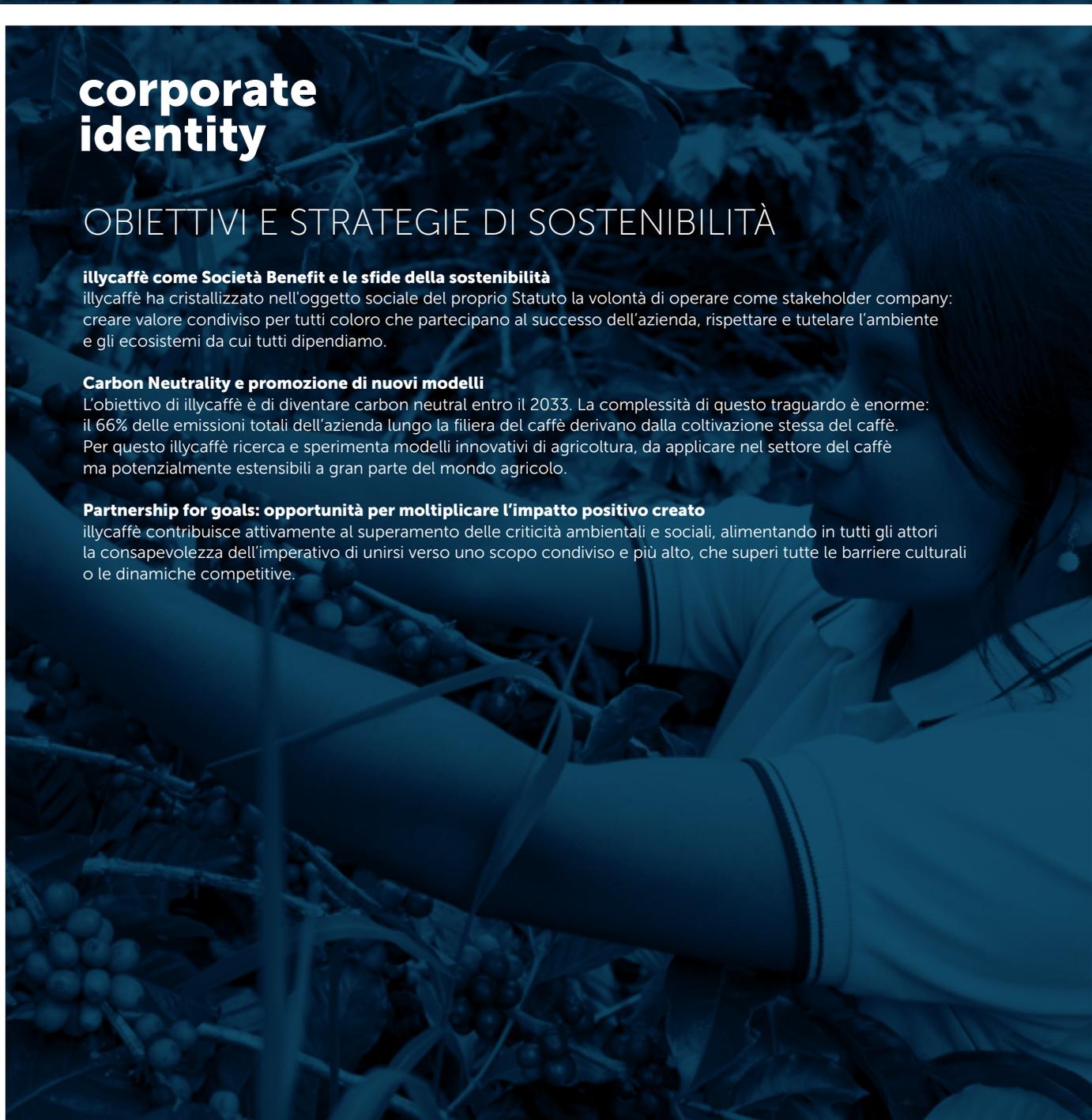
L'obiettivo di illycaffè è di diventare carbon neutral entro il 2033. La complessità di questo traguardo è enorme: il 66% delle emissioni totali dell'azienda lungo la filiera del caffè derivano dalla coltivazione stessa del caffè. Per questo illycaffè ricerca e sperimenta modelli innovativi di agricoltura, da applicare nel settore del caffè ma potenzialmente estensibili a gran parte del mondo agricolo.

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

illycaffè contribuisce attivamente al superamento delle criticità ambientali e sociali, alimentando 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.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



## ■ 01.1

# illycaffè

illycaffè è un'azienda familiare fondata a Trieste nel 1933. Produce e vende in tutto il mondo un unico blend di caffè di alta qualità, composto al 100% da Arabica, 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 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, dedicando grande attenzione alla diffusione della cultura del caffè di qualità in Italia e nel mondo.

### ■ 01.1.1 Missione, visione e valori: illycaffè

#### 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

Vogliamo essere, nel mondo, punti 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, cresce e diventa leader dell'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.



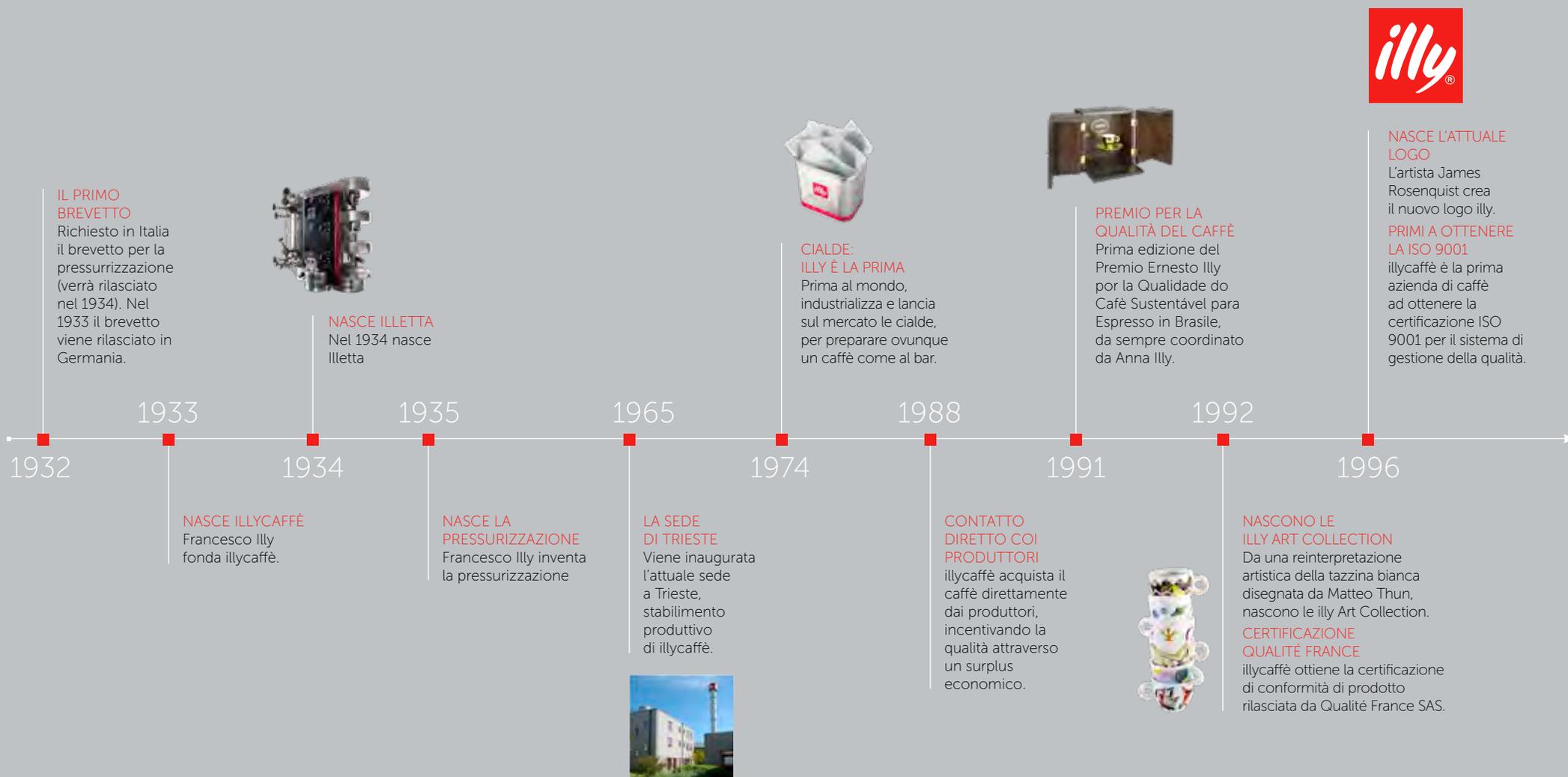
## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

# SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

## DAGLI ALBORI AD OGGI



# 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.



## 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 3 nuovi laboratori in cui sviluppa ricerche continue inerenti tutti gli aspetti del caffè.



## 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.

1999

## 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.



2002

2003

## 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.

2004

2005

## 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.

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.

2006

2007



# 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

2010

2011

2012

2013

2014

2014-2015

### 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.



### 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 Illy.



### 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 MOST ETHICAL COMPANY

illycaffè riceve il riconoscimento World's Most Ethical Company.





## 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.

## ISO 50001

illycaffè si certifica ISO 5001, garantendo l'implementazione e il miglioramento del sistema di gestione dell'energia.

## 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 caffècoltori) 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.

2016-2018

2015

2016

2017

## 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.



## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

### 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.

2019

2020

### INGRESSO DI RHONE CAPITAL

Rhone Capital entra nel capitale di illycaffè con una quota di minoranza per accompagnare l'azienda nella sua crescita internazionale.

### SUSTAINABLE PROCUREMENT PROCESS

Dalla certificazione Responsible Supply Chain Process al Sustainable Procurement Process: un protocollo più aderente alle linee guida attuali ed emergenti in tema di sostenibilità e responsabilità d'impresa, oltre che all'approccio della filiera controllata.

2021



### CERTIFICAZIONE B CORP

illycaffè è la prima azienda italiana del caffè a ottenere questa certificazione, assegnata alle organizzazioni che operano attraverso i più altri standard di performance sociale e ambientale, massimizzando il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità di riferimento e l'ambiente.

## ■ 01.1.2 Strategia e governo della sostenibilità

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-reddituali 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, illycaffè 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: al primo posto troviamo i consumatori, senza i quali il business non potrebbe esistere, seguono i clienti, partner chiave dell'azienda nel servire i consumatori; poi i collaboratori; 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.



### ■ 01.1.3 Politica di Sostenibilità 2030

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

L'azienda intende lavorare in particolare su tre ambiti di intervento, recepiti anche nello 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.



## ILLYCAFFÈ, DA SOCIETÀ BENEFIT A B CORP

L'etica e la sostenibilità sono parte del DNA di illycaffè che fin dalla sua creazione si è posta l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone. Nel 2019 ha rafforzato il suo impegno di stakeholder company, adottando lo status di Società Benefit e confermando la scelta di continuare a crescere operando in modo sostenibile per le comunità con le quali interagisce, inserendo l'impegno all'interno del proprio Statuto societario.

Tale impegno è stato declinato in tre specifici ambiti d'intervento: la catena responsabile del valore e dell'agricoltura sostenibile, la felicità e la qualità della vita, l'economia circolare e l'innovazione a beneficio del pianeta, che si integrano con gli obiettivi 2030 del Piano Strategico di illycaffè, e che verranno annualmente rendicontati all'interno di una Relazione d'Impatto, come da normativa per le Società Benefit.

Inoltre, nell'aprile del 2021, illycaffè è stata la prima azienda italiana del caffè a ottenere la certificazione B Corp, assegnata alle organizzazioni che si impegnano a rispettare i più alti standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità e che operano ottimizzando il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità di riferimento e l'ambiente, attraverso la rigorosa misurazione integrale del valore che creano e l'impegno per il continuo miglioramento.

## 2033: OBIETTIVO CARBON NEUTRALITY

illycaffè si è data l'obiettivo di diventare carbon neutral entro il 2033, per il centesimo anniversario dalla sua fondazione. A luglio 2020 ha preso vita un programma pluriennale che, attraverso l'utilizzo delle migliori tecnologie e della ricerca applicata alla materia prima e ai processi produttivi, intende raggiungere la carbon neutrality.

Alcune delle attività implementate sono:

- L'introduzione di nuovi materiali monouso sostenibili che permetteranno di eliminare circa 175 tonnellate di plastica l'anno.

- La presentazione della macchina da caffè X1 ESE & Ground, dotata di una tecnologia che la rende sempre in grado di erogare il caffè, vapore e acqua calda annullando i tempi di attesa legati al raggiungimento della corretta temperatura. Dopo ogni somministrazione la macchina entra istantaneamente in stand by, garantendo così un notevole risparmio energetico. La macchina unisce due sistemi di preparazione ambientalmente sostenibili: le nuove cialde ESE in carta compostabile e il caffè macinato. Tutti i materiali di cui è composta la macchina sono stati studiati e scelti per durare nel tempo. Anche l'imballo rispetta tutte le caratteristiche dei materiali eco-friendly.



#### ■ 01.1.4 Corporate governance

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 e certificazione B Corp. Questa aspirazione si poggia sull'identità di impresa indipendente e 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 2020 è stato integrato, a seguito dell'ingresso del socio di minoranza Rhone Capital garantendo il 50% 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.
- **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 deliberazioni del Consiglio di Amministrazione e del Presidente, proponendo il Piano Strategico e di sviluppo dell'azienda.

- **Comitato Controllo Interno e Rischi:** svolge funzioni propositive, consultive e di controllo a favore del Consiglio di Amministrazione in merito al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi. È composto da 3 Consiglieri indipendenti.
- **Comitato Nomine e Remunerazione:** svolge funzioni propositive, consultive e di controllo a favore del Consiglio di Amministrazione in merito alla nomina e ai piani retributivi dell'Amministratore Delegato, degli Amministratori e dei dirigenti apicali. 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.
- **Comitato di Sostenibilità:** svolge funzioni propositive, consultive e di controllo a favore del Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni e decisioni relative alla sostenibilità. È composto da 3 Consiglieri indipendenti.
- **Lead Independent Director:** rappresenta il punto di riferimento e coordinamento delle istanze e dei contributi degli Amministratori indipendenti.
- **Chief Ethics Officer:** rappresenta l'azienda presso soggetti privati e istituzionali nell'ambito sia della corporate reputation che degli acquisti strategici del settore del caffè.

**NUMERO DI MEMBRI DELL'ORGANO DI GOVERNO  
PER FASCIA DI ETÀ DI ILLYCAFFÈ S.p.A. 2020**

<30 anni	0
30-50 anni	2
>50 anni	11
TOTALE	13

**NUMERO DI MEMBRI DELL'ORGANO DI GOVERNO  
PER GENERE DI ILLYCAFFÈ S.p.A. 2020**

Donne	6
Uomini	7
TOTALE	13

Il numero di membri degli organi di governo di tutte le società sono pari a 49, di cui 19 donne e 30 uomini. Inoltre, la maggior parte appartiene alla fascia di età >50 anni.

Relativamente alla formazione in materia di anticorruzione agli organi di governo, sono state comunicate le politiche e le procedure al 100% degli organi di governo, mentre la formazione è stata pianificata nel corso del 2021. Le politiche e le procedure di anticorruzione sono state comunicate al 100% dei dipendenti ed è stata erogata la formazione al 35%.

## ■ 01.1.5 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 il Codice Etico è stato oggetto di aggiornamento in un'ottica di continuo e costante contrasto alla corruzione attiva e passiva. Inoltre, per lavorare in modo pienamente trasparente l'azienda, oltre al Modello Organizzativo 231 adottato, illycaffè 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.

### ↓ DOWNLOAD

Materiale disponibile  
per il download

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

### 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.
- Nel 2020 sono stati registrati 0 casi di corruzione.

### 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.worldsmoethicalcompanies.com/>.*

## ■ 01.1.6 Rischi e opportunità

Nel corso del 2020 è proseguita la definizione e il perfezionamento del modello di Enterprise Risk Management al fine di renderlo unico e trasversale. Si pone il fine ultimo di sviluppare e costruire una gestione complessiva e integrata dei rischi d'impresa, considerando i seguenti aspetti:

- Gli obiettivi e gli standard di riferimento di illycaffè.
- Le metriche nella valutazione dei rischi.
- I ruoli affidati ai risk owner nella gestione di rischi specifici.
- Il flusso di reporting alla governance.

Nel corso dell'anno si è svolta l'attività di Enterprise Risk Assessment 2020 e il relativo aggiornamento della mappa dei rischi che possono avere un impatto rilevante sugli obiettivi e il valore dell'impresa, consolidando la metodologia unica e trasversale tra le diverse funzioni e identificando i responsabili di ciascun rischio (Risk Owner) cui è affidata la gestione del rischio e l'implementazione, ovvero il miglioramento, delle azioni di mitigazione.

I rischi identificati, riportati nel risk register, possono essere di natura interna ed esterna, e il modello utilizzato li suddivide in quattro categorie:

- Rischi strategici
- Rischi operativi
- Rischi finanziari
- Rischi di governance & compliance

I **Rischi Strategici** possono riferirsi a cambiamenti di business o all'inadeguata risposta a cambiamenti del contesto competitivo e alle attività di sviluppo business della società. In questo ambito possono rientrare anche i rischi di sostenibilità.

I **Rischi Operativi** sono quelli collegati al settore di appartenenza, all'operatività aziendale, all'assetto organizzativo, ai sistemi informativi e ai processi di controllo e di reporting del illycaffè.

I **Rischi Finanziari** sono quelli legati alla gestione finanziaria di illycaffè, nello specifico connessi al rischio di liquidità, valute, tasso e controparti finanziarie per eventuali operazioni finanziarie.

I **Rischi di Compliance**, in generale, sono quelli legati al mancato rispetto, nella conduzione del business, delle normative e dei regolamenti applicabili, sia a livello nazionale che internazionale, all'attività aziendale, nonché del Codice Etico e delle procedure interne.

Per aumentare e assicurare una cultura del rischio omogenea e diffusa in tutta la realtà aziendale ai diversi livelli di responsabilità, tutti i partecipanti all'Enterprise Risk Assessment 2020 sono stati coinvolti nella condivisione dei risultati, proseguendo con un approfondimento mirato sui processi aziendali e i rischi collegati.

# 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 Società Benefit. illycaffè è da sempre impegnata nella 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 2020 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 con i direttori per estrapolare la visione interna.
- Condivisione di un questionario agli stakeholder esterni per rilevare le aspettative "fuori" l'azienda.

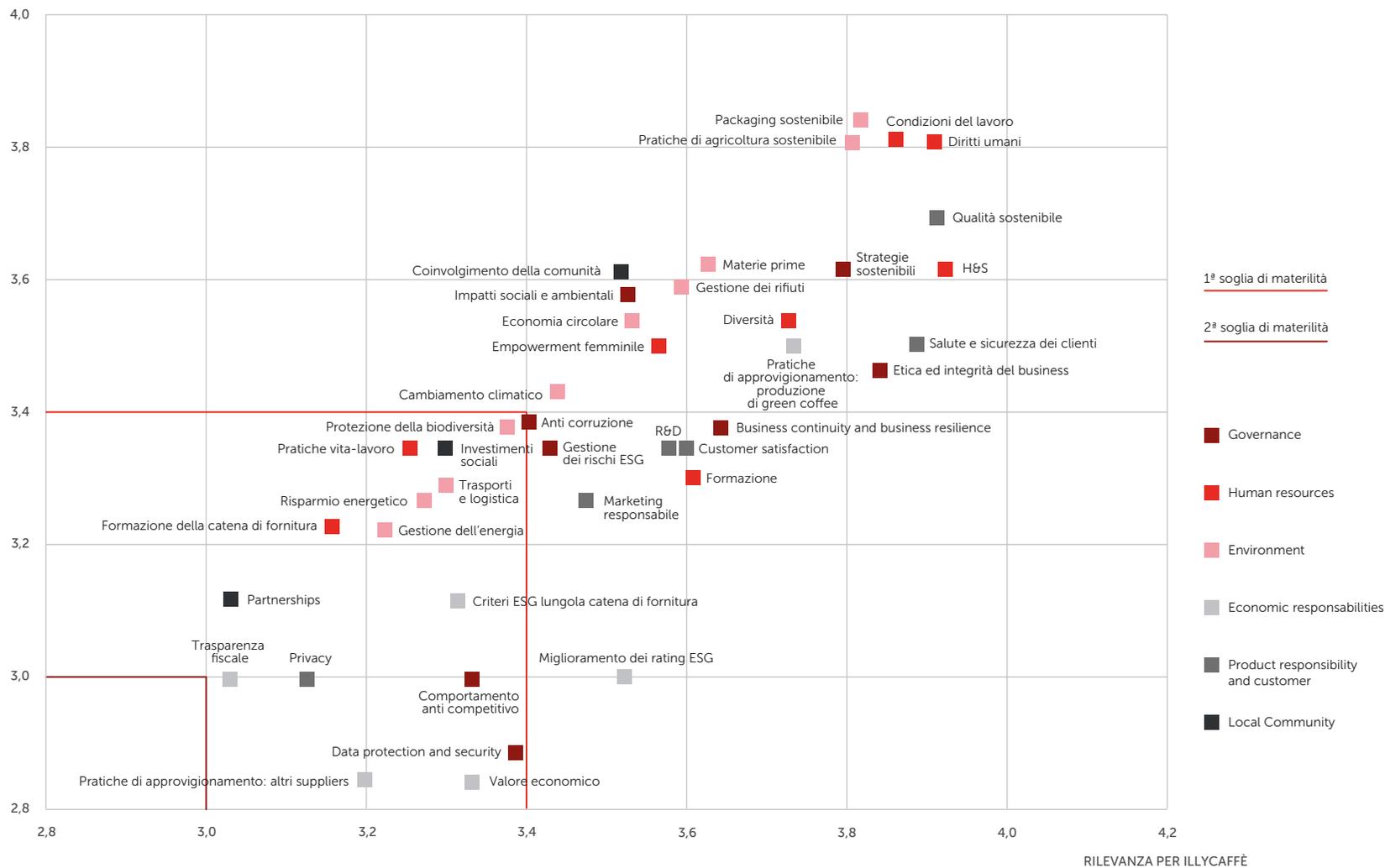
L'impostazione dell'analisi e dei relativi questionari permette di restituire un senso di priorità completo, sviando il rischio di incorrere in una visione dove tutti i temi siano ugualmente rilevanti. Tale prioritizzazione si è focalizzata soprattutto sulla percezione delle tematiche materiali a fronte dell'emergenza sanitaria, con il fine ultimo di valutare la percezione che gli stakeholder hanno

nei confronti dei singoli temi in termini di rilevanza e di urgenza.

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 40 temi valutati attraverso una scala di valutazione da 1 a 4, e sono stati riportati nella matrice sottostante i temi più rilevanti che si posizionano nel quadrante in alto a destra. Secondo i risultati ottenuti, è stata identificata una soglia di materialità pari a 3,4, la quale evidenzia le tematiche materiali e strategiche per il business di illycaffè. Inoltre, è stata identificata una seconda soglia di materialità pari a 3,0, la quale consente di evidenziare le tematiche ritenute importanti per illycaffè, anche se non materiali, sulle quali è possibile valutare la definizione di obiettivi a medio-lungo termine.



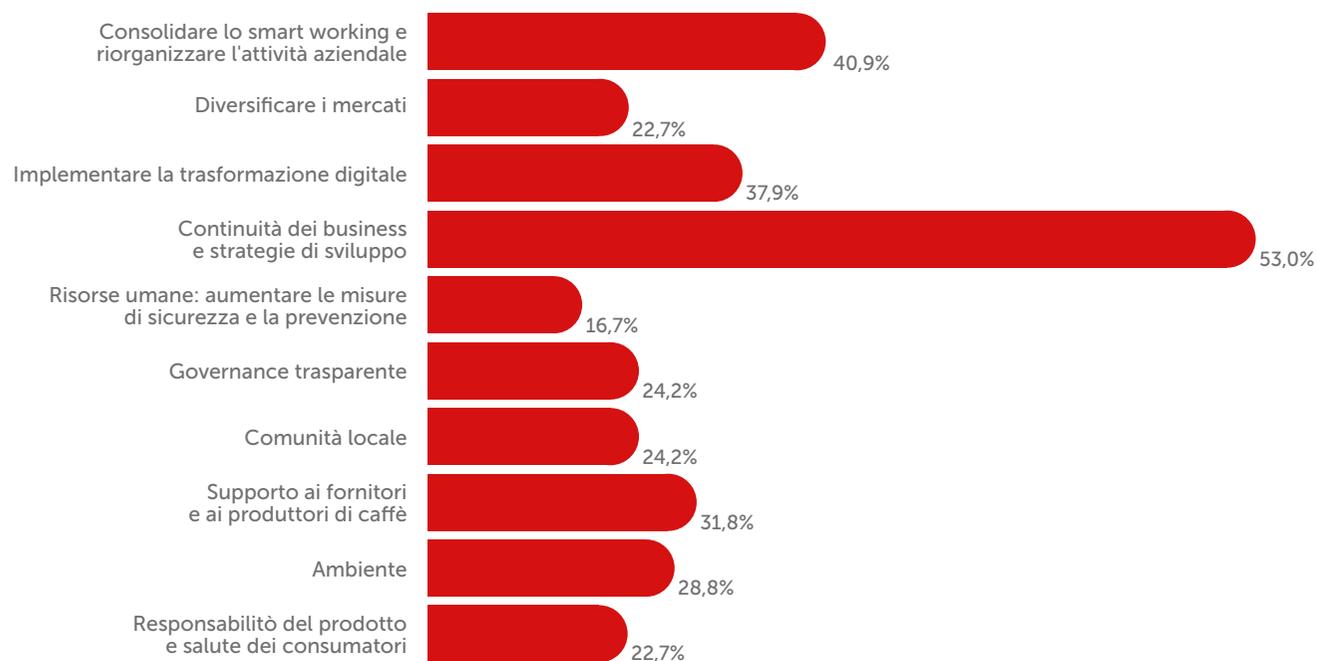
## RILEVANZA PER GLI STAKEHOLDERS



A supporto dell'analisi di materialità, è stata condotta un'ulteriore analisi finalizzata a indagare i temi che gli stakeholder ritengono maggiormente rilevanti in termini di presidio, monitoraggio, controllo e tutela a fronte dell'emergenza sanitaria e degli impatti causati dal Covid-19. I risultati emersi identificano le seguenti tematiche come rilevanti:

- "Continuità del business e strategie di sviluppo" con una percentuale di risposte da parte degli stakeholder pari al 53%.
- "Consolidare lo smartworking e riorganizzare l'attività aziendale" con una percentuale di risposte da parte degli stakeholder di circa il 41%.
- "Implementare la trasformazione digitale con una percentuale di risposte da parte degli stakeholder di circa il 38%.

#### RISULTATI DELLE TEMATICHE RILEVANTI A FRONTE DELL'EMERGENZA SANITARIA



## ■ 01.2.1 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
Customer satisfaction e gestione dei reclami	417 – Marketing ed etichettatura 418 – Privacy dei clienti	Tutta l'azienda	Clienti	Capitale relazionale
Salute e sicurezza dei consumatori	416 – Salute e sicurezza dei clienti	Tutta l'azienda	Clienti/Fornitori	Capitale relazionale
Etichettatura di prodotto e marketing responsabile	417 – Marketing ed etichettatura	Tutta l'azienda	Clienti	Capitale produttivo
Innovazione e investimenti in Ricerca e sviluppo		Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale intellettuale
Qualità sostenibile		Società produttive	Fornitori, Clienti,	Capitale produttivo
Impatti sul cambiamento climatico	302 – Energia 305 – Emissioni	Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Naturale
Uso responsabile delle materie prime	301 – Materie prime 303 – Acqua e scarichi idrici	Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Naturale
Gestione dei rifiuti	306 – Scarichi idrici e rifiuti	Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Naturale

TEMI MATERIALI IDENTIFICATI DA ILLYCAFFÈ	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	IMPATTO INTERNO ALL'AZIENDA	IMPATTO ESTERNO ALL'AZIENDA	AMBITO
Economia circolare e lifecycle management	306 – Scarichi idrici e rifiuti	Capogruppo	Fornitori	Capitale Naturale
Sostenibilità nelle pratiche agricole		Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni	Capitale Naturale
Packaging sostenibile	301 – Materie prima	Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale Naturale
Pratiche di approvvigionamento: produzione di green coffee	204 – Pratiche di approvvigionamento 307 – Compliance ambientale 308 – Valutazione ambientale dei fornitori 414 – Valutazione sociale dei fornitori	Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale produttivo
Miglioramento dei rating ESG		Tutta l'azienda	Fornitori	Capitale finanziario
Coinvolgimento nella comunità e rapporti con il territorio	411 – Diritti dei popoli indigeni 413 – Comunità locali	Società produttive	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale relazionale
Strategie di sostenibilità		Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale relazionale
Anticorruzione	205 – Anti corruzione	Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale relazionale
Trasparenza, integrità ed etica	307 – Compliance ambientale 407 – Libertà di associazione e contrattazione collettiva 408 – Lavoro minorile 409 – Lavoro forzato o obbligatorio 415 – Politica pubblica 419 – Compliance socio-economica	Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti, Collaboratori Esterni, Partner e Consulenti	Capitale relazionale
Business continuity & business model resilience	201 – Performance economiche	Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale finanziario

TEMI MATERIALI IDENTIFICATI DA ILLYCAFFÈ	TOPIC-SPECIFIC GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO	IMPATTO INTERNO ALL'AZIENDA	IMPATTO ESTERNO ALL'AZIENDA	AMBITO
ESG Risk management		Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale finanziario
Impatti sociali e ambientali	203 – Impatti economici indiretti	Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale produttivo, capitale intellettuale
Rispetto dei diritti umani	412 – Valutazione nel rispetto dei diritti umani	Tutta l'azienda	Fornitori, Clienti	Capitale umano
Condizioni lavorative	401 – Occupazione 402 – Relazione tra lavoratori e management 404 – Formazione e istruzione	Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale umano
Diversità e pari opportunità	405 – Diversità e pari opportunità 406 – Non discriminazione	Tutta l'azienda	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale umano
Salute e sicurezza sul lavoro	403 – Salute e sicurezza sul lavoro	Tutta l'azienda	Collaboratori Esterni	Capitale umano
Empowerment femminile	405 – Diversità e pari opportunità	Capogruppo	Fornitori, Collaboratori Esterni, Partner	Capitale umano

# La catena del valore

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 catena di fornitura a cominciare dai Paesi dove cresce la più pregiata Arabica per arrivare a color che distribuiscono e preparano il caffè in tazza.

## ■ 01.3.1 Scenario macroeconomico e posizionamento di illycaffè

Nel 2020 il quadro macroeconomico globale è stato segnato dall'emergenza sanitaria causata dalla pandemia Covid-19. Gli scenari economici sono velocemente e profondamente mutati, portando a una recessione dell'attività economica mondiale senza precedenti nella storia recente.

Secondo le previsioni dell'IMF (International Monetary Fund), diffuse a gennaio 2021, il PIL globale si è contratto del 3,5% nel 2020. L'Italia è stato il primo Paese in Europa ad essere colpito dalla pandemia. Nella prima parte dell'anno, l'attività economica si è contratta del 13% (fonte: ISTAT) per poi crescere del 16% nel terzo trimestre, spinta dal forte rialzo sia delle esportazioni sia della domanda nazionale.

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.

## ■ 01.3.2 Canali di vendita

Il **mercato Italia**, relativamente alle competenze della Direzione Vendite Business Italia opera sui canali Horeca, Distributori Sistemi, Modern Trade, Specialty Retail Eldom e Ocs - Vending (inclusa la controllata Mitaca).

Benché il peso del fatturato della illycaffè rimanga principalmente orientato al canale Horeca (70% circa del totale vendite), è iniziata una progressiva accelerazione verso l'allargamento negli altri canali, che continuerà anche nel prossimo futuro. Diretta conseguenza di questo ribilanciamento è un differente mix del portafoglio prodotti, che ha visto un significativo aumento delle referenze per uso domestico.

1. L'**Horeca Italia**, è storicamente il canale di riferimento per fatturato e importanza per illycaffè.

I prodotti professionali commercializzati sul canale sono rappresentati dai formati dedicati alla somministrazione quali il Grani (3 chili e 1,5 chili), il solubile illycaffè, le capsule Ipso Professional.

Completano l'offerta illy Crema e Hordeum (orzo e orzo/ginseng) disponibile quest'ultimo in solubile e capsule Ipso Professional e Home.

L'offerta si perfeziona con la formazione proposta dall'Università del Caffè, finalizzata alla diffusione della cultura del caffè di qualità e alla creazione di maggiori competenze e conoscenze per gli operatori del fuori casa.

I target di questa organizzazione capillare sono:

- Sviluppo distributivo in linea con i pilastri strategici di illycaffè.
- Acquisizione di nuova clientela quali Bar, Hotel, Ristoranti, Compagnie di Ristorazione operanti nel settore del Catering e Travel e più in generale nel settore Out of Home con profilo premium.
- Presidio e miglioramento della clientela esistente, con l'obiettivo di aumentare lo standard qualitativo dei prodotti in somministrazione, il miglioramento dell'immagine di marca, la diffusione della cultura della qualità attraverso la costruzione di una esperienza unica per il consumatore, creando con lo stesso un forte legame.

Per costruire un parco clienti in linea con i pilastri strategici di illycaffè è stato creato il programma Artisti del Gusto. Gli appartenenti a questo percorso dei veri e propri ambasciatori globali della qualità, a cui l'azienda propone soluzioni distintive e uniche per il raggiungimento dei più alti standard qualitativi e della miglior soddisfazione del consumatore finale.

Per il mondo della piccola ristorazione l'azienda mette a disposizione il sistema Ipsy Professional, che offre la migliore soluzione per preparare un caffè illy di qualità, offrendo al cliente anche la gestione ottimizzata delle attività tecniche legate agli strumenti di trasformazione.

2. I **Distributori Sistemi Porzionati Professionali** sono un'ulteriore soluzione distributiva nel canale Horeca Italia che permette una copertura capillare maggiore. Come per il canale Horeca Italia, anche per i distributori l'anno 2020 è stato particolarmente difficile a causa dell'evento pandemico.

I prodotti in distribuzione sono le capsule Ipsy Professional, le Capsule MPS Horeca e le cialde ESE, oltre ai solubili Hordeum in capsule Ipsy Professional. Ai due sistemi porzionati, si abbina la proposta di attrezzature dedicate. Completano l'offerta analoghi prodotti dedicati alla somministrazione.

3. **OCS - Vending**. È un canale che gestisce la commercializzazione di prodotti consumabili per la somministrazione nell'ambito del settore dei servizi per gli uffici e distributori automatici.

La realtà **Mitaca**.

Mitaca, azienda specializzata nell'ambito del canale OCS – Vending, proprietaria e produttrice dei sistemi MPS – IES e MPS M, di cui illycaffè detiene la totale proprietà dal 2017, annovera una clientela composta da distributori italiani che operano sul territorio nazionale e la commercializzazione dei propri sistemi (capsule caffè e solubili + macchine + accessori e ricambi) anche nelle filiali estere di illycaffè e nei mercati serviti dai distributori esteri.

La proposta commerciale di Mitaca prevede un'offerta che mette a disposizione del distributore di caffè e bevande i sistemi porzionati IES – MPS per il segmento Office e, per il Vending, il sistema MPS M.

Ciascun sistema offre una gamma di macchine dedicate. L'offerta prodotti si completa con i solubili in capsule per bevande calde e in bag a seconda dell'utilizzo su macchine a capsule o vending.

Il posizionamento fissato, le soluzioni tecnologiche e sempre più

l'innovazione sostenibile che già prevede l'uso di accessori compostabili, sono un'ulteriore caratteristica differenziante.

4. Il **Modern Trade** è il canale prevalente nell'ambito della distribuzione per i consumi domestici.

I prodotti commercializzati sul canale sono rappresentati dai barattoli di caffè da 125 grammi e 250 grammi, Cialde ESE, Soft Can, Capsule Compatibili nelle varie declinazioni di prodotto e tostatura oltre a confezioni dedicate (special pack).

5. Un ulteriore canale distributivo dedicato allo sviluppo dei consumi domestici è rappresentato dallo **Specialty Retail**, che gestisce la commercializzazione dei prodotti illy nell'ambito della vendita a strutture ed entità indipendenti nella distribuzione alimentare che non hanno forme associative e/o di relazione con il Modern Trade.

I prodotti commercializzati sul canale sono rappresentati dai barattoli di caffè da 125 grammi e 250 grammi, Cialde ESE, Soft Can, Capsule Ipsy Home, Capsule Compatibili (in distribuzione selettiva su alcune delle principali città italiane) nelle varie declinazioni di prodotto e tostatura oltre a confezioni dedicate (special pack).

6. L'**Eldom** è il canale dedicato alla distribuzione e alla vendita di caffè e di macchine da caffè per la casa, destinato ai punti di vendita appartenenti al segmento Casalinghi, Liste Nozze, Articoli Domestici ed Elettrodomestici e GDS (Grande Distribuzione Specializzata nel comparto Elettronico), comprese le catene di rivendita specializzata di capsule caffè e sistemi porzionati.

I prodotti commercializzati sono rappresentati dalle macchine FF dedicate ad uso domestico per il sistema a capsule Iperpresso Home, per cialde ESE e caffè illy macinato, monta latte elettrici e dagli accessori per la preparazione del caffè in ambito domestico.

All'interno del perimetro **International Markets**, dove illycaffè opera tramite distributori terzi, i prodotti raggiungono i consumatori di oltre 100 Paesi differenti attraverso tutti i canali di vendita.

Benché il peso del fatturato rimanga principalmente orientato al canale Horeca, a partire dallo scorso anno è iniziata una progressiva accelerazione

**SEED:S**

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

degli altri canali che continuerà anche nel prossimo futuro fino a consolidarsi in una suddivisione più vicina ad un 60/40. Diretta conseguenza di questo ribilanciamento è un differente mix del portafoglio prodotti, che ha visto una significativa accelerazione delle referenze per uso domestico verso quelle per uso fuori casa.

Con i partner locali (i distributori) l'azienda intrattiene mediamente rapporti di lunga data (10+ anni). Nel corso del 2020 è cambiato qualche distributore in quanto le performance non erano adeguate o per un evidente disallineamento con i valori aziendali.

Il team International Markets che gestisce i rapporti con i distributori è piuttosto snello ed è organizzato in 4 macro Aree: Europe, APAC (Asia Pacific), SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa) e LATAM (Paesi Latino Americani). Se le Aree LATAM e SEMEA hanno sofferto nel corso del 2020, Europe è riuscita a contenere l'impatto e APAC ha, di fatto, quasi raddoppiato il fatturato grazie ad una serie di iniziative in geografie e canali mirati e meno colpiti dagli effetti pandemici. In Corea, in particolare, c'è stata un'importante aumento del consumo di caffè a casa, alla fine del 2020 si stima che abbia raggiunto circa il 50% del totale caffè importato dall'Italia.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

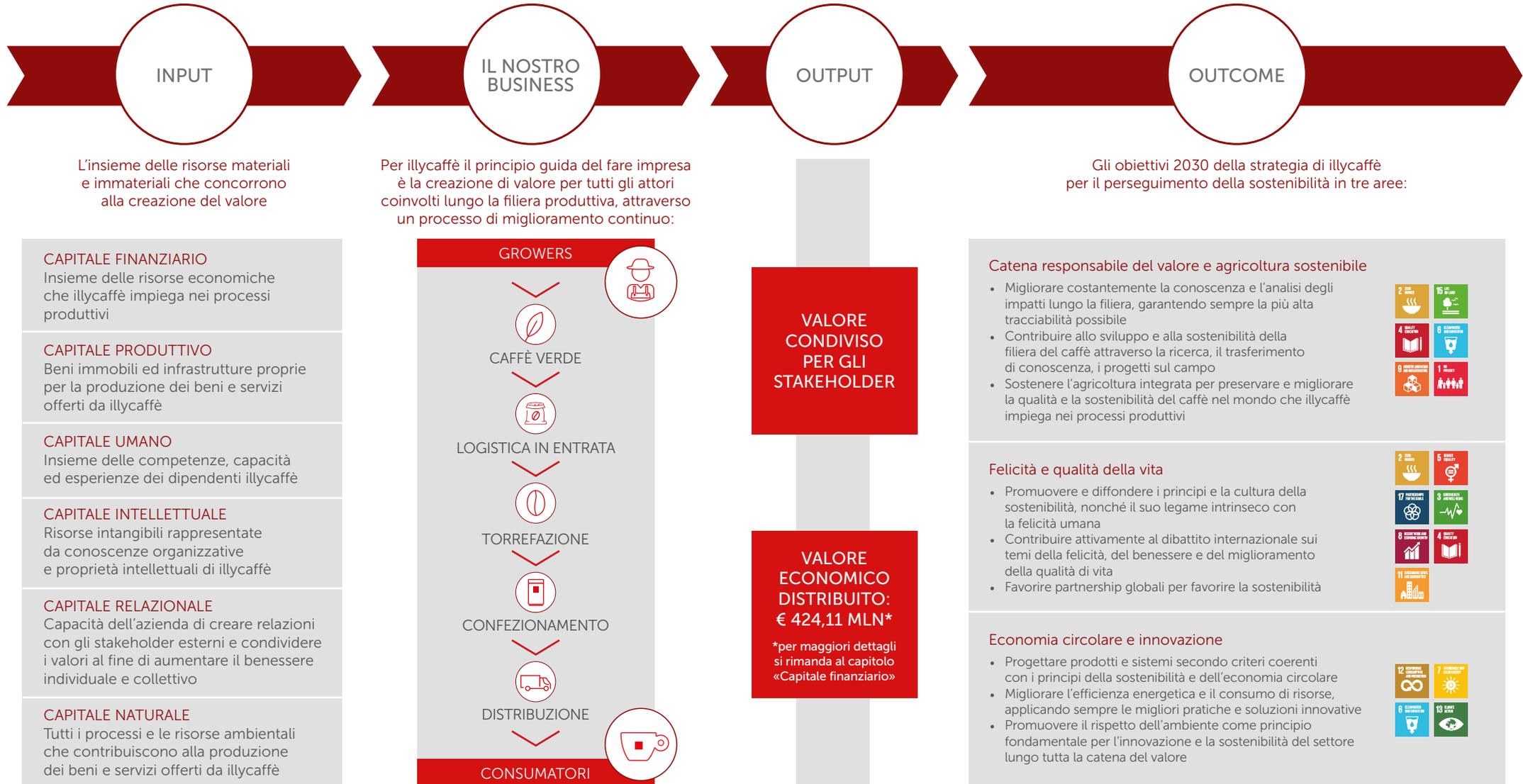


# Il modello illycaffè

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



#### ■ 01.4.1 Filiera sostenibile

Per garantire la qualità sostenibile del caffè, il modello di gestione della filiera di illycaffè 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.

Un modello che 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. 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 la sostenibilità economica che sta alla base della strategia di acquisto del caffè verde e, contestualmente, realizza azioni di sensibilizzazione e formazione lungo la filiera durante ogni visita dei tecnici e agronomi illy. 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 (Circolo 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), lo standard di sostenibilità della supply chain relativo all'acquisto di caffè verde di qualità sostenibile di cui illycaffè si avvale; 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.

illycaffè ha stabilito di monitorare il 100% delle filiere nell'arco di 3 anni. Pertanto, non tutti i fornitori sono oggetto di verifica annuale; inoltre ogni fornitore gestisce più filiere, pertanto il numero di verifiche non è rappresentativo dei volumi né tanto meno del valore degli acquisti annuali di caffè verde.

I principali ambiti di monitoraggio delle filiere sono i seguenti:

AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione e qualità dell'acqua</li> <li>• Biodiversità</li> <li>• Riciclo e/o corretto smaltimento di rifiuti liquidi e solidi</li> </ul>
OCCUPAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diritti umani</li> <li>• Condizioni di lavoro</li> <li>• Salute e sicurezza</li> <li>• Capacità e competenze</li> </ul>
PRODOTTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tracciabilità</li> <li>• Utilizzo di principi attivi</li> <li>• Pratiche agronomiche utilizzate</li> <li>• Controllo della produzione</li> <li>• Igiene</li> </ul>

## 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.**
- **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.** Grazie a questo sistema di monitoraggio, nel 2020 sono stati identificati 21 rischi potenziali legati al lavoro minorile e lavoro forzato obbligati. I produttori di caffè provenienti da Costa Rica, Etiopia, Guatemala, Honduras e Nicaragua risultano essere i più esposti a tali rischi. Al fine di minimizzare tali rischi, illycaffè – in collaborazione con la Fondazione Ernesto Illy – sviluppa progetti ad hoc creati per trasferire le conoscenze necessarie per prevenire tali rischi sociali (per maggiori informazioni vedi pag. 33).
- **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.**

Nel 2020 non sono state rilevate pratiche scorrette né violazioni in materia di rispetto dei diritti umani.

## 01.4.2 Controllo della filiera e 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):** requisiti che vanno oltre i minimi di legge e che l'impresa reputa fondamentali nella relazione col fornitore.
- **Sistema di rating della supply chain** per qualificare le filiere.

Il 2020 è stato un anno atipico a causa della pandemia mondiale dovuta al Covid-19. illycaffè ha immediatamente messo in atto delle strategie per potersi adattare al continuo evolversi di una situazione incerta e delicata. Le attività previste per il 2020 sono state riviste e riorganizzate agilmente, cercando di cogliere la circostanza come una reale opportunità per apportare cambiamenti, nell'ottica del miglioramento continuo.

Visto il dilagare della pandemia in tutte le origini da cui l'azienda si approvvigiona, le attività di verifica in campo sono state sospese, ad eccezione del Brasile, dove illycaffè ha continuato a monitorare la situazione e a organizzare le visite, con i suoi tecnici di sostenibilità, soltanto quando la sicurezza degli attori coinvolti era pienamente garantita. In Costa Rica, Guatemala, Honduras, Messico e Nicaragua le verifiche sono state realizzate da remoto seguendo i requisiti richiesti dal Sustainable Procurement Process. In totale, sono state effettuate 267 verifiche e non sono state rilevate non conformità.

Dall'inizio del programma di monitoraggio delle filiere del caffè, sono stati visitati sul campo oltre 3.200 produttori.

	2018	2019	2020
VISITE IN CAMPO	337	334	267 verifiche in campo e da remoto

Oltre al processo di verifica, nel 2020 è stata svolta un'intensa attività di stakeholder engagement, che ha coinvolto oltre 450 persone delle principali filiere di caffè verde da cui si approvvigiona l'azienda. Si è trattato di un momento di formazione e di dialogo, durante il quale è stata ribadita l'importanza che ha la sostenibilità per illycaffè, con un focus particolare sulla strategia di acquisto del caffè, dedicando tempo all'ascolto e alla raccolta delle materialità emerse a livello locale e utili a indirizzare le azioni dell'azienda. Uno dei temi emersi ritenuti maggiormente rilevanti riguarda l'obiettivo di diventare carbon neutral nel 2033, ricevendo feedback positivi per le attività previste nei prossimi anni dagli stakeholder del caffè verde.

Dal 2020 illy, oltre ad aggiornare 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, richiede ai propri fornitori di realizzare un'analisi dei rischi della propria filiera.

In particolare, le possibili aree critiche emerse dai 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.
- Prevenzione e mitigazione del rischio di lavoro minorile.

### Trasferimento di conoscenza

Per illycaffè il trasferimento di conoscenza è parte integrante di tutte le attività che vengono svolte lungo le filiere del caffè. L'attività di formazione inizia con le visite in campo e viene, poi, articolata in sessioni specifiche in base alle maggiori criticità rilevate, con l'obiettivo di dare raccomandazioni puntuali per la risoluzione e la prevenzione delle stesse. Le conoscenze acquisite sul campo e trasmesse dagli esperti ai produttori diventano un vero e proprio patrimonio di conoscenze che permette a tutti gli attori della filiera di agire consapevolmente e nel rispetto dei diritti umani, delle comunità e dell'ambiente.

L'istruzione è il filo conduttore delle attività di formazione svolte dall'Università del Caffè e dei progetti sociali che vengono realizzati grazie al contributo della Fondazione Ernesto Illy per prevenire, risolvere e mitigare i più rilevanti rischi identificati in campo.

## 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 cafficoltura dovuta all'avanzare dell'età 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.

#### GUATEMALA

Grazie alla collaborazione con la fondazione Funcafé, nel 2020 illycaffè ha attivato un progetto di Coffee Kindergarten e Coffee Camp nell'azienda agricola El Aceituno, contribuendo alla costruzione di una struttura scolastica per offrire un servizio educativo e alimentare a 38 minori, tutti figli di raccoglitori di caffè che prestano servizio in questa piantagione.

#### 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, figli di raccoglitori di caffè che lavorano nelle piantagioni della zona.

#### 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.



### 01.4.3 Fornitori

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 231 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 per rispondere a quanto previsto negli stringenti criteri della certificazione B Corp. Il focus del 2020 è stato il Supplier Risk: insieme alla funzione di Risk & Compliance aziendale è stato disegnato e implementato un articolato processo di valutazione dei rischi di fornitura (dalla business interruption al cyber risk, valutando anche il rischio reputazionale ed economico).

Il modulo implementato consente di raccogliere le informazioni dal fornitore, di valutarle internamente per capire il livello di rischio ed, eventualmente, di intervenire con azioni correttive che poi saranno monitorate nel tempo.

Questa attività avrà pieno sviluppo nel 2021, quando verrà implementato e gestito tutto il processo di Audit Management. Il prossimo anno, inoltre, si svolgerà un'importante attività di revisione e aggiornamento del Processo di Qualifica con l'obiettivo di renderlo sempre più attuale e in linea con quanto previsto nelle linee guida delle aziende B corp.

**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. Queste attività hanno permesso di, a partire dal 2020, 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.

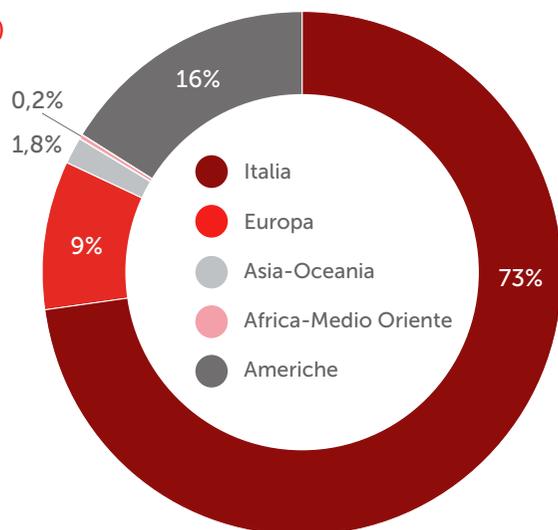


Questo metodo crea un solido rapporto tra il fornitore e illycaffè, che alimenta a sua volta un **network virtuoso** in cui si condividono buone pratiche e ci si migliora reciprocamente.

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.

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.

### PROVENIENZA FORNITORI (% VOLUME DI ACQUISTO 2020)



illycaffè ha un panel di fornitori pari a 1.067, di cui l'87,7% proveniente dall'Italia, il cui volume di acquisto è pari a 130 milioni di euro, ovvero l'88,2% della spesa totale sostenuta.

Il totale dei fornitori valutati secondo criteri sociali o ambientali è pari a 47; di questi, il 28% dei fornitori sono valutati secondo criteri ambientali, mentre il 72% sono valutati secondo criteri sociali.

NUMERO DI FORNITORI TOTALI DI ILLYCAFFÈ		2020
Fornitori produttori		418
Fornitori non-produttori		2.913
TOTALE		3.331

PROVENIENZA DEI FORNITORI DI ILLYCAFFÈ - 2020	NUMERO FORNITORI	% SUL TOTALE	PVO* IN 000/€ <sup>6</sup>	% DI SPESA
Italia	1.392	42%	211.872	73%
Europa	1.045	31%	27.331	9%
Asia - Oceania	52	2%	5.896	1,8%
Africa - Medio Oriente	4	0%	24	0,2%
Americhe	838	25%	46.362	16%
<b>Totale</b>	<b>3.331</b>	<b>100%</b>	<b>291.485</b>	<b>100%</b>

\* Purchase volume: volume di acquisto

<sup>6</sup> Tale aggregato non considera il volume di acquisto dello stabilimento del Brasile e quello relativo ad Espressoamente illy Americas DOS.

#### ■ 01.4.4 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

ROI-2020

## 6%

Valore Economico  
Distribuito

## 424,11

milioni di euro

## 70,3%

del valore economico  
distribuito: destinato  
alla remunerazione  
dei fornitori

## capitale finanziario

Il capitale finanziario comprende i principali risultati economici generati dall'azienda nel 2020, 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.

## ■ 02.1.1 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 non può più prescindere dal perseguire un impatto positivo anche per le persone e l'ambiente.

Nel 2020 illycaffè ha registrato un valore della produzione in decremento del 14,10% rispetto al 2019. I dati economico-finanziari evidenziano un margine operativo lordo (EBITDA) in diminuzione rispetto all'anno precedente e un utile netto di 5 milioni, anch'esso in decrescita. Il 2020 è stato l'anno segnato dalla pandemia Covid-19. Per fronteggiare l'impatto dell'emergenza sanitaria sui propri dipendenti e delle conseguenti misure di contenimento adottate dai diversi governi sul business, clienti, fornitori e in generale sulla collettività, illycaffè ha introdotto molteplici iniziative, legate alla salute e sicurezza dei dipendenti, alla gestione economico-finanziaria e al sostegno alla comunità.

### Principali indicatori di sintesi di illycaffè

	2019	2020
ROI	13,3%	6,0%
ROE	12,6%	3,5%
ROS	6,9%	3,4%
PFN/Ebitda Adjusted	1,47	1,79
PFN/Ebitda	1,55	1,94
PFN/Equity	0,75	0,73
Numero dipendenti	1.405	1.291





## 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 2020 a livello consolidato, è pari a 424,11 milioni di euro, in diminuzione del 14% rispetto al 2019.

### Voci di bilancio

VOCI (dati in euro)	2019	2020
<b>VALORE ECONOMICO GENERATO</b>		
a) Ricavi	533.646.988	458.427.085
b) Proventi finanziari	1.366.161	835.603
<b>(A) Totale valore economico generato</b>	<b>535.013.149</b>	<b>459.262.148</b>
<b>VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO</b>		
a) Costi operativi	344.274.348	298.238.049
b) Remunerazione del personale	109.822.516	102.940.325
c) Capitale di credito e di rischio	19.012.774	14.427.739
d) Imposte e tasse	16.786.718	7.262.806
e) Donazioni contributi associativi	1.257.805	1.245.328
<b>(B) Totale valore economico distribuito</b>	<b>491.154.162</b>	<b>424.114.247</b>
<b>(A-B) VALORE ECONOMICO TRATTENUTO DI ILLYCAFFÈ</b>	<b>43.858.987</b>	<b>35.147.901</b>

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:

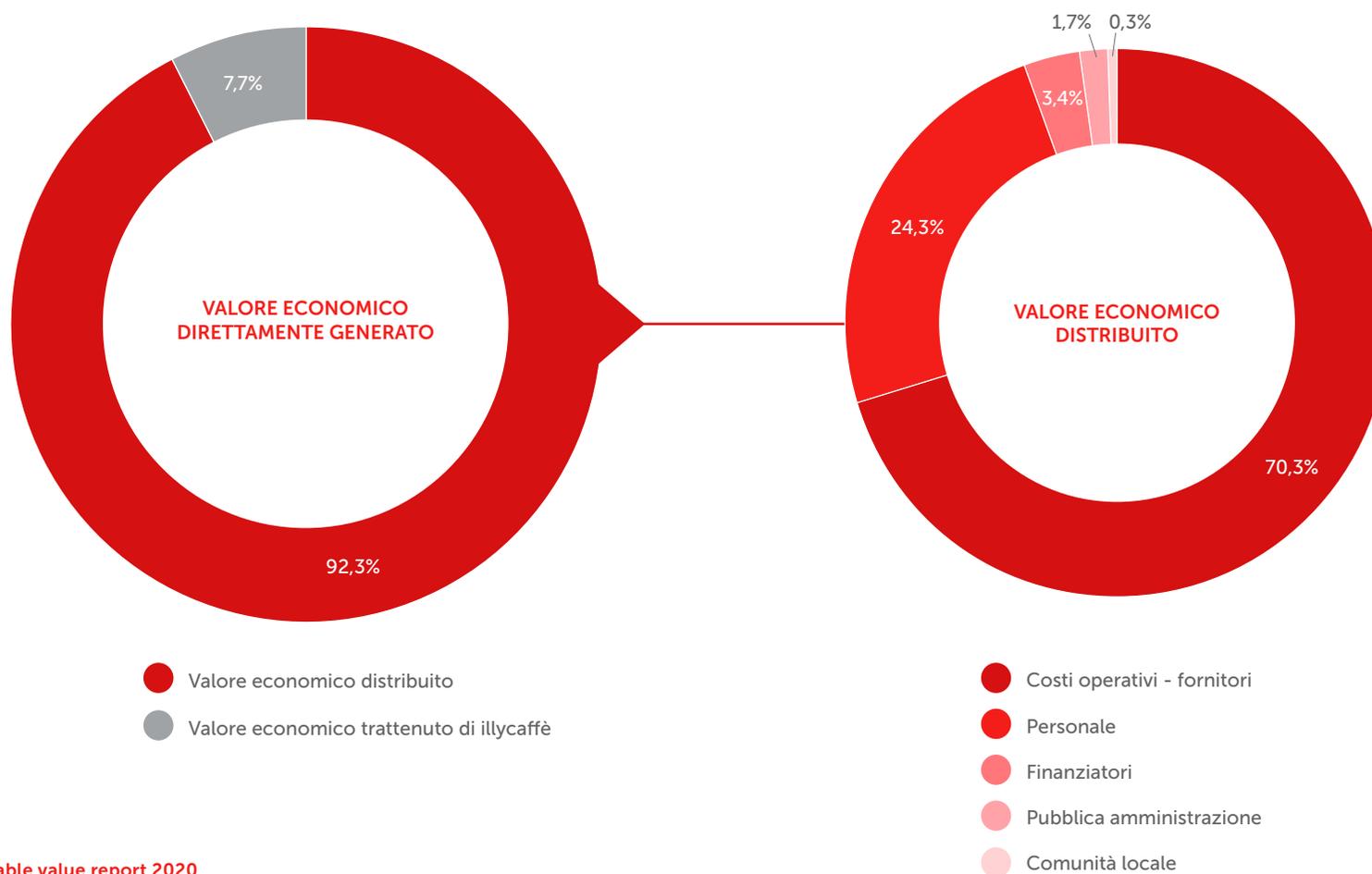
- **Fornitori:** remunerazione dovuta all'acquisto di materie prime e ad altri servizi gestionali.
- **Risorse Umane:** remunerazioni dirette e indirette dei collaboratori (dipendenti e non).
- **Pubblica amministrazione:** pagamento di tasse e tributi.
- **Finanziatori:** remunerazione del capitale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

Analizzando il Valore Economico prodotto e distribuito nel 2020 a livello consolidato emerge che:

- La quota più rilevante, **70,3%**, è stata destinata alla remunerazione dei **fornitori**, in particolare alla gestione dei servizi operativi e gestionali e all'acquisto di materie prime.
- Il **24,3%** 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** e agli **azionisti** è stato distribuito il **3,4%** del valore economico.
- L'**1,7%** 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.



L'andamento dei ricavi di illycaffè ha risentito della pandemia, registrando una riduzione del 14,2% rispetto all'esercizio precedente, con tutte le principali aree geografiche in flessione, a eccezione del mercato asiatico (in particolare la Corea), che ha trainato la crescita del resto del mondo.

Il mercato italiano è stato impattato negativamente dall'andamento del canale Out-of-Home (principalmente Ho.Re.Ca., Office e Retail), parzialmente controbilanciato dalla crescita a doppia cifra dei canali on-line e distribuzione moderna, trainati dalle mutate abitudini di consumo legate alla pandemia, dagli investimenti realizzati negli anni precedenti in ambito digital transformation e dal rafforzamento organizzativo volto a incrementare le competenze per lo sviluppo dei canali Home.

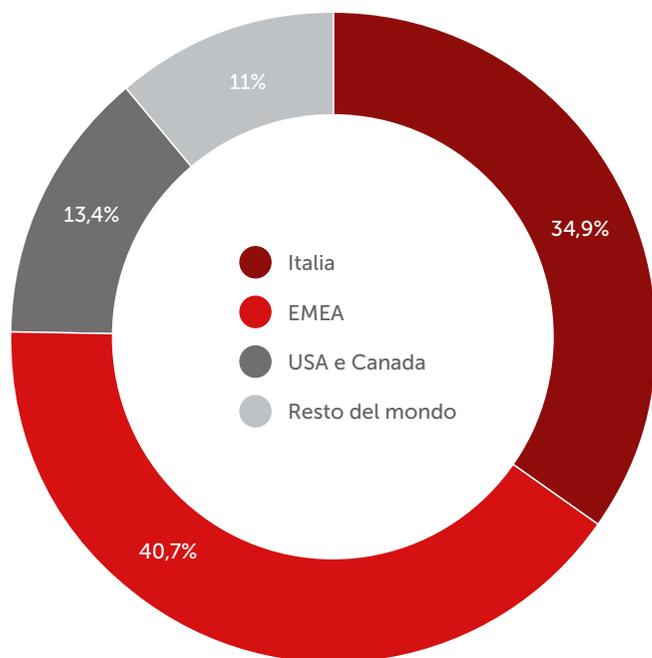
I distributori esteri hanno mantenuto una sostanziale stabilità del business, grazie all'implementazione di una strategia multicanale, unita al continuo incremento del parco macchine Iperespresso installato.

Nel 2020, i ricavi dei prodotti caffè sono risultati in riduzione rispetto all'esercizio precedente, in linea con la riduzione dei volumi nei canali Out-of-Home, impattati negativamente dalle misure di contenimento della pandemia e solo parzialmente controbilanciati dall'incremento dei canali Home.

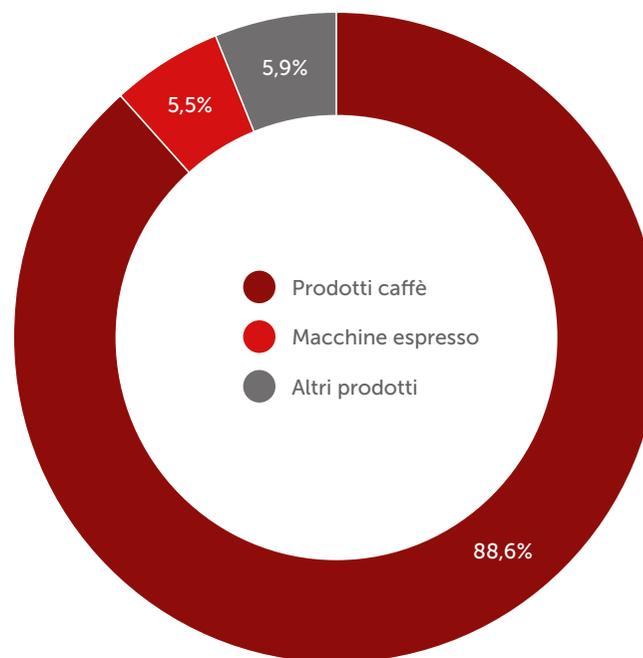
I volumi di macchine sono aumentati significativamente, guidati dall'incremento dei consumi Home sostenuti dalla campagna di accelerazione Iperespresso, volta a massimizzare il parco macchine installato e quindi i consumi di caffè futuri.

Nel corso del 2020, illycaffè non ha ricevuto sanzioni monetarie e/o multe significative per non conformità a normative e/o regolamenti socio-economiche.

**RICAVI PER AREA GEOGRAFICA DI ILLYCAFFÈ - 2020**



**RICAVI PER AREA PRODOTTO DI ILLYCAFFÈ - 2020**



## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



LAVORIAMO  
PER PRODURRE  
QUALITÀ E SICUREZZA.

## 02.2 capitale produttivo

# 02.2

HIGHLIGHTS

**135**  
tipologie di controlli

Presente in  
**144**  
Paesi dei 5 continenti

**19**  
nuovi punti vendita

## capitale produttivo

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

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.

## 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 Emergenza pandemica da Covid-19

Durante il periodo di emergenza pandemica del 2020 l'azienda ha costituito un Comitato di Sicurezza Covid e ha introdotto fin da subito una serie di misure sul fronte dell'organizzazione del lavoro per prevenire il contagio delle persone (smartworking, gestione aree comuni, gestione turni produttivi, ...) e della gestione degli stock delle materie prime e di prodotto finito. Ha inoltre attivato una serie di iniziative e controlli volti a tutelare la qualità:

- Il Laboratorio Qualità ha intensificato i controlli qualità della merce in ingresso per assecondare la necessità di approvvigionamento, con la finalità di scongiurare i rischi di interruzione del flusso degli imballi e dei materiali di consumo. In via straordinaria, le degustazioni dei campioni di caffè verde hanno coinvolto da 2 a 3 degustatori Super-Senior, affiancati dall'esito delle analisi predittive del "Naso Elettronico".
- Il team di Assicurazione Qualità ha continuato a garantire le attività, sia in presenza che da remoto; l'emergenza pandemica, tuttavia, ha limitato la sorveglianza via auditing sia interna che nei confronti dei fornitori.
- Sono state avviate diverse attività legate alla sostenibilità, al fine di rendere il lavoro più agibile e conforme alle linee guida e alle norme nazionali:
  - Avvio dello smartworking per la maggior parte dei dipendenti, sospendendo temporaneamente i progetti di car-pooling, in quanto non conformi alle linee guida sanitarie messe in atto.
  - Supporto al settore Ho.Re.Ca., attraverso le seguenti azioni:
    - Webinar con esperti del settore.
    - Manuali dedicati alla gestione del servizio e delle vendite durante il periodo della pandemia (servizio esterno, asporto, pannelli di protezione ecc.).
    - Campagna per offrire un caffè a tutti i consumatori dopo il periodo di lockdown, in segno di solidarietà e vicinanza alla popolazione.

- Supporto agli ospedali della regione Friuli Venezia Giulia attraverso l'offerta di caffè e macchine da caffè per i reparti più sotto pressione e una donazione all'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina (ASUGI) nell'apertura di un nuovo piano di Terapia intensiva per la cura dei malati di Covid-19 dell'ospedale di Cattinara di Trieste.
- Sostegno alla Protezione civile regionale e donazione di caffè alle persone seguite dalla stessa protezione civile che si trovavano in un momento di disagio a causa del Covid-19.



## ■ 02.2.2 Qualità e sicurezza dei prodotti illy

La qualità sostenibile del caffè nasce da un processo di oltre ottantacinque anni di esperienza, misto 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. Tale approccio si riflette nell'impegno a realizzare prodotti sicuri, nel rispetto delle norme che disciplinano il settore agroalimentare, e a sviluppare sofisticati sistemi di monitoraggio.

Le certificazioni British Retail Consortium Global Standards (BRCGS), International Featured Standard (IFS), 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 al portafoglio prodotti illycaffè.

L'azienda verifica la conformità delle etichettature, il rispetto della normativa per la conformità delle macchine, degli imballi e del materiale a contatto con gli alimenti, delle schede di sicurezza (SDS) delle sostanze introdotte in produzione, e la conformità alla normativa RoHS (Restriction of Hazardous Substances Directive).

illycaffè è, inoltre, dotata di due laboratori per il controllo della qualità (uno a Trieste, uno a San Paolo del Brasile) e di cinque laboratori integrati per il trasferimento orizzontale di conoscenza e in contatto con centri universitari: AromaLab e SensoryLab, BioLab, TechLab e FoodScienceLab.

Nel corso del 2020, illycaffè non ha registrato nessuna non conformità con le normative e/o codici di autoregolamentazione riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.



### PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI LAVORO

- **WG CONTAM** dell'European Coffee Federation (ECF) per seguire le tematiche legate alle variazioni sul limite per l'impiego dei pesticidi e sulle molecole di attenzione alla salute pubblica.
- **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.
- **Progetto riciclo capsule della Union Italian Food (ex Aiipa)** sul tema del riciclo delle capsule di caffè in Italia (avvio del progetto pilota in Friuli-Venezia Giulia).
- **Life MAGIS – Made Green in Italy Scheme** è un progetto con-finanziato dal Programma LIFE dell'Unione Europea, per valorizzare i prodotti italiani con le migliori prestazioni ambientali.

■ 02.2.3 **Approvvigionamento e lavorazione della materia prima**

Per il proprio blend 100% Arabica, illycaffè va alla ricerca dei chicchi migliori: una scrupolosa analisi preacquisto 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, il caffè compie un lungo percorso per

arrivare fino alle tazzine dei consumatori.

Dal momento in cui il caffè entra in azienda a quello in cui esce per entrare in commercio, i laboratori di analisi e qualità di illycaffè effettuano un totale di 135 tipologie di controlli.



## 02.2.4 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 2020, 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 S.p.A. 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.

#### PER L'ENERGIA 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 sua efficienza attraverso la riduzione dei costi energetici.

Standard applicato da illycaffè S.p.A.

#### PER L'AMBIENTE 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.

#### PER LA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 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.

Standard applicato da illycaffè S.p.A.

### 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.

### SOSTENIBILITÀ

#### SUSTAINABLE PROCUREMENT PROCESS

ilycaffè S.p.A. è la prima azienda al mondo ad adottare lo standard Sustainable Procurement Process (SPP) di DNV, 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.

### STATUS AEO (Operatore Economico Autorizzato)



Attestazione che viene rilasciata dall'Agenzia Doganale. Certifica l'affidabilità di illycaffè S.p.A. in relazione alle autorità doganali, garantendo un rigoroso rispetto delle normative e della sicurezza sui prodotti. Tale Status è ad oggi in corso di ottenimento.

## 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.

BRCGS  
(BRITISH RETAIL  
CONSORTIUM  
GLOBAL  
STANDARD)  
FOOD SAFETY



Sono entrambi standard di qualità, igiene 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).

Schemi applicati da illycaffè S.p.A.

IFS  
(INTERNATIONAL  
FEATURED  
STANDARD)  
FOOD



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.

## 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.



Le pratiche messe in atto hanno garantito nel 2020, una totale conformità ai regolamenti e/o codici volontari rispetto all'impatto del prodotto in termini di salute e sicurezza del consumatore.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

## ■ 02.2.5 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: **186 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.

	2019	2020
ILLY CAFFÈ Gestione diretta e franchising	192	186
ILLY SHOP Gestione diretta e franchising	77	39

Nel corso del 2020 sono stati aperti 19 punti vendita:

- 14 illy Caffè
- 5 illy Shop

Le nuove aperture, condizionate dal contesto pandemico, hanno interessato in particolare:

- L'area EMEA (Europa, Middle East e Africa), dove sono stati aperti 5 illy Caffè e 1 illy Shop.
- L'Asia, dove sono stati aperti 7 nuovi illy Caffè e 4 illy Shop (in Cina, Corea del Sud e Malesia).
- Il Nord America, dove sono stati aperti 2 illy Caffè.

Nel 2020 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 63 punti vendita, di cui 20 illy Caffè e 43 illy Shop.



# SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



● Sede e filiali di illycaffè nel mondo

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



CONDIVIDIAMO  
CIÒ CHE SIAMO.

## 02.3 capitale relazionale

# 02.3

## HIGHLIGHTS

Costruzione di  
**18**  
scuole in Nicaragua

Installazione di  
**5**  
sistemi di trattamento  
delle acque reflue in  
Nicaragua e Honduras

**+85%**  
degli ordini online  
rispetto al 2019

Piantumazione di circa  
**2.500**  
alberi di caffè di qualità  
certificata in Rwanda

## capitale relazionale

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

### ■ 02.3.1 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

L'azienda 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 Federação dos Cafeicultores do Cerrado Imaflora Delta CO2 Instituto Terra
Colombia	Federación Nacional de Cafeteros de Colombia SENA – Servicio Nacional de Aprendizaje
Costa Rica	Icafé – Istituto del Café de Costa Rica
Guatemala	Anacafé – Asociación Nacional del Café Fundación de la Caficultura para el Desarrollo Rural
El Salvador	Consejo Salvadoreño del Café
Etiopia	Ethiopian Coffee and Tea Development and Marketing Authority Ethiopian Coffee Exporters Association
India	Coffee Board of India
Honduras	Ihcafé – Istituto Hondureño del Café
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 WCPFP - 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. 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. Per l'edizione del 2020 è stato creato un sito ad hoc, con cui è stato trasmesso l'evento che ha ottenuto oltre 1.200 visualizzazioni.

### 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. A inizio 2020, altri 13 produttori hanno implementato ulteriori migliorie alle proprie strutture di lavorazione, replicando, quanto è stato realizzato con il finanziamento di illycaffè. Ciò è stato possibile grazie ad una relazione di lungo termine con il cluster LIFT di piccoli produttori, i quali hanno dimostrato un grande impegno in termini di produzione di caffè di qualità sostenibile, nell'ottica di un miglioramento continuo.

In **Colombia** attraverso la firma del memorandum di intesa con l'ETCR (Spazi Territoriali per la Formazione e Reintegrazione) e con Ascafé (Associazione di piccoli coltuttori), illycaffè contribuisce dal 2018 all'aumento della qualità e della 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.

In **Brasile**, illycaffè continua a finanziare il progetto Vivero de Atitude, che contribuisce alla conservazione e alla protezione di risorse naturali della zona del Cerrado. Il vivaio nel 2020 ha prodotto più di 74.000 piante di 104 specie native del bioma Cerrado, distribuendole a 50 aziende agricole del territorio e alla città di Monte Carmelo per incrementare le sue aree verdi, beneficiando a più di 240 persone. Il progetto ha promosso anche un'intensa attività di educazione ambientale, coinvolgendo più di 3000 studenti di università, scuole locali e altre istituzioni. Il 100% del valore acquisito dalla vendita delle piante è stato donato a enti locali che lavorano a sostegno dell'infanzia e degli anziani delle comunità, beneficiando a 450 persone.

In **Italia** durante la Prima fase della pandemia illycaffè ha sostenuto l'unità di terapia intensiva dell'ospedale di Cattinara di Trieste e la Comunità di San Martino al Campo di Trieste, che si è adoperata in modo specifico per il supporto e l'aiuto a soggetti in particolare difficoltà. Inoltre, sono state fornite macchine e caffè per le unità operative negli ospedali, la Protezione Civile, la Croce Rossa e per numerose associazioni (es. Caritas, Empori della Solidarietà, associazioni varie di volontariato) per la consegna di borse della spesa solidali a famiglie/soggetti fragili.

### ■ 02.3.2 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 sulla tazzina e negli eventi culturali di rilevanza internazionale, dove arte e creatività sono il linguaggio scelto per esprimere i propri valori e la propria filosofia.



#### LE ILLY ART COLLECTION

A partire dal 1992, 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.

#### NOW = BETTER

La illy Art Collection è firmata da Stefan Sagmeister il celebre designer vincitore dei più importanti premi per il design al mondo. Con lo slogan "Now = Better", l'artista vuole far riflettere il consumatore sull'attuale momento storico lasciando un messaggio di speranza per il futuro: l'importanza di prendersi del tempo anche durante la pausa per un caffè, per provare a riflettere sul proprio modo di vedere il mondo, guardandolo in una prospettiva di lungo termine.

## SIAMO FELICI DI PARTECIPARE

### Artissima 2020 - 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 ventesima 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 Radamés "Juni" Figueroa Radamés "Juni" Figueroa, l'artista è presentato dalla galleria Proyectos Ultravioleta di Città del Guatemala.

Il suo lavoro viene concepito come un esercizio sociale volto a sviluppare un curriculum capace di combinare la creazione artistica con lezioni di vita e di coesistenza. L'uso di un linguaggio popolare "in fieri" collega il suo modo di fare arte all'ethos' dell'Arte Povera, dimostrando come la genesi della storia sia intimamente connessa alle narrazioni personali che danno vita al contesto politico. La pratica di Figueroa si nutre di flussi di percezioni, sensazioni, sentimenti e pensieri, raccontandone contemporaneamente le contraddizioni. Grazie a illycaffè avrà poi nel 2021 la possibilità di esporre con una propria opera nella cornice di un contesto artistico nel territorio.

### 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. Sono Johanna Parv (Estonia) e Rosie Baird (Scozia), le due vincitrici ex-aequo di ITS Fashion@Work by illy Award 2020.

Il lavoro di Rosie Baird, che parte da un concept molto identitario, la tradizione del kilt scozzese, sviluppato in un autentico capo couture con

grande qualità nei dettagli, unita a una lavorazione che evita inutili sprechi. Un grembiule "arazzo" che si fa racconto del viaggio e delle diverse fasi di produzione del caffè.

Dall'altro lato, quasi opposto per stile ma egualmente stimolante, il progetto di Johanna Parv, che ha saputo trasformare il grembiule in un oggetto versatile, promuovendone l'uso in una nuova forma indossabile anche fuori dal luogo di lavoro. Una divisa contenitore che diventa accessorio, ispirata alle imbracature tradizionali dei raccoglitori di caffè, per incoraggiare la diffusione di una mobilità urbana, sostenibile e attiva.

### Premio illy sustainart

A marzo 2020, 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 dalla artista guatemalteca Hellen Ascoli per le sue creazioni ispirate all'eruzione di un vulcano in Guatemala, una storia vera che ha segnato la vita dell'artista. I suoi tessuti rendono omaggio al ruolo delle donne tessitrici a mano dell'America Latina. Ogni pezzo ha il nome di una poesia che celebra, appunto, l'impegno femminile.

### Raccontando la Barcolana - Trieste

Per la 52a edizione della storica regata è stata organizzata un'iniziativa intorno ai valori di qualità e condivisione. illycaffè, a cui come da diversi anni è stata affidata la direzione artistica del manifesto della Barcolana, ha scelto il tratto di Lorenzo Mattotti, il più importante fumettista e illustratore italiano, per fare riscoprire l'importanza dello stare insieme grazie alla vela, l'elemento che lega da oltre mezzo secolo tutti gli appassionati della Barcolana.

### ■ 02.3.3 Fondazione Ernesto Illy

La Fondazione Ernesto Illy, voluta dalla famiglia Illy, è stata costituita il 30 ottobre 2008 ed è stata riconosciuta dallo Stato, per il tramite della Prefettura di Trieste, il 3 agosto 2009. È una corporate foundation, espressione della famiglia imprenditoriale, che opera oggi unicamente grazie al trasferimento di parte dei profitti generati dalla illycaffè, svolgendo attività filantropica a integrazione del modello di business sostenibile dell'azienda fondatrice, secondo i principi della stakeholder company e della società benefit.

#### Valori

L'Etica è il valore fondante, nella sua accezione di rispetto per l'Uomo e per l'Ambiente, con senso di responsabilità verso le generazioni future.

#### Vision

Felicità e Benessere, individuali e collettivi, intesi come capacità di vivere in armonia con la Natura e con i propri simili, sono al tempo stesso ragione di vita e fonte di progresso per la Società.

#### Mission

La Fondazione Ernesto Illy contribuisce al progresso della Società, condividendo conoscenza in materia di economia rigenerativa e impresa sostenibile con le comunità artistiche e scientifiche nazionali ed internazionali, del mondo agroalimentare ed enogastronomico.

#### Obiettivi e strategia

Obiettivo principale della Fondazione Ernesto Illy è quello di ideare e implementare una serie di progetti globali in ambito scientifico, educativo/formativo, cultural/creativo che diano impulso ai 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs).

La strategia per perseguirlo prevede un modello operativo, che include partnership con altre fondazioni e organizzazioni, nonché la raccolta di fondi a sostegno di idee e progetti proposti dalla Fondazione Ernesto Illy stessa. L'aspetto erogativo rappresenta solo una piccola percentuale di questo modello, mentre la risorsa fondamentale rimane la conoscenza, unico mezzo davvero efficace per creare sviluppo e incrementare lo Human Development Index.

Dal 28 Agosto 2020 è stata istituita una nuova governance:

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente & spokesperson	Anna Illy
Vicepresidente	Maurizio Dallochio
Presidente Onorario	Anna Rossi Illy
Consigliere, founder & spokesperson	Andrea Illy
Consigliere e spokesperson per gender equality	Daria Illy
Consigliere	Francesco Illy
Consigliere	Furio Suggi Liverani

#### COLLEGIO DEI REVISORI

Presidente	Paolo Marchesi
Revisore	Silvano Stefanutti
Revisore	Joram Bassan

#### NUOVA ORGANIZZAZIONE

Direttore	Furio Suggi Liverani
Consulente per comunicazione, relazioni istituzionali e fundraising	Giovanna Gregori

#### 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

## LE ATTIVITÀ DELLA FONDAZIONE ERNESTO ILLY

### Master in coffee economics & science – Ernesto Illy

Il Master in Economia e Scienza del Caffè – Ernesto Illy, iniziato nell'anno accademico 2010/2011, è un master universitario interateneo di primo livello, che vede la Fondazione Ernesto Illy coinvolta insieme ad un gruppo di partner leader nel campo dell'educazione e formazione: l'Università degli Studi di Trieste, l'Università degli Studi di Udine, la SISSA – Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, il Consorzio di Biomedicina Molecolare e la illycaffè S.p.A.

Il Master è composto da più di 400 ore di lezione, divise in 12 moduli per un totale di 60 crediti formativi. Il corso, interamente sostenuto in lingua inglese, è aperto ai laureati di tutto il mondo in Economia, Ingegneria, Scienze, Agraria e discipline similari. La proposta didattica abbraccia l'intera filiera produttiva del caffè e si sviluppa su tre aree disciplinari: economico-gestionale, biologico-agronomica e tecnologica.

L'obiettivo del Master è di offrire una preparazione approfondita e multidisciplinare ai laureati interessati a lavorare nel mondo 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.

### World Happiness Report 2020

Dal 2017 al 2019 la Fondazione Ernesto Illy è stata partner e sponsor unico (con un impegno triennale) del World Happiness Report <https://worldhappiness.report/>, il rapporto sulla felicità redatto e pubblicato annualmente da SDSN [www.unsdsn.org](http://www.unsdsn.org), sotto la guida di Jeffrey Sachs; per il triennio 2020-21-22, alla Fondazione Ernesto Illy si sono affiancati come partner Davines, Blue Cross Foundation e Unilever, riducendo l'entità dell'impegno della Fondazione.

Il 20 marzo 2020 - World Happiness Day – il Report doveva essere presentato come di consueto durante un evento alle Nazioni Unite di New York. A causa dell'emergenza Covid-19, il Report è stato presentato lo stesso giorno tramite webinar, nel corso del quale Andrea Illy è intervenuto con un video pre-registrato a nome della Fondazione. La presentazione europea del Report è stata fatta durante l'evento Regeneration2030 a Parma il 15-16 ottobre 2020.

### Science & ethics for happiness

Il progetto nasce come collaborazione tra UN-SDSN (United Nations Sustainable Development Networks Solutions) e Accademia Pontificia delle Scienze Sociali, per intavolare una fertile discussione tra membri del mondo accademico, leader religiosi e spirituali, policy maker, rappresentanti delle istituzioni, della società civile e del settore privato sul tema ampio e focale della felicità globale e del benessere individuale e collettivo.

Nel 2019, il nucleo centrale dei partecipanti si è riunito per il kick-off in Vaticano, all'Accademia Pontificia, al fine di definire i temi da approfondire per ogni sessione. Sotto la guida di Jeffrey Sachs (direttore di UN-SDSN e consulente delle Nazioni Unite e del Vaticano sul tema della sostenibilità e della felicità), del professor Stefano Zamagni (presidente dell'Accademia) e di Monsignor Marcelo Sanchez Sorondo (direttore dell'Accademia), ogni incontro ha prodotto una serie di considerazioni e statement, che sono stati presentati sia al Segretario Generale delle Nazioni Unite, sia al Papa in un executive summary compilato da Sachs, Zamagni e Sorondo, con l'obiettivo di alimentare il dialogo globale sui temi trattati;

Il piano originale prevedeva 4 incontri fisici per anno, per 2 anni, in Vaticano, ma tutto è in via di definizione man mano che la situazione globale evolve. L'unico evento fisico del 2020 si è tenuto durante Regeneration2030 (15-16 ottobre a Parma).

Gli altri partner privati del progetto sono Davines Group e Fondazione Chiesi.

### Progetto Jülich/Aachen Science of Coffee

Il progetto in essere è stato preceduto da un progetto di ricerca avviato dalla Fondazione Ernesto Illy e la Sissa nel settembre 2011 che aveva l'obiettivo di scoprire quali sono le associazioni che influiscono sulla tossicità di una sostanza e, con il modello di simulazione computazionale, consentire di individuare le reazioni più interessanti, che poi sono state studiate e approfondite grazie all'approccio classico della chimica tossicologica.

L'attuale collaborazione tra il Centro di Ricerca Jülich e la Fondazione Ernesto Illy prevede il co-finanziamento di una posizione di professore assistente nell'ambito della ricerca computazionale nella scienza del caffè. Questa promuove lo sviluppo e l'applicazione di metodi di simulazione molecolare computazionale per rispondere a questioni topiche della ricerca sul caffè.

### **Virtuous agriculture**

Un progetto di ricerca e formazione scientifica che combina l'agricoltura sostenibile con un focus, in parte, sulla rigenerazione dell'ambiente arricchendo il suolo con carbonio organico.

L'idea su cui si basa la Virtuous Agriculture (VA) è di un duplice beneficio: per l'ambiente e per la salute umana. Per l'ambiente attraverso il sequestro di carbonio e riduzione dei contaminanti, per la salute umana attraverso prodotti nutrizionali naturali e benefici rispetto alle malattie non trasmissibili. La strategia del doppio vantaggio crea un circolo virtuoso guidato da feedback positivi e dalla ricompensa per i coltivatori e le comunità.

Nel corso del 2020 sono stati avviati due progetti sperimentali su piantagioni di caffè in Etiopia e Guatemala.

### **Regeneration2030 e la regenerative society foundation**

Nell'ambito del calendario di Parma Capitale della Cultura Italiana 2020, un gruppo di imprenditori illuminati (Illy, Chiesi, Bollati di Davines), la Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile e il sistema B Corp Italia & Europa hanno ideato e stanno sostenendo l'organizzazione di un importante dialogo/summit internazionale dal titolo Regeneration2030, che avrà come tre aree tematiche economia rigenerativa, climate action, happiness & wellbeing.

Il 15 e 16 ottobre si è tenuto a Parma l'evento in forma ibrida – parte fisica, parte virtuale – al quale hanno preso parte 108 speakers d'eccellenza tra mondo accademico, istituzionale, imprenditoriale, spirituale. A latere del summit, si è tenuta anche la riunione annuale delle B Corp europee, il vertice annuale del Centre for Bhutan Studies sulla GNH (Gross National Happiness), oltre alla presentazione europea e a un approfondimento del World Happiness Report.

Il 24 settembre è stata, invece, costituita la Regenerative Society Foundation, che garantisce la governance del programma Regeneration2030, sviluppandone le linee guida strategiche e le azioni a breve, medio e lungo termine. La Fondazione è co-presieduta da Andrea Illy e Jeffrey Sachs. Gli attuali soci fondatori sono, oltre alla Fondazione Ernesto Illy, Chiesi Group, Davines Group, Mutti, Mediolanum., Nativa (Blab), Fondazione Sviluppo Sostenibile e UN SDSN.

### **Casa de la Alegria - Costa Rica**

Dal 2019 la Fondazione Ernesto Illy ha finanziato il progetto Casas de la Alegria nella regione di Coto Brus, al confine con il Panama, dove tutti gli anni durante la raccolta circa 15.000 famiglie attraversano il confine per prestare

servizio come raccoglitori nelle piantagioni di caffè. Con l'autorizzazione del Ministero della Salute e dell'Istruzione, la principale cooperativa della zona, CoopeSabalito, ha fondato Casas de la Alegria, un programma di accoglienza per minori che offre una soluzione giuridica e pratica al problema. Le 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.

### **Seeds for progress - Nicaragua e Guatemala**

La Fondazione Ernesto Illy continua a finanziare la fondazione Seeds for Progress del gruppo Mercon, che dal suo inizio ha costruito 18 scuole in Nicaragua, beneficiando oltre 6.300 studenti e formando 260 insegnanti. Dal 2019 il sostegno della Fondazione Ernesto Illy in Nicaragua è stato rivolto alla costruzione di un'aula per la scuola materna, la ricostruzione di due classi e i servizi sanitari della scuola Aguas Frías, nella zona di Wiwili. L'investimento, che include inoltre iniziative pedagogiche per introdurre la tecnologia come strumento scolastico, nel 2020 ha raggiunto 166 studenti e 14 insegnanti.

In Guatemala invece nel 2020 il contributo è stato utilizzato per realizzare un'analisi sul lavoro minorile e sulle condizioni socio-educative della zona di Palencia. Quest'analisi è importante per definire un piano di azione ed intervento per la prevenzione del lavoro minorile in Guatemala e poter successivamente sviluppare il programma «Cultivando Educación», all'interno del più ampio progetto Puente Educativo di Seeds for Progress.

### **Farmer field school - Rwanda**

In Rwanda, 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 inoltre la fornitura di fertilizzante per 3 anni e i servizi di training al personale per tutto il periodo di operatività.

### **Riforestazione - Colombia**

La Fondazione Ernesto Illy, in collaborazione con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, ha supportato il progetto di Riforestazione 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.

## **SEED:S**

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

### ■ 02.3.4 illycaffè e i consumatori

Chi beve illy 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 (eShop D2C, eTailers e retailers.com).

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 eShop D2C
- eTailers
- retailers.com
- illy Caffè (Retail)

L'obiettivo per ogni canale di vendita:

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



### ■ 02.3.5 Creazione di valore per i clienti

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 conoscenza e comunicazione aziendale dedicata ai clienti trade che sviluppa relazioni solide e durature. La comunicazione viene gestita su vari livelli:

- Con la forza vendita abilitata da nuovi tool digitali che garantiscono il contatto e la gestione dei clienti di tutti i canali B2B (Horeca, Modern Trade, Eldom, Specialty Retail, Office) permettendo 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, in base ai loro cluster di appartenenza.
- 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 la sezione si è trasformata in un'App, assecondando il processo di trasformazione digitale intrapresa dall'azienda, arricchita nel corso del 2020 da widget e funzionalità relative ai dati delle macchine connesse.
- Con le newsletter digitali dedicate agli Artisti del Gusto, che hanno l'obiettivo di tenere informati sulle principali novità i clienti baristi che vogliono trasformare la loro professione in eccellenza e che illycaffè 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.

- Con le comunicazioni e piani social media, dei veri e propri toolkit di contenuto, messi a servizio dei clienti trade per importanti momenti di comunicazione (es.: eventi, campagne, piani commerciale) da poter utilizzare sui propri account social.
- Con la piattaforma Professional su illy.com, un hub di contenuti, rinnovato per offrire informazioni e servizi di qualità.

#### 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.

#### 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 225\*, 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.

\* 225 punti vendita: 186 illy Caffè e 39 Shop.

## Trasformazione digitale: lo sviluppo dell'e-commerce (eShop D2C ed eTailers)

Il progetto di trasformazione digitale è iniziato nel 2018 e ha visto coinvolte tutte le realtà illycaffè a livello globale e le diverse aree aziendali. E' nato 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 2020 i numeri dell'e-commerce hanno continuato a crescere con 6.184.683 (+11% vs 2019) visite sulla sola piattaforma e un incremento del 85% degli ordini online rispetto al 2019. Il 2020 è stato caratterizzato dalla crescita globale del canale e-commerce dovuta al Covid-19 e ai diversi lockdown che hanno contribuito all'aumento delle vendite e delle transazioni. Sono state diverse anche le attività portate a termine con l'obiettivo di sostenere la crescita del canale in una fase di nuova normalità:

- Nuove campagne di comunicazione integrate nella parte di upper e lower funnel.
- Lancio di un programma fedeltà illy Lovers, rivolto ai consumatori dell'eShop D2C e del Retail, con l'obiettivo di aumentare la frequenza di acquisto e il valore del carrello medio, aumentando il CLV.
- Coordinamento commerciale con l'obiettivo di diminuire la pressione promozionale sul canale.
- Introduzione di nuovi metodi di pagamento e spedizione con l'obiettivo di migliorare la consumer experience.
- L'adozione di strumenti utili alla gestione delle attività del team di fulfillment con l'introduzione di uno strumento di controllo delle frodi.
- Lancio di una nuova UX/UI per quanto riguarda le pagine prodotto e le pagine di categoria del sito con l'obiettivo di incrementare i principali KPI di canale (Conversion Rate, Bounce Rate, Page views).

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



### ■ 02.3.6 Ascolto e soddisfazione del cliente

illycaffè 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 a tendere anche nei Paesi di distribuzione diretta. Nel 2020, il Customer Care italiano ha avuto 66.951 interazioni totali, 55.700 delle quali con consumatori. Da metà marzo in poi tutta l'attività è stata gestita interamente in remoto, da operatori 100% in Smart Working (eccezione fatta per l'overflow e la gestione del centralino che sono esternalizzate ad una società che ha adottato un modello misto).

Da marzo a dicembre il traffico consumer è aumentato di una media mensile del +90% rispetto al 2019, toccando picchi del +153% in marzo e del +168% in aprile. La maggior parte delle interazioni era inerente a richieste di supporto per gli ordini on-line sia per l'immissione ma soprattutto per ricevere aggiornamenti sulla parte di allestimento e consegna, visto che tutti gli operatori logistici si sono trovati impreparati a gestire dei picchi imprevisti ed enormi di attività che sono sfociati in ritardi anche importanti. Una grossa numerica ha riguardato, inoltre, la modifica dei termini contrattuali degli abbonamenti caffè e caffè+macchina, in particolar modo quelli relativi alla frequenza di ricezione degli articoli, l'indirizzo di consegna. Coerentemente con le chiusure subite dal settore professionale, il numero di interazioni con prospect trade e clienti trade ha visto un'importante diminuzione vs 2019. Nel caso dei prospect, i contatti si sono dimezzati. Dinamiche simili all'Italia sono state registrate dalla maggior parte dei Customer Care delle filiali, soprattutto in quelle con basi clienti on-line

importanti e con dinamiche di lockdown simili.

Sia in Italia che in diverse filiali è stato possibile gestire i picchi del primo lockdown grazie al contributo apportato dai team di supporto temporaneo, composti da persone di altre funzioni.

Al di là del successo di essere riusciti a gestire numeriche di questa entità, un risultato ancora più importante è quello di essere riusciti a farlo in modo qualitativamente migliore dell'anno passato, registrando in Italia un incremento della Customer Satisfaction del +2,5% rispetto al 2019, raggiungendo, così, la quota assoluta del 4,2.

Questo indice viene misurato raccogliendo, al termine di ogni interazione via mail o telefono, il grado di soddisfazione del consumatore/cliente sul servizio ricevuto. È uno degli indicatori più importanti di performance del Customer Care e verrà attivato in Italia nel 2021-22 su tutti gli altri touchpoint di contatto, contestualmente all'implementazione del format avanzato di gestione del Customer Care italiano.

Se già in un periodo normale è veramente molto sfidante riuscire a incrementare l'indice di Customer Satisfaction anche di qualche percentuale di decimale, riuscire a farlo in questa misura è un traguardo di non poco conto in un anno in cui le vendite dell'e-shop D2C sono rapidamente aumentate con complessità di gestione lato trasporti e disponibilità della merce.

Molteplici le componenti che lo hanno reso possibile ma in modo molto semplificato la formula si può riassumere in: persone, flessibilità ed innovazione.

L'innovazione ha avuto un ruolo fondamentale. Tra le varie attività progettuali messe a terra nell'anno, quella che ha contribuito a fare la differenza lato consumatore è stata l'apertura di nuovi canali digitali, dopo la Live Chat anche Whatsapp, come ulteriore canale di ingresso al Customer Care in aggiunta ai consolidati telefono, mail e social. L'apprezzamento per questa innovazione, assieme a tutti gli altri canali più innovativi di interazione come la Live Chat e i social, è stato tangibile ed è dovuto alla possibilità da parte del consumatore di ricevere il supporto desiderato con tempi principalmente guidati da lui e modi semplificati. In pochi mesi quasi il 10% delle interazioni mensili si è spostato su questo nuovo canale, nonostante la sua esistenza sia stata comunicata solo su illy.com.

### Gestione delle segnalazioni e azioni di miglioramento

Ai reclami provenienti dai clienti e dai consumatori viene dedicata 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.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

	2019	2020	%
Clients Trade	11.024	8.346	-24,29%
Prospect Trade	5.825	2.905	-50,13%
Clients Final	36.507	55.700	+52,57%
<b>Totale</b>	<b>53.356</b>	<b>66.951</b>	<b>25,47%</b>

	2019	2020	%
Informazioni	16.737	26586	58,85%
Reclami/Segnalazioni	2.435	5374	120,70%
Servizi	28.875	32189	11,48%
Prospect trade/visita agente	5.399	2802	-48,10%
<b>Totale</b>	<b>53.356</b>	<b>66.951</b>	<b>25,47%</b>



### ■ 02.3.7 Comunicazione e informazione responsabile

Alla base di tutta la comunicazione verso 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, sono state implementate le seguenti 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



NE FACCIAMO SEMPRE  
UNA QUESTIONE  
MOLTO PERSONALE.

## 02.4 capitale umano

# 02.4

HIGHLIGHTS

**1.291**  
dipendenti nel 2020

**98%**  
dei dipendenti a tempo  
indeterminato

**43%**  
del totale dipendenti  
sono donne

**66%**  
dei dipendenti  
rientrano nella  
fascia 30-50 anni

**17,81**  
ore di formazione per  
singolo dipendente

## 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

Continuare a condividere gli stessi valori anche in un contesto di cambiamento e 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

Le persone rappresentano in illycaffè la fonte e la forza con cui attua ogni iniziativa nell'ampia prospettiva di creazione di valore condiviso che caratterizza l'essere B Corp.

Questa concreta certezza fa sì che illycaffè sia impegnata nel perseguimento dello sviluppo delle persone grazie al quale è possibile perseguire la crescita degli affari in una prospettiva sostenibile, essenza ultima della ragion d'essere dell'impresa, intesa anche come comunità sociale.

Anche nel 2020, anno della pandemia Covid-19, la politica di gestione del personale si conferma basata sui principi di trasparenza, rispetto dei diritti, lealtà e fiducia, e sull'applicazione dei comportamenti dettati dal Codice Etico. La drammatica situazione contingente non ha scalfito questo approccio e ne ha, invece, confermato il valore. L'aver considerato la tutela della salute dei collaboratori il fulcro intorno al quale orientare le scelte di gestione della

situazione pandemica ha consentito di superare senza impatti rilevanti le fasi più critiche che hanno caratterizzato l'intero anno e preservato lo stato di benessere e la passione che caratterizza l'intera organizzazione.

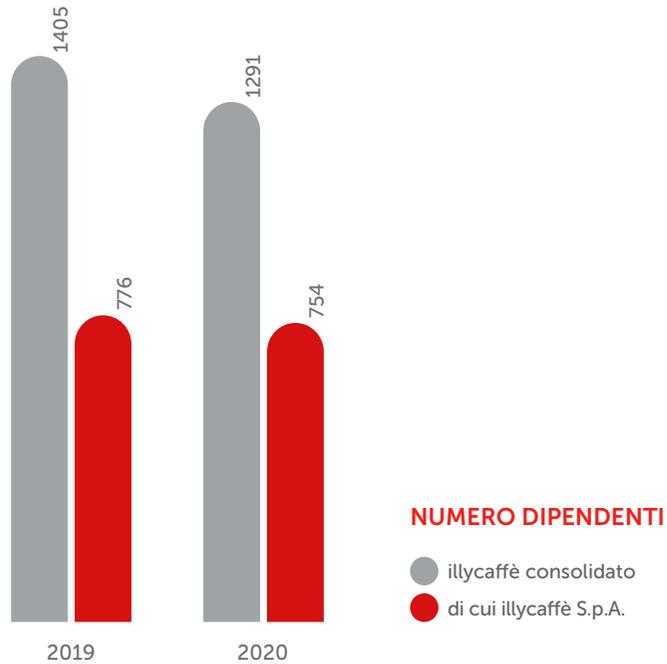
Nel corso del 2020, l'azienda con celerità è stata in grado di riorganizzare le attività e fare in modo che tutto il personale non addetto alle operations fosse in grado di lavorare in regime di smartworking. Questo cambiamento radicale è stato accompagnato da diversi momenti formativi e da una serie di eventi di comunicazione interna ad opera del top management che ha coinvolto l'intera comunità globale illycaffè.

Si è fatto un uso limitato degli ammortizzatori sociali nelle fasi più critiche della pandemia, soprattutto nell'ambito del personale addetto ai bar di proprietà.

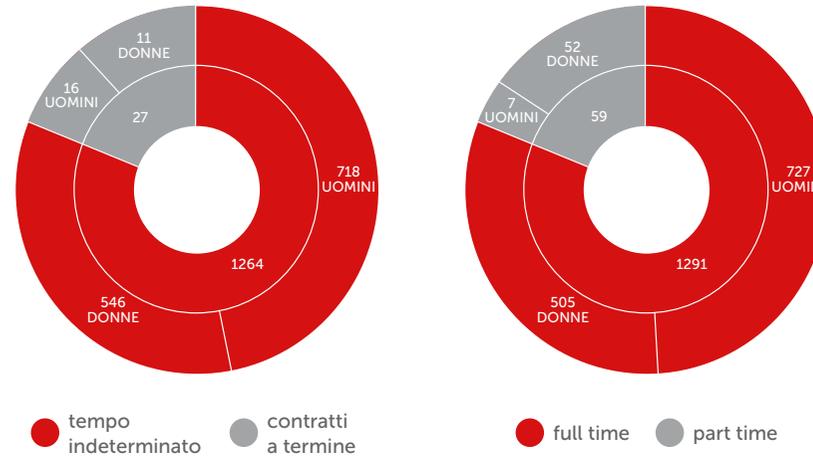


■ 02.4.2 **Occupazione**

L'andamento dell'occupazione è stato segnato da una leggera contrazione rispetto all'anno precedente soprattutto in ragione della riduzione del numero dei locali di proprietà e di operazioni di riorganizzazione di alcune subsidiaries come quella americana e quella britannica: il numero di dipendenti a livello consolidato è pari a 1.291, di cui 754 in Italia.

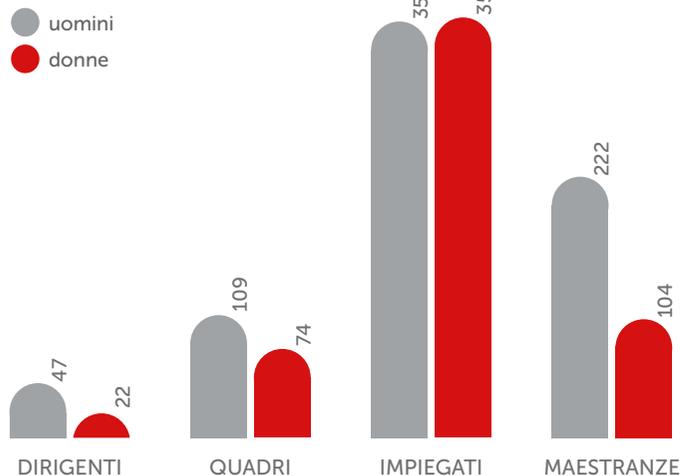


Il 98% dei dipendenti in Italia e all'estero è assunto a tempo indeterminato, in coerenza con la politica aziendale orientata alla stabilizzazione dei lavoratori precari, fornendo diversi benefit; a titolo esemplificativo, la filiale francese fornisce ai propri dipendenti i seguenti benefit: car benefit, assicurazione sanitaria privata e programmi di prepensionamento. Di questi, la maggior parte presenta contratti a tempo pieno. Tuttavia, vi sono figure che sono coinvolte separatamente da illycaffè come professionisti indipendenti: ad esempio Espresso illy Americas coinvolge esperti esterni in materia di IT, manutenzione, venditori e machine design. Eventuali modifiche relative a cambiamenti operativi sono specificate, dai contratti collettivi, come ad esempio in Germania, il cui preavviso garantito al lavoratore è di 4 settimane, come stabilito dalla legge nazionale.

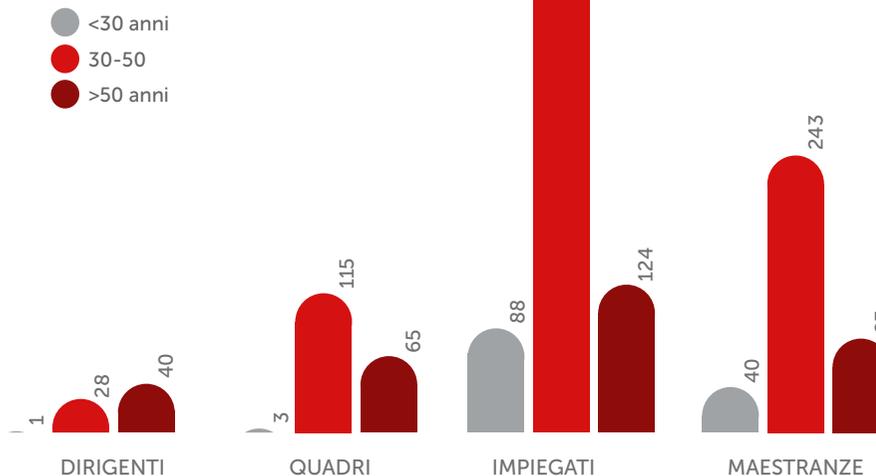


Per rispondere alle esigenze dei collaboratori sono in aumento i contratti part time, fondamentali per garantire l'equilibrio lavoro-famiglia, adottati da 59 dipendenti in Italia e all'estero. Considerando tutte le società del perimetro di rendicontazione, le donne rappresentano il 43% del totale e, 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 (66% del totale).

**DIPENDENTI PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE**



**DIPENDENTI PER ETÀ E PER CATEGORIA PROFESSIONALE**



## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



Nel 2020 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 32%. È invece 22% 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 azionali e dalle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera.

	N. ASSUNZIONI		N. CESSAZIONI		TASSO ASSUNZIONI <sup>7</sup>		TASSO CESSAZIONI <sup>7</sup>	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Uomini	196	100	144	146	25.0%	14%	18.3%	20%
<30 anni	93	31	57	51				
30-50	87	68	73	74				
>50 anni	16	1	15	21				
Donne	157	74	124	142	25.3%	13%	20.0%	25%
<30 anni	83	38	65	58				
30-50	68	36	57	62				
>50 anni	7	0	2	22				
Totale	353	174	268	288	25.1%	13%	19.1%	22%

<sup>7</sup> Il calcolo va effettuato dividendo il N. di assunzioni o il N. di cessazioni per il numero totale di dipendenti alla fine del 2020.

### ■ 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». 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 capitale umano viene fatto crescere e sviluppato attorno alle performance e alle attitudini individuali eliminando ogni possibile forma stereotipo e pregiudizio. Sono incluse in questo approccio anche 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.

#### RETRIBUZIONE ANNUA LORDA MEDIA: RAPPORTO UOMO-DONNA

Il rapporto tra la remunerazione (considerata come il salario base sommato a eventuali bonus, benefit, straordinari,...) percepita dalle lavoratrici donne e la remunerazione percepita dagli uomini è pari a: 0,57 nel caso dei dirigenti, 0,86 per gli impiegati, 1,24 per quadri e 0,49 per gli operai. Il rapporto è stato calcolato dividendo la somma totale delle remunerazioni percepite dalle donne per la somma totale delle remunerazioni percepite dagli uomini, per ogni categoria, considerando un totale organico di full time equivalent.

Nel 2020, le diverse azioni e politiche messe in atto da illycaffè hanno infatti garantito una totale assenza di incidenti di discriminazione lungo tutto il perimetro di rendicontazione.

SALARIO BASE PER CATEGORIA DI DIPENDENTE - 2020 <sup>8</sup>	TASSO DEL SALARIO BASE DONNA/UOMO
Dirigenti	0,57
Quadri	1,28
Impiegati	0,92
Operai	0,56

REMUNERAZIONE PER CATEGORIA DI DIPENDENTE - 2020	TASSO DELLA REMUNERAZIONE DONNA/UOMO
Dirigenti	0,57
Quadri	1,24
Impiegati	0,86
Operai	0,49

\* Tale informazione si riferisce alla sola illycaffè S.p.A.

<sup>8</sup> Rispetto all'esercizio precedente, è stata attuata una metodologia di calcolo differente, che consenta di riportare informazioni più dettagliate rispetto alla richiesta dello standard. Dato il cambio di metodologia, i valori non risultano comparabili con l'anno precedente, per tale motivo non è stata riportata la comparazione.

#### ■ 02.4.4 Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro

Il sistema di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro è aderente allo schema della norma ISO 45001, il quale viene applicato a tutto il settore industriale e al settore retail. Ogni attività svolta da personale esterno, non dipendente della illycaffè è sottoposta a norme di comportamento per la prevenzione da rischi d'interferenza contenute nel DUVRI condiviso con la ditta appaltatrice. Ad ogni DUVRI fa capo un responsabile interno che ha il compito di supervisionare l'osservanza delle norme contenute nel documento. Inoltre, tutti i lavoratori possono segnalare criticità attraverso il canale gerarchico di riferimento oppure tramite i rappresentanti dei lavoratori della sicurezza o direttamente al servizio prevenzione e protezione.

Ogni lavoratore ha ricevuto adeguata formazione in cui è stato ribadito più volte il concetto che in caso di situazione di pericolo grave e imminente devono abbandonare il posto di lavoro; è operativa una procedura che prevede la segnalazione formale di qualsiasi criticità per la salute e la sicurezza. Per ogni evento critico viene emessa una scheda informativa in cui si riportano i dati salienti dell'evento compreso le azioni correttive suggerite e il soggetto responsabile dell'implementazione. Mensilmente è prodotto un report in cui sono riportate le schede di tutte le segnalazioni le cui azioni correttive non sono state ancora completate. Il report è indirizzato anche all'alta direzione.

Per quanto riguarda i servizi di medicina del lavoro, in azienda è presente il medico competente che svolge attività di carattere sanitario, compresa la sorveglianza sanitaria periodica per i dipendenti. La gestione è curata in collaborazione con il SPP.

Il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro vede la partecipazione dei Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza che intervengono attivamente nel mantenimento del sistema. Si cita come esempio il Comitato Covid-19, all'interno del quale si registra la presenza di un'ampia rappresentanza di lavoratori, oltre agli RLS. Il comitato opera per l'applicazione e verifica delle regole del protocollo di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro.

Il comitato svolge le seguenti funzioni:

- Integra i doveri di vigilanza della struttura organizzativa nell'applicazione delle disposizioni emanati dalla Direzione Organizzazione Corporate e dalla Direzione Supply Chain.
- Fornisce feedback in merito all'efficacia di attuazione e al rispetto delle stesse.
- Esprime raccomandazioni in merito ad eventuali ulteriori misure da adottare.
- Segnala situazioni utili a rafforzare il principio generale di contrasto e contenimento della diffusione del virus.
- Si riunisce attraverso la piattaforma Microsoft Team su richiesta dei Direttori Risorse Umane e Organizzazione, Supply Chain o RSPP.

Tutto il personale dipendente è obbligato a partecipare ai corsi obbligatori previsti dall'accordo stato-regioni, operai, impiegati e dirigenti. Ogni attività che prevede una specifica abilitazione può essere svolta solo dopo aver assolto agli obblighi formativi previsti: conduzione carrelli elevatori e PLE; addetti primo soccorso; addetti squadra emergenza, ecc. Per il personale non dipendente si richiede attestazione di formazione relativa alle attività svolte nei luoghi sotto controllo della illycaffè.

Nel corso del 2020 si sono verificati 11 infortuni sul luogo di lavoro, per un totale ore lavorate pari a 1.615.920\*. Il tasso di infortuni registrabili sul lavoro è pari a 6,8. Rispetto all'esercizio precedente, gli infortuni sono aumentati, registrando 6 infortuni in più; pertanto, l'indice di frequenza, chiamato così secondo il precedente standard, è aumentato in maniera proporzionale. Le principali tipologie di infortuni sono legate alla movimentazione dei carichi. Il tasso di infortuni con gravi conseguenze sul lavoro è pari a 0, poichè non sono presenti infortuni con gravi conseguenze sulla lavoro. Il numero di ore lavorate per i lavoratori non dipendenti è pari a 1.920. Per quanto riguarda le malattie professionali, nel corso del 2020 illycaffè ha avuto 2 malattie professionali per i dipendenti, ed 1 per i lavoratori non dipendenti. Le principali tipologie di malattie professionali sono legate a ernia discale lombare.

\* I dati di Austria, Germania Taccari, China, Gasparotti Francke, Davide Enrico UK, UK Holmes non sono disponibili

#### ■ 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.

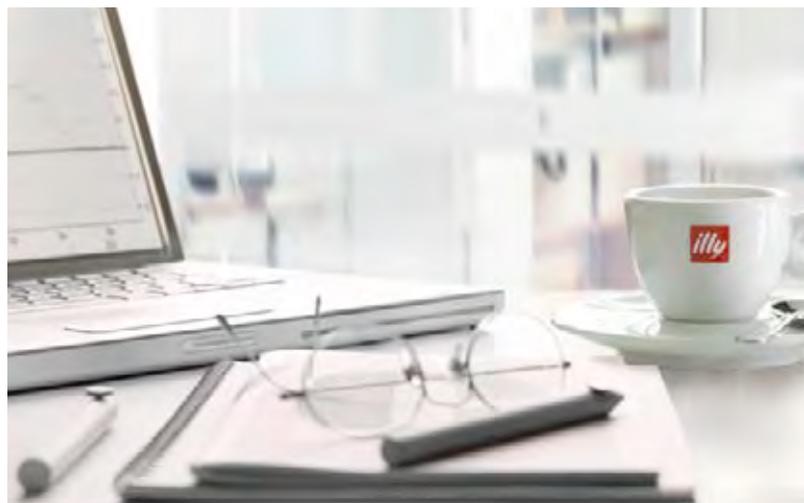
Nel 2020, anno segnato da grandi cambiamenti e distanziamento fisico, i canali digitali di comunicazione interna (Intranet e l'e-magazine illyXpress su tutti) si sono fatti portavoce sempre attivi di comunicazione e attività di ingaggio digitali, creando aggregazione e senso di appartenenza.

**illyXpress**, il magazine digitale di comunicazione interna, pubblicato in italiano e inglese, attivo dal 2018, ogni mese ha raggiunto i collaboratori illycaffè in Italia e all'estero, con lo scopo di informare, condividere e 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.

I momenti di incontro che normalmente si svolgevano in presenza, nel 2020 sono diventati digitali. Agli incontri più tradizionali, si sono aggiunte nuove forme di aggregazione digitale sfruttando la piattaforma di Microsoft Teams sotto il nome di "CI VEDIAMO IN GALLERIA" digital edition – una serie di gruppi tematici gestiti da collaboratori illy; delle stanze digitali dove ci si può incontrare per bere un caffè virtuale e discutere di passioni comuni. Alcune di queste tavole rotonde erano dedicate allo sport e a un approccio consapevole al movimento (in particolare attraverso la corsa e lo Yoga) e altre invece erano incentrate sul cibo e sull'esplorazione di alternative vegane e vegetariane o generalmente più salutari. Gli incontri sono stati organizzati per offrire momenti di confronto e di socialità ai collaboratori e nel contempo avvicinare un pubblico variegato ad alcuni aspetti che caratterizzano uno stile di vita sano, anche fuori dall'ambiente lavorativo, come ad esempio la pratica di attività fisica e una dieta equilibrata.

Gli eventi digitali del 2020 hanno seguito lo spirito del 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

Il programma di formazione, causa emergenza Covid-19, dal marzo 2020 ha subito diversi cambiamenti. Molti dei programmi formativi previsti sono stati trasformati in programmi a distanza attraverso piattaforme LMS, altri per la peculiarità degli argomenti e della popolazione alla quale si indirizzavano che prevedevano la presenza sono stati annullati.

Nel programma annuale sono stati altresì introdotti corsi inizialmente non previsti, per poter accompagnare i collaboratori nel momento storico di emergenza che stavano vivendo, in ottica di supporto e rilascio di strumenti per affrontare al meglio i cambiamenti lavorativi introdotti dallo smart working; in particolare, il corso Efficacia e Resilienza nell'emergenza è stato proposto a tutti i collaboratori degli uffici, mentre per i responsabili è stata dedicata loro una versione che integrava anche contenuti per un efficace Remote leadership per gestire e supportare al meglio i propri team a distanza.

Di seguito alcune tra le principali iniziative formative dell'anno:

- Programma di **Onboarding** per tutti nuovi assunti e per la forza vendita: percorso di inserimento e induction in collaborazione con l'Università del Caffé; il programma ha visto anche il coinvolgimento di numerosi relatori interni, referenti delle varie tematiche da divulgare.
- **illycitizen**: programma di formazione e ingaggio dei collaboratori illy, in essere dal 2011 e gestito attraverso un gruppo di trainer interni. Nei primi 2 mesi dell'anno ha presentato "illycitizen ambassador" una serie di sessioni progettate e presentate in nuovo formato "TED mood"
- **illycitizen #Beconnected**: brevi video messi in onda sulla intranet per raccontare come i cittadini illy mettono in pratica il modello di leadership nell'emergenza Covid-19 e nel lavoro da remoto.
- **"Experience Makers"**: format dedicato a tutta la Forza Vendita della illy che nel novembre 2019 è stato declinato per i key account manager della GDO e che è proseguito per tutto il 2020 in modalità FAD. Nel corso dell'anno

sono stati erogati 5 moduli sulla conoscenza approfondita dell'azienda e dei suoi prodotti e le competenze tecniche sulle conoscenze statistiche e quantitative; si è passati poi a trattare temi per lo sviluppo personale, in particolare le soft skill legate alla leadership, negoziazione avanzata, comunicazione offline e online. Il corso si è concluso con un task finale dove i partecipanti si sono cimentati nell'illustrazione di un caso di successo davanti ad una commissione di esperti.

Per il canale Retail e per le filiali EMEA sono stati organizzati:

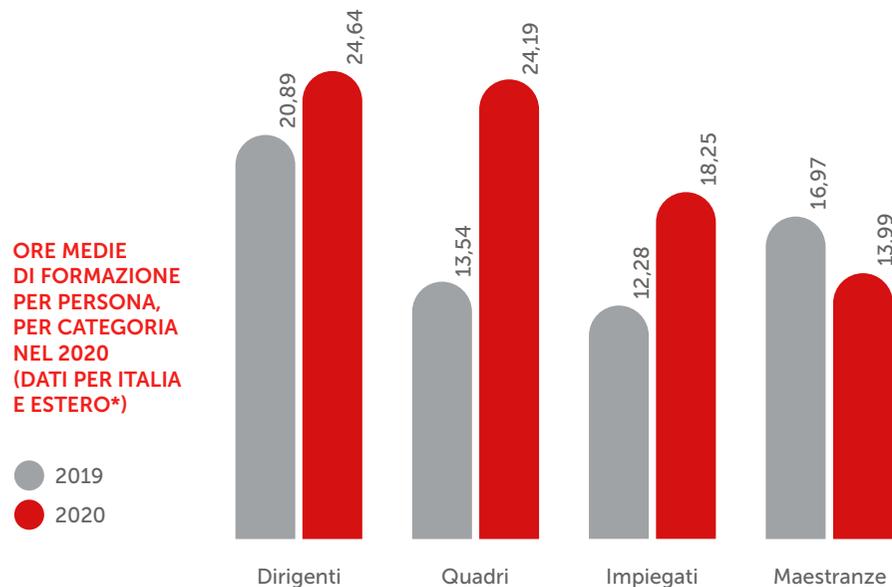
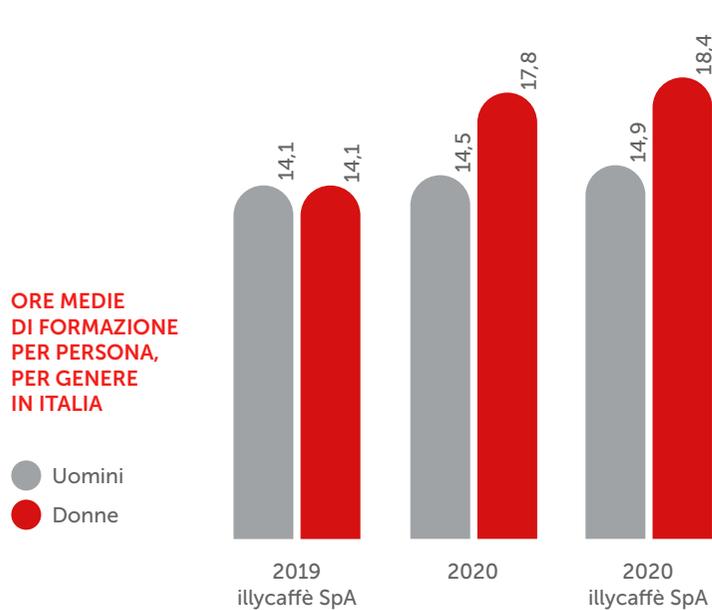
- **"IOSONOILLY\_IL MASTER"**: corso manageriale per tutti gli store manager iniziato a ottobre attraverso l'erogazione di tre moduli legati al modello di leadership, e al modello di servizio del nuovo concept 4.0. Il corso proseguirà poi nel 2021.
- Per il personale Staff sono stati erogati numerosi corsi di aggiornamento sui prodotti e sulle procedure operative legate al lockdown e ai vari re-opening.

**SKILL UP** è un programma **internazionale** dedicato ai collaboratori illy delle filiali e consociate che, attraverso una quick service, ha rilevato la Digital Readness (Competenze Digitali e Innovation Mindset) dell'organizzazione, per poi proporre in modo personalizzato un percorso di formazione per supportare il **processo di re-skilling** complessivo di tutti i partecipanti. Il programma prevedeva la messa a disposizione di una Library di video e contenuti interattivi sui principali temi relativi alla **Digital Transformation**, accompagnando l'utente in un percorso di approfondimento di contenuti verticali e di verifica dell'apprendimento.

Fra ottobre e novembre è stato organizzato un corso su **"il D.Lgs.231/2001 il modello di organizzazione gestione controllo di illycaffè"**, erogato in modo massivo a tutti i collaboratori illy e poi inserito nella formazione obbligatoria per tutti i nuovi assunti.

Il **modello di leadership illy** è stato la base per costruire una valutazione 360 con i manager che avevano partecipato alla definizione del modello. A seguire sono state organizzate delle sessioni di formazione per il rilascio dei profili ai propri collaboratori coinvolti nel processo.

Nel corso del 2020, le ore di formazione per singolo dipendente sono pari a 17,81; le ore medie di formazione per i dipendenti uomini sono pari a 15,09 e per le donne sono pari a 18,90.



\* I dati di Austria, San Francisco, Canepa Brasil non sono disponibili

**SEED:S**

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



DIFFONDIAMO  
UN SAPERE  
SENZA BARRIERE.

**02.5**  
**capitale  
intellettuale**

# 02.5

HIGHLIGHTS

Lancio sul mercato della macchina X1 E.S.E & Ground

# 313

titoli brevettuali di cui 272 concessi e 41 pendenti

Più di

# 9.000

milioni di euro investiti in Ricerca & Sviluppo

## 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 nel mondo 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.

## ■ 02.5.1 Innovazione & ricerca

**Il gusto è il risultato di un metodo.** L'approccio che illycaffè 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 separare quelli perfetti dagli altri. 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. Attraverso l'uso delle migliori tecnologie e della ricerca applicata alla materia prima e a tutti i processi produttivi, illycaffè ha implementato un programma pluriennale di sviluppo di prodotti sempre più rispettosi dell'ambiente, che contribuiranno a raggiungere l'obiettivo della carbon neutrality entro il 2033.



## I laboratori

La ricerca e l'innovazione nascono all'interno del 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.

**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.

**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.

Nei laboratori di illycaffè 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 illycaffè 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 stati sperimentati riscaldatori ad alto rendimento che, utilizzando sistemi di scambio calore sempre più efficienti, permettono 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.

### 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, illycaffè 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 2020

La pandemia generatasi nel 2020 ha reso necessaria una riorganizzazione dei reparti deputati allo sviluppo e all'innovazione di prodotto così come l'indotto dei partner di sviluppo. Le attività di sviluppo si sono concentrate su importanti progetti connotati da una forte innovazione tecnologica in linea con la trasformazione digitale avviata dall'azienda e improntati da un forte supporto in chiave ecosostenibile. In particolare, è stata ultimata la fase di sviluppo della macchina professionale Unattended in versione MPS e Iperespresso professionale, incluso lo sviluppo di un sensore per il riconoscimento delle capsule. È stata inoltre terminata la fase di sviluppo progetto della macchina modulare i-machine nella versione a 3 moduli funzionali. Per quanto concerne i prodotti durevoli, e sono state presentate due macchine per il caffè: la X1 E.S.E & Ground caratterizzata dalla tecnologia fast heating, capace di ridurre sensibilmente il consumo di energia e dalla possibilità di usare sia caffè macinato che le nuove cialde E.S.E., rivisitate con materiale compostabile.

Inoltre, a sostegno dell'impegno in chiave di sostenibilità, è stata sviluppata e lanciata la nuova macchina E.S.E, ottimizzata per rispondere agli standard qualitativi illycaffè e in grado di offrire al consumatore finale la scelta tra caffè espresso e caffè lungo.

Il portafoglio accessori è stato arricchito dal monta-latte, in grado di permettere preparazioni caffè a base latte, sia calde che fredde, e cioccolata, impreziosito dal design dello Studio Lissoni.

Per quanto riguarda i prodotti consumabili, proseguono le esplorazioni e le attività di sviluppo di materiali alternativi alle attuali plastiche, ossia compostabili e compostabili barrieranti, coinvolgendo anche fornitori

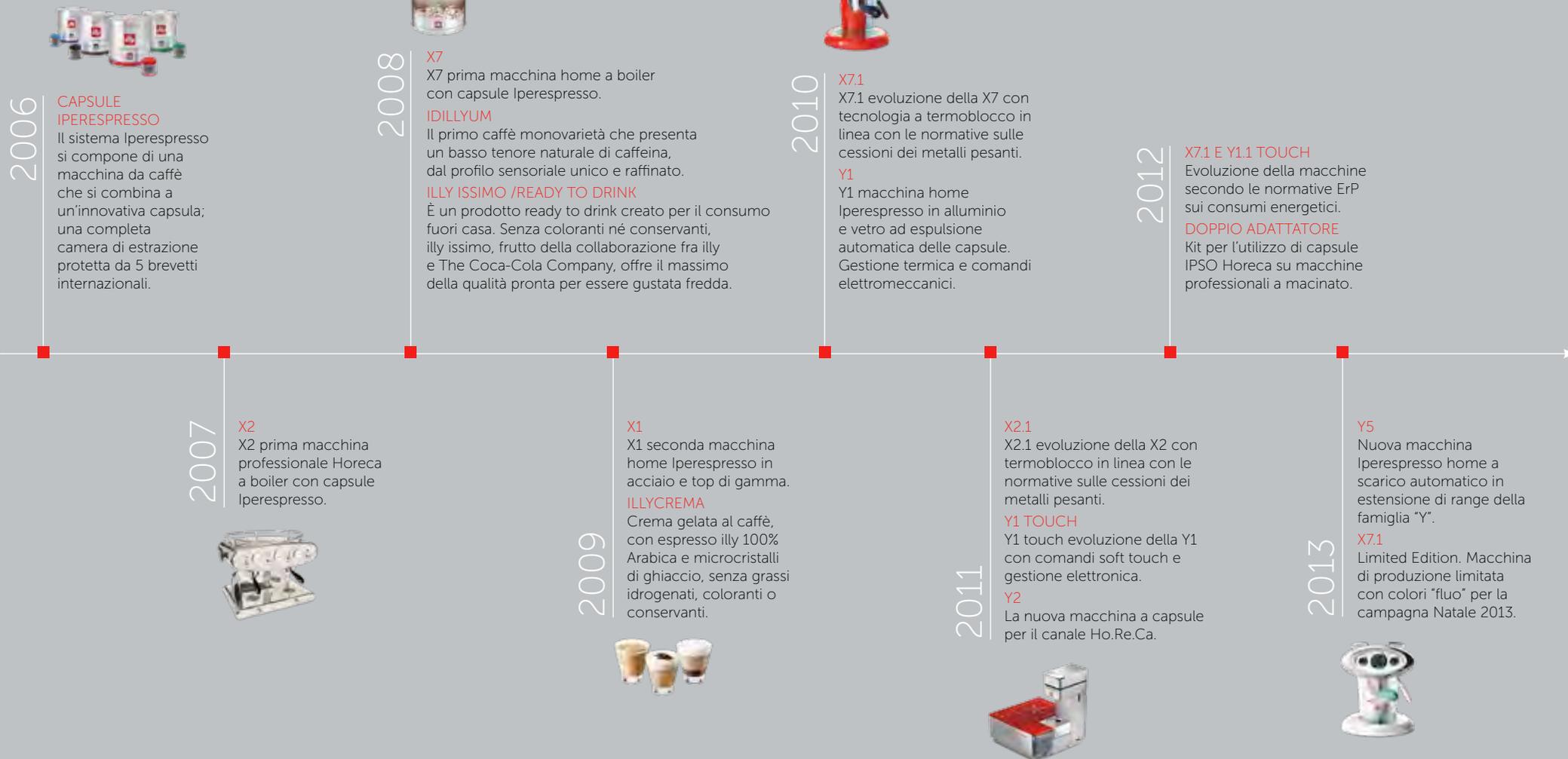
esteri. Le esplorazioni in chiavi green coprono anche gli imballaggi e in generale i packaging secondari, andando in tal modo a ridurre l'impatto ambientale complessivo.

Il range dei prodotti consumabili in portafoglio è stato esteso lanciando sul mercato la referenza ready to drink Classico con estratto di caffè cold brew, la referenza Forte per la capsula iperespresso e MPS, quella Lungo per la cialda E.S.E compostabile. La varietà delle Arabica Selection è stata arricchita con la referenza Costa Rica in grani.

Il portafoglio brevetti di proprietà della società al 31 dicembre 2020 è pari a 313 titoli brevettuali, di cui 272 concessi e 41 pendenti, suddivisi in 43 famiglie.



## 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.

2020

## X1 E.S.E. & GROUND

Nuova macchina X1 E.S.E & Ground con tecnologia fast heating, per ridurre il consumo di energia. Funziona con caffè macinato e con le nuove cialde E.S.E., rivisitate con materiale compostabile.

## 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.

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®.*

## LE INNOVAZIONI INTRODOTTE NEGLI ULTIMI ANNI: PROGETTI



### BREEDCAFS

Nel corso del 2020, 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.

## ■ 02.5.2 Diffusione della cultura di eccellenza

La Direzione Cultura del Caffè nasce nel 2019 con lo scopo di rafforzare la leadership di pensiero della cultura del caffè a livello globale; le sue aree chiave sono la Brand Ambassadorship, i Progetti Istituzionali e l'Università del Caffè. Progetta e sviluppa un'ampia serie di attività formative al fine di supportare la piena attuazione della strategia aziendale, con il supporto dell'Università del Caffè, per diffondere la conoscenza in tutte le fasi della catena del valore.

Di seguito alcune fra le progettualità più rappresentative:

- **Diffusione Cultura del Caffè:** Retail Forum (Stresa), la partecipazione al Columbia University Exchange Program (New York), il podcast per Una poltrona in ClubHouse Brera con L'aroma del caffè è femminile (Rinascita Digitale).
- **Promuovere le imprese familiari:** partecipazione al Forum Altoatesino dell'Economia (Bressanone) e al Leaders in Family Enterprise organizzato dalla Cornell University (New York).
- **Diversity & Inclusion:** Parabere - forum per migliorare la gastronomia con la visione delle donne (Oslo) o Kigali Global Dialogue (Rwanda), che pone l'uguaglianza di genere al centro.



### ■ 02.5.3 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.

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 con un network internazionale che diffonde in tutto il mondo la cultura del caffè di qualità, con 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.

Nel corso del 2020, a causa della Pandemia Covid-19 le attività didattiche dell'Università del Caffè di Trieste e delle 26 filiali facenti parte del network sono state considerevolmente penalizzate dall'impossibilità di gestire corsi in presenza in tutto il mondo, sia nel numero di corsi che dei partecipanti.

La prima decisione di proattività è stata quella di far crescere professionalmente i componenti del team, mettendo loro a disposizione, con il supporto di professionisti del settore, percorsi di web public speaking, di scrittura, di gestione regia audio/video sino alla individuazione di soluzioni innovative per ridurre il gap con le aspettative di un'attività pratica. Per una corretta gestione della formazione a distanza, c'è la necessità di una profonda ristrutturazione nell'impostazione delle attività, di una revisione dei contenuti, della metodologia di erogazione e di nuove regole di ingaggio dei partecipanti.

Nel 2020 i partecipanti tra professionisti, consumatori e produttori sono stati oltre 9.000.

L'Università del Caffè, in linea con il processo di digitalizzazione attivato dall'azienda, ha avviato il progetto "Evolution Leap" che consiste nel ripensare e ricreare la proposta formativa, sia training che edutainment, adeguandola nei contenuti e negli strumenti, all'esperienza del distance learning attraverso un approccio innovativo.

Università del Caffè a livello editoriale nel 2020 ha curato la realizzazione della linea illyhandbook: manuali didattici che hanno l'obiettivo di consolidare,

divulgare e diffondere la cultura del caffè di qualità a tutto il network delle filiali oltre che alla sede centrale di Trieste. Ha inoltre posto le basi per il progetto di knowledge tree dove i tre pilastri di brand & company, cultura del caffè e prodotti e trasformazioni sono stati tradotti in slide didattiche per l'attività formativa a livello globale.

Il team globale dell'Università del Caffè è formato da oltre 100 docenti operativi nelle 26 filiali, si articola secondo 3 livelli di competenze:

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

NUMERO TOTALE CORSISTI UDC	2019	2020
Attori della filiera caffè	NA*	520***
Produttori	469**	345****
Professionisti (attività on line: sincrona)	20.154	6.830 (22% on line e 78% in presenza)
Consumatori (attività on line: sincrona)	8.119	888 (30% on line e 70% in presenza)
Corsisti on-line (attività e-Learning asincrona)	1.268	624
<b>TOTALE</b>	<b>30.010</b>	<b>9.207</b>

\* La rendicontazione di tale informazione è iniziata a partire dal 2020.

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

\*\*\* 450 attori della filiera del caffè/supply chain e 70 dipendenti di distributori e branch.

\*\*\*\* 345 produttori formati all'Università del Caffè Brasile con attività on line sincrona.

## ALTA FORMAZIONE PER I PRODUTTORI

Nel 2020, vista la peculiare situazione legata alla pandemia mondiale, tutte le attività di formazione e divulgazione ai produttori sono state svolte online: in totale, sono state pari a 345, e a queste si sono aggiunte le attività per 520 attori della filiera. Le attività di supporto ai produttori sono nate nel 2000 dalla collaborazione avviata con PENZA, The Agrobusiness Intelligence Center dell'Università di San Paolo. Dal 2010 oltre 10.500 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, illycaffè 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, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica e Messico, le sessioni di formazione hanno affrontato differenti temi; dal ruolo dell'assistenza tecnica, alle buone pratiche agronomiche, ai prodotti agrochimici altamente tossici, e così via.

## CORSI DI FORMAZIONE PER I PROFESSIONISTI DEL SETTORE

Nel 2020 sono stati formati 6.830 professionisti (22% on line e 78% in presenza). 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. L'attività formativa coinvolge anche le scuole, infatti 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 2020, per la 29ma edizione, hanno aderito 30 istituti con 510 studenti.

## CORSI DIVULGATIVI PER I CONSUMATORI

Nel 2020 l'attività divulgativa ha raggiunto 888 partecipanti, attraverso i corsi e i tour aziendali erogati attraverso la modalità tradizionale d'aula (30%) e la diretta streaming (70%). L'attività didattica per il grande pubblico si è focalizzata su ampie tematiche e spazia dalle preparazioni, all'economia, sostenibilità, aspetti sensoriali, salute, usi e costumi con l'obiettivo principe di trasferire la cultura del caffè di qualità.



### SEMINARIO PENSA

Ogni anno l'Università del Caffè del Brasile PENZA (The Agrobusiness Intelligence Center dell'Università di San Paolo) organizza un seminario rivolto a istituti scientifici, istituzioni nazionali del settore, produttori e media. Nel 2020 è stato affrontato il tema della "Nuova assistenza tecnica agricola", frutto di ricerche sviluppate l'anno precedente. La divulgazione si è svolta attraverso 3 webinar ed è stata trasmessa su YouTube, coinvolgendo così un pubblico più ampio e permettendo di raggiungere un totale 1.323 persone. Per rafforzare e promuovere ulteriormente i risultati positivi e propositivi della ricerca svolta nel 2019, PENZA ha messo on-line 5 video che hanno ottenuto 1.509 visualizzazioni. Le intense attività di divulgazione hanno suscitato l'interesse di enti che propongono politiche pubbliche, oltre che di opinion maker, stimolando la discussione di strategie pubbliche e private sull'assistenza tecnica agricola.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



TRACCIAMO  
LA STRADA SENZA  
SEGNARE LA TERRA.

**02.6**  
**capitale  
naturale**

# 02.6

HIGHLIGHTS

**95,2%**  
i rifiuti prodotti  
da illycaffè SpA  
recuperati nel 2020

**673  
mila €**  
le spese di illycaffè S.p.A.  
in ambito ambientale

**4%**  
dei materiali per  
l'imballo rinnovabili

**80%**  
di energia derivante  
da fonti rinnovabili

## 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

Aggiornamento dell'Environmental Factory Authorisations, attività che ha consentito l'ottenimento di una singola autorizzazione ambientale per permettere ai gas rilasciati durante la pressurizzazione del caffè tostato di essere trasportati fuori dai silos.

WEE collection, che ha ricevuto un'opinione tecnico-legale sulla possibilità di gestione la collezione dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche, raccolte dai consumatori (E-commerce). L'accordo è attualmente in via di definizione con il provider ERP.

Gestione dei rifiuti, attività avviata partendo dalla sperimentazione dell'uso di scarti di capsule di plastica iperespresso in collaborazione con aziende leader del mercato di fornitura italiano.

Economia circolare: la fase operativa di fattibilità è stata avviata in merito alla conversione di rifiuti di plastica industriale in "materie prime secondarie"

(plastica riciclata in conformità con gli standard UNI) per la produzione di pallet verdi per uso dedicato alle operazioni logistiche, invece dei tradizionali pallet di legno. I green pallets non solo riciclano plastica che verrebbe diversamente incenerita (a beneficio della riduzione delle emissioni) ma ha anche una durata della vita più lunga dei pallet di legno, inoltre può essere riciclata nuovamente.

## 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 virtuous agriculture 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; per 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.

Dal 2019 illycaffè si avvale del protocollo Sustainable Procurement Process, (SPP) 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.



## ■ 02.6.2 Impegno ambientale

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 l'azienda si approvvigiona.

Grazie all'implementazione del Sistema di Gestione Ambientale, della certificazione ISO 14001 e del regolamento EMAS, illycaffè monitora costantemente il proprio impatto ambientale e interviene applicando il principio del miglioramento continuo. Dal 2015 l'azienda è certificata 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 2030.

### 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 confluiscono 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 2020.

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 di illycaffè.

Le spese per la tutela ambientale sostenute nel 2020 ammontano a 673 mila euro (+1,2% rispetto al 2019):

SPESE ILLYCAFFÈ S.p.A.	2019	2020
Trattamento e smaltimento dei rifiuti, compresi i rifiuti elettronici	622.966 €	643.174 €
Servizi esterni per la gestione ambientale	10.000 €	15.190,80 €
Certificazione esterna dei sistemi di gestione ambientale	1.500 €	1.500 €
Altro	30.470 €	17.954 €



### 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 importante dell'impatto ambientale indiretto dell'azienda. Per questo motivo illy monitora 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. Nel consolidato, il 4% dei materiali utilizzati per l'imballo sono rinnovabili. Gli altri invece, entrando in contatto diretto con il caffè, sono, come da normativa, necessariamente materiali vergini.

MATERIALI USATI - 2020*	NON RINNOVABILI	RINNOVABILI
<b>MATERIA PRIMA</b>		
Vetro	234 kg	
Alluminio	214 kg	13.343 kg
Acciaio	50.951 kg	
Rame	-	
Gomma	537 kg	
Plastica	8.879 kg	
<b>MATERIALI NECESSARI NEL PROCESSO DI PRODUZIONE</b>		
Oli lubrificanti per impianti	916 l	
Soluzioni sgrassanti	25 l	
Grasso lubrificante	-	
Vernice	20 l	
Adesivo	-	
Materiali assorbenti	-	
Inchiostri	18 l	
Solventi	538 l	
Caffè Crudo	-	18.932 t
Azoto	-	2.828 Nmc
<b>SEMIPRODOTTI O COMPONENTI</b>		
Componenti elettrici	3.371 pezzi	
Lampadine elettriche	2 pezzi	13.343 kg
<b>MATERIALI DA IMBALLAGGIO</b>		
Imballaggi di carta/cartone	515.220 kg	40.077 kg
Imballaggio in plastica	515.493 kg	3.445 kg
Cartone	-	7.889 kg
Alluminio plastico poli-laminato	223.987 kg	-

\*I dati di North America, Germania Taccari, China, France Belux, Experimental Agricola do Brasil, Canepa brazil non sono disponibili.

**SEED:S**

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

## 02.6.4 Energy Management

illycaffè garantisce una gestione responsabile delle risorse energetiche attraverso le figure di un rappresentante per la gestione ambientale e un Energy Manager che hanno il compito principale di analizzare, monitorare e ottimizzare l'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, il diesel e l'energia elettrica, e per le vetture aziendali diesel, benzina ed elettrico. In tema di mobilità sono state installate nell'anno 2019 due colonnine per la ricarica delle auto elettriche a uso dipendenti e ospiti.

Nel 2020 i consumi elettrici – in termini assoluti - sono diminuiti del 6,53% rispetto al 2019 e, nei tre siti di Trieste, il consumo di elettricità è stato interamente coperto da energia proveniente da fonte rinnovabile garantita. La riduzione dei consumi elettrici è da attribuirsi – in termini assoluti – al minor output caffè dovuto alla pandemia di Covid-19; in termini relativi riportiamo il risparmio ottenuto dopo il revamping delle macchine dedicate alla produzione del freddo, macchine che sono deputate all'essiccazione dell'aria compressa e al raffreddamento di altri dispositivi nonché alla climatizzazione estiva; il KPI EnPi\* caratteristico passa da 46 a 42 kWh/t caffè tostato.

Il gas naturale (metano) oggi è utilizzato per l'86% nella fase di torrefazione, per il 13% per la produzione di acqua sanitaria e riscaldamento e il restante 1% nel ristorante aziendale. In termini energetici, il fabbisogno totale nel 2020 è stato di 58.731 GJ.

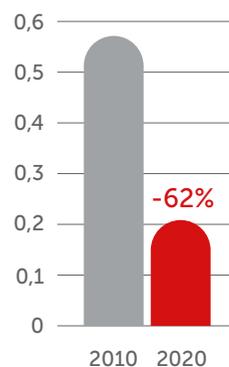
\* Energy Performance indicator.

Come diretta conseguenza della pandemia di Covid-19 le tonnellate di caffè tostato sono diminuite del 20,3% ed il consumo di metano per torrefazione è diminuito nella misura del 15,3%.

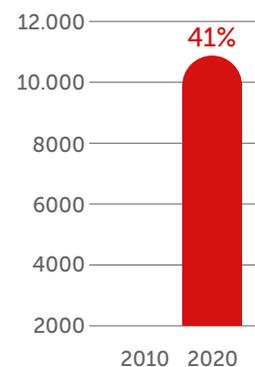
Grazie alle iniziative implementate negli ultimi tempi illycaffè aveva già raggiunto e superato l'obiettivo 2020, ottenendo a fine 2019 un'efficienza pari a 4,81 GJ/t caffè tostato; nel 2020, visto il minor output l'efficienza è diminuita raggiungendo un risultato di 5,46 GJ/t caffè tostato che contiamo di ripristinare nell'anno in corso.

Nel 2020, sono proseguite le iniziative di miglioramento dell'utilizzo delle energie agendo su: revamping chiller, dispositivi ed inverter ad alta efficienza, completamento revamping motori e bruciatori tosteria, uso razionale dell'aria compressa.

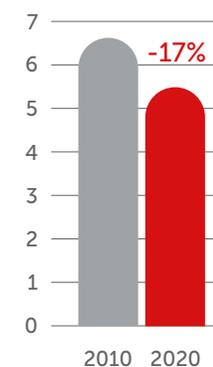
**GAS AD  
EFFETTO SERRA  
tCO<sub>2</sub>eq/t CAFFÈ  
TOSTATO**



**ENERGIE  
RINNOVABILI  
GWh**



**EFFICIENZA  
ENERGETICA  
GJ/t CAFFÈ  
TOSTATO**



Nel 2020, illycaffè ha consumato 49.404,57 GJ di energia elettrica, di cui 80% derivante da fonti rinnovabili.

Combustibile utilizzato dall'organizzazione proveniente da fonte non rinnovabile -2020*			
		Fattori di conversione <sup>15</sup>	Valori espressi in GJ
Gas naturale	1.642.294 Smc	0,039626405	65.078
Diesel – per processi produttivi	9.871 l	0,035984912	355,21
Carburante per veicoli:			
Diesel	329.312 l <sup>16</sup>	0,035984912	11.850,27
Benzina	81.068 l <sup>17</sup>	0,032819383	2.660,59
<b>TOTALE</b>			<b>79.944</b>

Consumo di energia acquistata - 2020*			
		Fattori di conversione <sup>18</sup>	Valori espressi in GJ
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	2.801.766 Kwh <sup>19</sup>	0,0036	10.086,36
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	10.936.726 Kwh	0,0036	39.372,21
<b>TOTALE energia elettrica acquistata</b>	<b>13.738.492 Kwh</b>	–	<b>59.490,93</b>
<b>TOTALE aggregato</b>	–	–	<b>139.434,93</b>

\* I dati di France Belux non sono disponibili

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
<b>Indicatore consumi energetici per tonnellata di caffè tostato</b>	<b>5,19</b>	<b>4,81</b>	

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 aveva prodotto 799.937 kWh, nel 2020 l'impianto ha prodotto 915.386 kWh.

<sup>15</sup> I fattori di conversione sono riferibili a fonti autorevoli: Conversione a GJ: "Greenhouse gas reporting: fuel properties" 2020, forniti dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito).

<sup>16</sup> I dati relativi allo stabilimento francese sono stati stimati.

<sup>17</sup> I dati relativi allo stabilimento francese sono stati stimati.

<sup>18</sup> I fattori di conversione sono riferibili a fonti autorevoli: Conversione a GJ: "Greenhouse gas reporting: fuel properties" 2020, forniti dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito).

<sup>19</sup> I dati relativi all'ufficio del Brasile sono stati stimati partendo dal consumo medio mensile.

## ■ 02.6.5 Water Management

illycaffè interagisce principalmente con le risorse idriche di Trieste, la cui provenienza risale alle falde artesiane della Bassa Pianura Isontina, collocate fra i 100 e i 300 metri di profondità nella località di San Pier d'Isonzo, dove l'acqua – proveniente dal corso del fiume Isonzo – si raccoglie dopo aver attraversato diversi strati del terreno ed essere stata sottoposta a un processo di filtrazione naturale che può durare dai 12 mesi ai 7 anni<sup>20</sup>.

L'importanza dell'acqua rappresenta per illycaffè una risorsa fondamentale, infatti, i consumi idrici dell'azienda sono costantemente presidiati: con cadenza quindicinale attraverso la lettura dei contatori fiscali di proprietà dell'azienda municipalizzata e di quelli "ad uso interno" installati per un migliore presidio e conoscenza degli usi finali; mentre a cadenza giornaliera, vengono controllati tutti i dispositivi che utilizzano la rete idrica (rubinetti, scarichi del wc, docce, impianti di irrigazione). illycaffè, conscia dell'impatto sulle risorse idriche, si è posta infatti come obiettivo quantitativo 2,3 mc acqua/t caffè tostato, in quanto correlato all'output generico del caffè tostato. Il costante impegno di illycaffè coinvolge anche i fornitori di caffè delle piantagioni di caffè verde, al fine di suggerire e supportare diverse iniziative per il miglior impiego e recupero dell'acqua di processo.

La gestione degli impatti correlati alle risorse idriche è gestita grazie al costante contatto con l'azienda distributrice della città di Trieste, al fine di trovare applicazioni o testare dispositivi che, ad esempio, possano ridurre o eliminare l'evento delle perdite occulte (telelettura con info di allarme in caso di superamento soglia prefissata) oppure condividere suggerimenti nel caso di eventi anomali. La metodologia utilizzata per identificare gli impatti delle risorse idriche avviene grazie ai siti attualmente forniti di contatori e misuratori fiscali<sup>21</sup>, alcuni utilizzati ad "ad uso interno", la cui installazione si pone l'obiettivo di presidiare i diversi utilizzi che nel tempo l'azienda ha implementato (acqua calda sanitaria, acqua addolcita per chiller e macchine confezionatrici, acqua per irrigazione aree verdi). I contatori e misuratori di recente installazione<sup>22</sup> sono invece caratterizzati da grosse portate, e predisposti per "la lettura a distanza", la cui modalità è in attesa degli ultimi test di distribuzione dei dati prima della completa operatività.

L'azienda non dispone di sistemi o serbatoi di recupero delle acque meteoriche né della possibilità di utilizzo di fonti del tipo acqua industriale. Tutta l'acqua viene prelevata dalla rete idrica e quasi totalmente restituita all'ambiente. Circa il 5% di questo prelievo viene consumato nel processo di torrefazione in forma di acqua evaporata.

Gli scarichi idrici autorizzati con AUA<sup>23</sup> sono relativi ai seguenti scarichi:

- Scarico della vasca di collaudo a campione dei barattoli 3 chili.
- Impianto di demineralizzazione.
- Scarico delle condense dei compressori.
- Scarico delle vasche di collaudo del prodotto finito (caffè in grani, macinato o porzionati).
- Scarico delle vasche di collaudo dei barattoli 250 grammi.
- Condensa delle torri evaporative.

All'interno della nuova Autorizzazione Unica Ambientale, sono elencati i parametri che annualmente vengono analizzati dal laboratorio esterno accreditato. I valori dei parametri analizzati rientrano nei limiti definiti dall'autorizzazione con campionamento localizzato in prossimità della via Frigessi - sito di via Flavia.

<sup>20</sup> Fonte AcegasApsAmga

<sup>21</sup> Gli strumenti sono così suddivisi nelle diverse sedi:

1. Comprensorio di Via Flavia (sito composto da più palazzine che acquisite in tempi diversi hanno mantenuto i misuratori delle principali utilities) composto da
  - 10 contatori/misuratori fiscali
  - 9 contatori/misuratori uso interno
2. Comprensorio di via Caboto composto di 1 contatore/misuratore fiscale
3. Comprensorio Polo Logistico di Distripark - via Malaspina attrezzato di 3 contatori/misuratori fiscali

<sup>22</sup> I due contatori/misuratori fiscali di via Flavia ed i 3 contatori/misuratori fiscali presso via Malaspina - Distripark

<sup>23</sup> (Decreto 648/AMB dd 08/02/2017 – Decreto 1970/AMB dd 07.05.2019 – Decreto 1893/AMB dd 24.04.2020)

### Acqua nei diversi siti

Nell'anno 2020, illycaffè ha prelevato 42,11 megalitri di acqua, inferiore dell'1% rispetto al 2019; 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 5,13 megalitri d'acqua nel 2019, mentre nel 2020 ne ha prelevato 2,54 megalitri. La diminuzione del 51% del consumo di acqua è dovuta all'avvio dello smartworking, e alla chiusura delle docce a causa dell'emergenza pandemica.

### Acqua nei siti produttivi

L'acqua utilizzata nei siti produttivi è interamente prelevata dagli acquedotti dei 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 nelle piantagioni

Per una corretta gestione delle risorse idriche nei Paesi coltivatori, illycaffè 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.

Nel 2020, il prelievo di acqua di illycaffè S.p.A. è pari a 37,29 megalitri; rispetto al 2019, in lieve aumento pari a 8,7%.

### ACQUA PRELEVATA PER IL PROCESSO PRODUTTIVO DI VIA FLAVIA, VIA CABOTO, VIA MALASPINA, VIA MONTI (MI)



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

PRELIEVI DI ACQUA IN MEGALITRI – 2020	TUTTE LE AREE <sup>24</sup>	AREE A STRESS IDRICO
<b>Acque di superficie</b>	3,51	0,286
Acqua dolce	3,51	0,286
Altre tipologie di acqua	-	-
<b>Acque sotterranee</b>	37,29	0,416
Acqua dolce	37,29	0,416
Altre tipologie di acqua	-	-
<b>Acqua di mare</b>	-	-
Acqua dolce	-	-
Altre tipologie di acqua	-	-
<b>Acqua prodotta</b>	-	-
Acqua dolce	-	-
Altre tipologie di acqua	-	-
<b>Risorse idriche di terze parti</b>	0,300	0,308
Acqua dolce	0,300	0,308
Altre tipologie di acqua	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>41,10</b>	<b>1,01</b>

<sup>24</sup> I dati del Brasile sono stati stimati partendo dal consumo medio mensile, mentre non sono disponibili i dati dell'UK, North America, Germania Taccari, France\_Belux.

### SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

## ■ 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

### Emissioni inquinanti

Le emissioni inquinanti 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.

### CONCENTRAZIONI NOx E COT CAMINI TOSTATRICI STABILIMENTO DI VIA FLAVIA IN mg/Nmc ANNO 2020

CAMINO		VALORE MEDIO		LIMITE	
		2019	2020	mg/Nmc	
Catalizzatore N	Tostatrice E21	NOx	223,7	272,3	350
Bruciatore N		COT	5,77	28,1	50
Catalizzatore N	Tostatrice E22	NOx	276	153,3	350
Bruciatore V		COT	20,9	17,8	50
Catalizzatore N	Tostatrice E23	NOx	210,3	47,3	350
Bruciatore N		COT	26,8	6,67	50
Catalizzatore in rinnovamento	Tostatrice E24	NOx	60	294	350
Bruciatore N		COT	44,4	26,1	50

### CONCENTRAZIONI COT E ALDEIDI TOTALI CAMINO TOSTATRICE STABILIMENTO MITACA IN mg/Nmc ANNO 2020

CAMINO		VALORE MEDIO		LIMITE	
		mg/Nmc	2019	2020	mg/Nmc
Catalizzatore Bruciatore	Tostatrice	Aldeidi	<0,01	<0,01	20
		Polveri	4,1	7,2	10
		COT	15,9	47,2	50

## Emissioni gas serra

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 i gas serra 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 registrate nel 2020 sono pari a 5.729,25 tCO<sub>2</sub>\*.

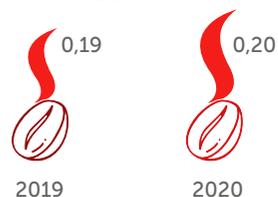
### EMISSIONI GHG LEGATE AI SITI PRODUTTIVI IN ITALIA: STABILIMENTI DI VIA FLAVIA - VIA MALASPINA - VIA CABOTO, TRIESTE (t CO<sub>2</sub>eq)



### Energia Elettrica (100% dichiarata da fonti rinnovabili)



### Indice di intensità delle emissioni di CO<sub>2</sub> (= tCO<sub>2</sub>eq/t caffè tostato nell'anno)



\*Calcolando le Scope 2 con il metodo market-based.  
\*\*Fonte: Ispra 2019. Fattore di emissione 1,975 tCO<sub>2</sub>/1000m<sup>3</sup>.

Nel 2020 la flotta aziendale di Illycaffè SpA ha consumato 209.909 litri di carburante gasolio per un equivalente di 564 tCO<sub>2</sub>eq<sup>25</sup>.

EMISSIONI	Fattore di emissione <sup>26</sup>	tCO <sub>2</sub>
<b>Scope 1:</b>		
Gas naturale	2,02266	3.321,80
Diesel – per processi produttivi	2,68787	26,53
Carburante per veicoli:		
Diesel	2,68787	885,19
Benzina	2,31467	187,64
<b>Scope 2<sup>27</sup>:</b>		
Location Based	-	4.331,61
Market Based	-	1.308,09
<b>Totale emissioni GHG (Location based)</b>	-	<b>8.752,77</b>
<b>Totale emissioni GHG (Market based)</b>	-	<b>5.729,25</b>

<sup>25</sup> Conversione gas diesel alimentazione diesel - Fonte: GHG: 0,156 kgCO<sub>2</sub>/Km.

<sup>26</sup> Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione: Greenhouse gas reporting: fuels\* 2020, forniti dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito).

<sup>27</sup> Emissioni indirette (Scope 2): per l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nazionale in Italia è stato utilizzato, per il metodo Location Based, fattore di emissione ISPRA su valori TERNA, ultima pubblicazione disponibile (Fattori di emissione per la produzione e il consumo di energia elettrica in Italia, 2020), mentre per i restanti Paesi del perimetro di rendicontazione sono stati utilizzati fattori di emissione Terna su valori Enerdata, ultima pubblicazione disponibile (Tabella confronti internazionali, 2020). Invece, per quanto riguarda il metodo di calcolo Market Based, per l'Italia è stato utilizzato il fattore di emissione ISPRA su valori TERNA, ultima pubblicazione disponibile (Fattori di emissione per la produzione e il consumo di energia elettrica in Italia, 2020), mentre per i Paesi Europei sono stati utilizzati i fattori di conversione Residual Mix pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB). Infine, per i Paesi extra-europei per i quali, al momento della redazione del documento, non sono disponibili pubblicamente da fonti accreditate i fattori residual mix, sono stati utilizzati i medesimi fattori di emissione applicati nel calcolo Location Based.

## 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 insieme a Terracycle un programma di raccolta e riciclo delle capsule illy sia in plastica Iperespresso che in alluminio, attivo nei principali mercati europei. 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, a siglare un accordo con Nespresso Italia per il recupero e il riciclo delle capsule in alluminio (2021) e a prendere parte al primo progetto pilota italiano di recupero delle capsule in plastica attraverso la sottoscrizione del protocollo d'intesa che vede coinvolti insieme a illycaffè la Regione Friuli Venezia-Giulia, l'Agenzia regionale per l'ambiente del Friuli Venezia-Giulia (Arpa Fvg), Nestlé Italiana Spa, Net Spa, A&T2000 Spa e AcegasApsAmga Spa. (2021)

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 2020, per illycaffè S.p.A., è stato recuperato il 95,2% del totale dei rifiuti prodotti pari a 1.896 tonnellate, fondamentalmente in linea rispetto al 2019. Lo 0,2% del totale è considerato pericoloso; questa frazione viene smaltita a norma di legge entro i confini nazionali. Nella sede di Mitaca, nel 2020, tutti

i rifiuti, pari a 371 tonnellate, sono o recuperati (come la carta) o utilizzati per il recupero energetico. L'8% dei rifiuti è considerato pericoloso. In generale, illycaffè ha prodotto 2.341 tonnellate di rifiuti, di cui lo 0,02% 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 per tutto il personale la parte di formazione dedicata a questo tema. 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.

METODO DI SMALTIMENTO - 2020 <sup>28</sup>	RIFIUTI PERICOLOSI (tonnellate)	RIFIUTI NON PERICOLOSI (tonnellate)	TOTALE	%
Riutilizzo	2,80	1.804,32	1.807,12	77
Riciclaggio	-	60,98	60,98	3
Compostaggio	-	13,00	13,00	1
Recupero, compreso il recupero di energia	0,01	337,70	337,70	14
Incenerimento (combustione in serie)	1,04	117,18	118,22	5
Discarica	-	3,56	3,56	0
Eliminazione	0,00	0,20	0,20	0
<b>TOTALE</b>	<b>3,85</b>	<b>2.336,95</b>	<b>2.340,80</b>	<b>100,00</b>

<sup>28</sup> I dati relativi ad *Espressamente illy Americas* sono stati stimati. I dati di *Germania Treccati, China, France Belux, Experimental do Brasil, Canepa Brazil* non sono disponibili.

## ■ 02.6.9 Smaltimento prodotti e pack riciclabili

L'economia circolare è una tematica cruciale per illycaffè in qualità di Società Benefit, che rappresenta la terza finalità di beneficio comune. 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 illycaffè 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 poter conferire separatamente i due rifiuti. Proseguono anche le collaborazioni con Università, centri di ricerca, associazioni di categoria e tavoli precompetitivi, per trovare ulteriori alternative valide come l'uso di materiali biodegradabili o eco-compatibili.



### ILLY IPERESPRESSO RECYCLE PROGRAM

Negli Stati Uniti è attivo da anni illycaffè il piano Iperespresso Recycle Program per la raccolta delle capsule. Una volta aperta e separata dal caffè, la plastica rientra nella opportuna filiera per il suo riciclo, e il caffè finisce nel compostaggio.

## SEED:S

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



**03**  
**standard**

### ■ 03.1 Nota metodologica

Dal 2012, illycaffè pubblica annualmente il Sustainable Value Report, documento che esplicita non solo l'integrazione tra la sostenibilità economica, sociale e ambientale messa in atto nei processi decisionali aziendali, nella strategia e nella governance, ma anche la modalità di interazione e coinvolgimento con i suoi stakeholder che, direttamente o indirettamente, sono interessati all'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 persegue ormai da anni. Il report più recente è stato pubblicato a luglio del 2020.

#### Linee guida e processo di reporting

Il Sustainable Value Report 2020 è stato redatto secondo i "Sustainability Reporting Standards" emessi nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "In accordance-Core". Sono stati considerati, inoltre, i nuovi indicatori emessi nel 2018, relativi al tema dell'acqua e della salute e sicurezza. Sebbene non rientrante negli obblighi dettati dal D. Lgs 254/2016, il reporting di illycaffè pone particolare attenzione alle tematiche e agli ambiti dettati dal suddetto decreto: i temi sono ampiamente rappresentati attraverso la rendicontazione di informazioni puntuali e numerose iniziative messe in atto; per ulteriori approfondimenti, si rimanda all'analisi di materialità e alla tabella di correlazione con gli ambiti del D. Lg. 256/2016 (pg.14).

Relativamente ai processi in essere, l'organizzazione si è dotata, da anni, del modello di organizzazione 231 ed ha redatto specifiche politiche e modelli aziendali volti a monitorare e migliorare le prestazioni di carattere non finanziario, tra i quali rientra anche il modello di Enterprise Risk Management; per ulteriori approfondimenti, si rimanda al paragrafo "Corporate governance e gestione dei rischi" (pg.10).

Per di più, vista la proposta della Commissione Europea per una Direttiva "CSRD" (Corporate Sustainability Reporting Directive) relativa alla rendicontazione di sostenibilità delle imprese (21 aprile 2021), illycaffè si impegna costantemente per migliorare la comunicazione societaria sulla sostenibilità e si è posta un elenco di obiettivi al fine di contribuire alla transizione verso un sistema

economico e finanziario pienamente sostenibile e inclusivo.

Al fine di adempiere agli obblighi della legge 208, del 28 dicembre 2015, illycaffè ha riportato nel proprio oggetto sociale le finalità di beneficio comune verso i propri portatori di interesse e mette in atto una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto.

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. I dati sono stati elaborati mediante estrazioni e calcoli puntuali, e si è proceduto con l'utilizzo di stime per la rendicontazione di specifiche informazioni opportunamente segnalate.

I fattori di conversione utilizzati per trasformare le informazioni relative ai consumi energetici in GJ sono tratti dal database Defra 2020 (UK Department of Environment, Food and Rural Affairs). Per maggiori approfondimenti, si veda il capitale naturale.

L'obiettivo aziendale resta quello di rinforzare ulteriormente il sistema di non financial reporting, integrandolo progressivamente con gli altri sistemi di reporting ESG (es. bilancio d'impatto, communication on progress del Global Compact, report integrato) ad oggi presenti, e aumentando accuratezza e affidabilità dei dati.

In continuità con la struttura adottata l'anno precedente, il Value Report 2020 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 "Corporate Identity" 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.

PER ILLYCAFFÈ SI FA RIFERIMENTO ALLE SOCIETÀ DEL GRUPPO, COME DA BILANCIO CONSOLIDATO.

Di seguito, viene riportata un'analisi dei principi di rendicontazione applicati:

**PRINCIPI  
DI RENDICONTAZIONE**

**MODALITÀ DI APPLICAZIONE**

**Principi per la definizione  
dei contenuti del report**

Inclusività degli stakeholder	illycaffè ha identificato i propri stakeholder (vedi mappa degli stakeholder) sulla base delle entità più significative con le quali entra in contatto. illycaffè implementa una serie di pratiche e procedure atte a rispondere alle esigenze manifestate dai propri stakeholder (vedi mappa di materialità).
Contesto di sostenibilità	illycaffè considera e rendiconta le performance aziendali di natura non finanziaria e di sostenibilità considerando il contesto nel quale opera e i numerosi standard e riferimenti normativi ESG: Global Compact, SDGs, GRI, Società Benefit. In aggiunta, l'organizzazione ha realizzato il B-Impact assessment in occasione della certificazione B Corp.
Materialità	illycaffè svolge annualmente l'analisi di materialità volta all'identificazione delle tematiche ritenute più rilevanti in termini di impatti sia per l'organizzazione, sia per i suoi stakeholder (attraverso attività di engagement).
Completezza	illycaffè rendiconta tutti gli aspetti materiali emersi dall'analisi di materialità e li valuta in base ai loro perimetri di impatto. Tali aspetti sono riferiti a tutte le società consolidate integralmente nel bilancio di illycaffè.

**Periodo di rendicontazione**

Le informazioni inserite all'interno del Sustainable Value Report fanno riferimento al periodo 01/01/2020 – 31/12/2020, se non diversamente indicato all'interno del testo, con raffronto con gli anni precedenti.

**SEED:S**

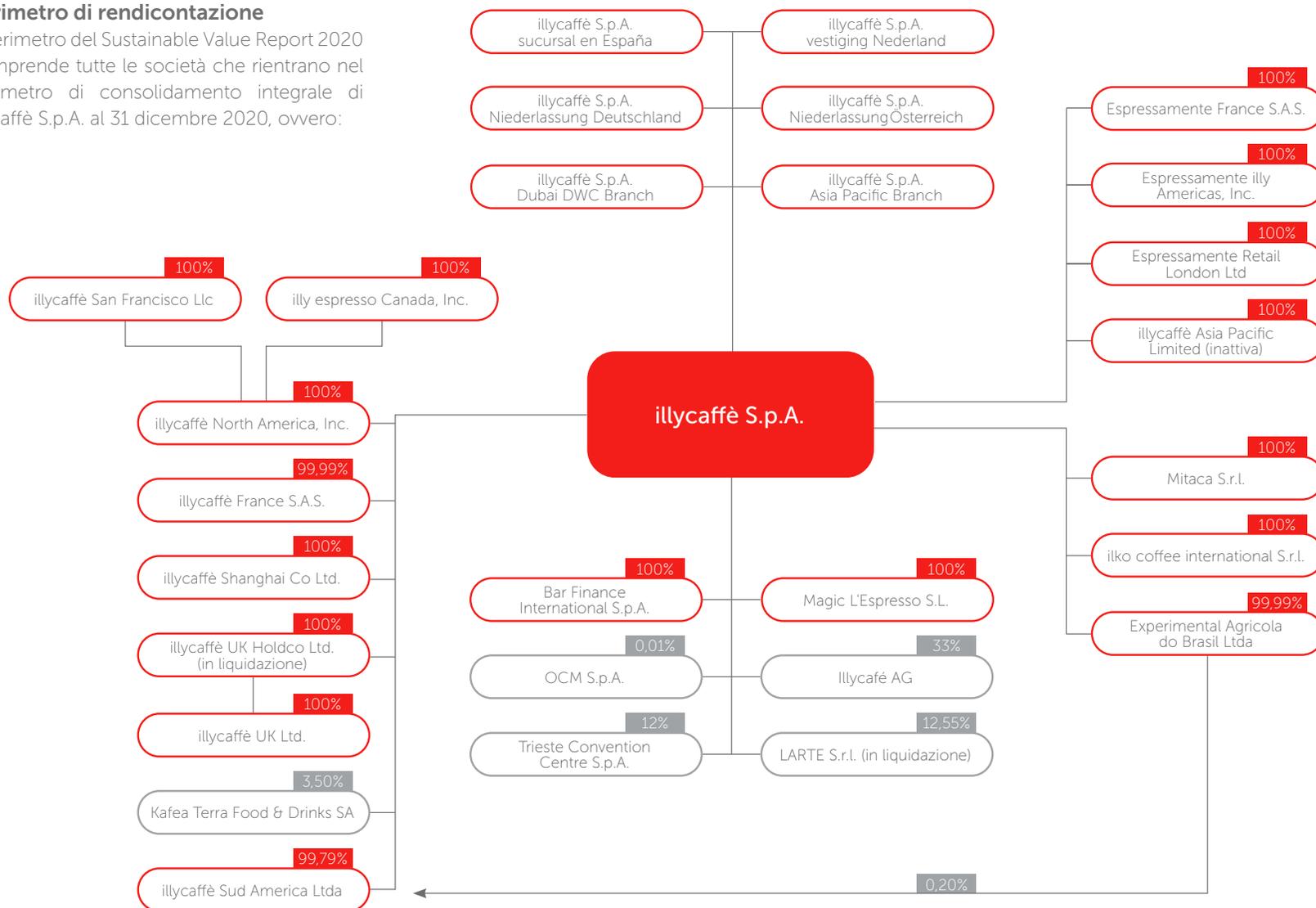
Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability



## BRANCHES

### Perimetro di rendicontazione

Il perimetro del Sustainable Value Report 2020 comprende tutte le società che rientrano nel perimetro di consolidamento integrale di illycaffè S.p.A. al 31 dicembre 2020, ovvero:



Nota: in rosso le società che rientrano nel perimetro di consolidamento integrale di illycaffè S.p.A. ad eccezione delle seguenti:

- Bar Finance International spa, la quale è esclusa poiché costituisce una società di natura finanziaria;
- illycaffè Asia Pacific Limited (HK), poiché è inattiva.

## 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

La raccolta dati ha riguardato tutte le società rientranti nel perimetro; laddove ci sono verificate limitazioni alle informazioni rendicontate, sono state opportunamente segnalate nel corso del testo.

Laddove possibile, il report sviluppa approfondimenti anche lungo la catena del valore (ad esempio per le attività nelle piantagioni di caffè) al fine di valorizzare anche ulteriori attività e progetti svolti da illycaffè.

In particolare, si segnala che per il capitale naturale, a causa dell'ampliamento di perimetro attuato per l'esercizio oggetto di rendicontazione, i dati di alcune tematiche sono riportati solo per il fiscal year 2020.

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](mailto:valuereport@illy.com)

03.2

# Tabella GRI

GRI STANDARDS	GRI DISCLOSURE NUMBER	GRI DISCLOSURE TITLE	NUMERO DI PARAGRAFO	NOTE O OMISSIONI
<b>GENERAL DISCLOSURES</b>				
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>				
GRI 102: General Disclosures 2016	102-1	Nome dell'organizzazione	1.1	
	102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	1.1	
	102-3	Luogo delle sedi principali	1.1	
	102-4	Paesi di operatività	2.2.5	
	102-5	Assetto proprietario e forma legale	1.1	
	102-6	Mercati serviti	1.3; 2.2.5	
	102-7	Dimensione dell'organizzazione	2.4.2; 2.1.1; 2.2.5	
	102-8	Informazioni su dipendenti e lavoratori	2.4.2	
	102-9	Catena di fornitura	1.4	
	102-10	Cambiamenti significativi dell'organizzazione e della sua catena di fornitura		Non sono avvenuti cambiamenti significativi
	102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	1.1; 1.4; 2.1.1; 2.2; 2.3.1; 2.4.1; 2.5.1; 2.6.1	
	102-12	Iniziative verso l'esterno	2.3.1	
	102-13	Partecipazioni ad associazioni	2.3.1	
<b>STRATEGIA</b>				
102-14	Dichiarazione del vertice aziendale		Lettera del Presidente	
<b>ETICA ED INTEGRITÀ</b>				
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento		1.1	
<b>GOVERNANCE</b>				
102-18	Struttura di governo		1.1	
<b>STAKEHOLDER ENGAGEMENT</b>				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder		1.2	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva			Al 100% dei dipendenti sono applicate le disposizioni dai Contratti nazionali e dalle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera

**SEED:S**

Social  
Environmental  
Economic  
Development  
Sustainability

GRI 102: General Disclosures 2016	102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder	1.2		
	102-43	Approccio di coinvolgimento degli stakeholder	1.2		
	102-44	Argomenti chiave e criticità emerse	1.2		
	<b>REPORTNG PRACTICE</b>				
	102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato	3.1		
	102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro di ciascun aspetto	3.1		
	102-47	Elenco degli aspetti materiali	1.2		
	102-48	Modifiche rispetto al precedente bilancio	3.1		
	102-49	Cambiamenti significativi nell'attività di reporting	3.1		
	102-50	Periodo di rendicontazione	3.1		
	102-51	Data di pubblicazione del report più recente	3.1		
	102-52	Periodicità di rendicontazione	3.1		
	102-53	Contatti per richiedere informazioni sul report	3.1		
	102-54	Dichiarazione sull'opzione di rendicontazione secondo i GRI standard	3.1		
	102-55	Tabella contenuti GRI	3.2		
102-56	Attestazione esterna	3.3			
<b>TEMI MATERIALI</b>					
<b>BUSINESS CONTINUITY &amp; BUSINESS MODEL RESILIENCE</b>					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.1.1		
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	2.1.1		
<b>IMPATTI SOCIALI E AMBIENTALI</b>					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.3.2; 2.5		
GRI 203: Indirect Economic Impact 2016	203-1	Sviluppo ed impatto di investimenti in infrastrutture e servizi di pubblica utilità	2.3.2; 2.5		

<b>PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO: PRODUZIONE DI GREEN COFFEE</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	14.3	
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali	14.3	
GRI 307: Environmental Compliance 2016	307-1	Inosservanza di leggi e regolamenti in campo ambientale		Nessun episodio registrato
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri ambientali	14.3	
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	Nuovi fornitori valutati sulla base di criteri sociali	14.3	
<b>ANTICORRUZIONE</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	11.5	
GRI 205: Anti- Corruption 2016	205-2	Comunicazione e formazione in merito a politiche e procedure anticorruzione	11.5	
<b>PACKAGING SOSTENIBILE</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.6.3	
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume	2.6.3	
<b>IMPATTI SUL CAMBIAMENTO CLIMATICO</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.6.4; 2.6.7	
GRI 301: Energy 2016	302-1	Consumo dell'energia all'interno dell'organizzazione	2.6.4	
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (scopo 1)	2.6.7	
	305-2	Emissioni di gas ad effetto serra per la produzione di energia (scopo 2)	2.6.7	
	305-7	Ossidi di azoto (NOx), di zolfo (SOx) e altre emissioni significative in atmosfera	2.6.7	
<b>USO RESPONSABILE DELLE MATERIE PRIME</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.6.3; 2.6.5	
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume	2.6.3	

GRI 303: Water And Effluents 2018	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	2.6.5	
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	2.6.5	
	303-3	Prelievo idrico	2.6.5	
<b>GESTIONE DEI RIFIUTI</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.6.8	
GRI 306: Effluents and Waste 2016	306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	2.6.8	
<b>ECONOMIA CIRCOLARE E LIFECYCLE MANAGEMENT</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.6.8	
GRI 306: Effluents and Waste 2016	306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	2.6.8	
<b>CONDIZIONI LAVORATIVE</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.4.2; 2.4.5; 2.4.6	
GRI 401: Employment 2016	401-1	Tasso di assunzione e turnover del personale	2.4.2	Non sono disponibili i tassi di assunzione e turnover per fascia di età. L'azienda si pone l'obiettivo di rendicontarli il prossimo anno
	401-2	Benefit forniti ai dipendenti a tempo pieno che non sono forniti ai dipendenti temporanei o part-time	2.4.5	
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1	Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi	2.4.2	
GRI 404: Training and Education 2016	404-1	Ore di formazione medie annue per dipendente	2.4.6	
<b>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.4.4	

GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.4.4	
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2.4.4	
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	2.4.4	
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.4.4	
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.4.4	
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	2.4.4	
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	2.4.4	
	403-9	Infortuni sul lavoro		Non sono disponibili le informazioni relative al numero e al tasso di infortuni registrabili sul lavoro per i lavoratori non dipendenti, e nemmeno infortuni con gravi conseguenze. L'azienda si pone l'obiettivo di rendicontarli il prossimo anno.
	403-10	Malattie professionali	2.4.4	
<b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.4.2; 2.4.3	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1	Diversità di dipendenti e degli organi di governo	2.4.2; 11.4	
	405-2	Rapporto tra la remunerazione delle donne e degli uomini	2.4.3	
GRI 406: Non Discrimination 2016	406-1	Episodi di discriminazione e azioni correttive implementate	2.4.3	

EMPOWERMENT FEMMINILE				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.4.2; 2.4.3	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1	Diversità di dipendenti e degli organi di governo	2.4.2; 1.1.4	
	405-2	Rapporto tra la remunerazione delle donne e degli uomini	2.4.3	
TRASPARENZA INTEGRITÀ ED ETICA				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	1.4.2; 2.1.1	
GRI 307: Environmental Compliance 2016	307-1	Inosservanza di leggi e regolamenti in campo ambientale		Nessun episodio registrato
GRI 407: Freedom Of Association And Collective Bargaining 2016	407-1	Attività e fornitori in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi	1.4.2	
GRI 408: Child Labour 2016	408-1	Operazioni e fornitori ad alto rischio minorile	1.4.2	
GRI 409: Forced and Compulsory Labor 2016	409-1	Operazioni e fornitori ad alto rischio di lavoro forzato od obbligatorio	1.4.2	
GRI 415: Public Policy 2016	415-1	Valore totale dei contributi politici	2.1.1	Nessun contributo politico versato a partiti e relative istituzioni
GRI 419: Socioeconomic Compliance 2016	419-1	Inosservanza di leggi e regolamenti in campo sociale ed economico	2.1.1	
COINVOLGIMENTO NELLA COMUNITÀ E RAPPORTI CON IL TERRITORIO				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	1.4.2	
GRI 411: Rights Of Indigenous People 2016	411-1	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale	2.1.1	Nessuno episodio registrato
GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Aree di operatività con implementazione di programmi di coinvolgimento della comunità locale, valutazione di impatto e sviluppo	1.4.2	

RISPETTO DEI DIRITTI UMANI				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	1.4.1	
GRI 412: Human Rights Assessment 2016	412-3	Accordi di investimento e di contratti significativi che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti a valutazione	1.4.1	
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.2.2	
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-2	Casi di non-conformità riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi	2.2.2	
CUSTOMER SATISFACTION E GESTIONE DEI RECLAMI				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.3.7	
GRI 417: Marketing and Labelling 2016	417-3	Casi di non conformità riferiti all'attività di marketing e la comunicazione	2.3.7	Non si sono verificati casi di non conformità riferiti all'attività di marketing e comunicazione
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	Reclami documentali relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei clienti	2.3.6	
INNOVAZIONE E INVESTIMENTI IN RICERCA SVILUPPO				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.4	
QUALITÀ SOSTENIBILE				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.2	
SOSTENIBILITÀ NELLE PRATICHE AGRICOLE				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.6	
MIGLIORAMENTO DEI RATING ESG				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.1	
STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.3	
MESG RISK MANAGEMENT				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	2.1	

# Assurance



EY S.p.A.  
Viale Appiani, 20/D  
31100 Treviso

Tel. +39 0422 368811  
Fax: +39 0422 430026  
ey.com

### Relazione della società di revisione indipendente sul "Sustainable Value Report 2020"

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

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del Sustainable Value Report della illycaffè S.p.A. (di seguito "la Società") del Gruppo illycaffè (di seguito anche "il Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 (di seguito anche "Sustainable Value Report").

**Responsabilità degli Amministratori per il Sustainable Value Report**

Gli Amministratori della 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 del Gruppo illycaffè 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 quanto previsto dal principio "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

EY S.p.A.  
Asola L. 10/01/2012 n. 10 - 10101/2012  
Liquido Sociale Euro 2.070.000.000,00  
Capitale della S.p.A. per Esportazione Euro 1.000.000.000,00  
Tributo Sostituito ai sensi del Decreto del Presidente della Repubblica n. 58 del 28.2.1999  
#12140801210013  
Partita di Registro Imprese e codice di Registro Imprese 02080120265  
Codice di Registro Imprese della società di revisione  
Carica di presidente n. 2 delibere n. 10/11 del 14/1/2010  
A member firm of Ernst & Young Global Limited



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 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:

1. 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;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Capitale finanziario" del Sustainable Value Report e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Sustainable Value Report;
4. in particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della illycaffè S.p.A. e 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 del Gruppo:

- a livello di Gruppo
  - a) 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;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- Per il sito produttivo di Trieste (Via Flavia), che abbiamo selezionato sulla base della sua attività, del suo contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della sua ubicazione, abbiamo effettuato incontri da remoto nel corso dei quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Sustainable Value Report del Gruppo illycaffè relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Sustainable Value Report.

## Altri aspetti

Il Sustainable Value Report del Gruppo illycaffè per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2019, i cui dati sono presentati a fini comparativi, è stato sottoposto ad un esame limitato da parte di un altro revisore, che in data 14 ottobre 2020 ha espresso su tale documento una conclusione senza rilievi.

Treviso, 10 dicembre 2021

EY S.p.A.

  
Claudio Passelli  
(Revisore Legale)