



La funzione dell'impresa industriale è fondamentale ed irrinunciabile, ma la sola prospettiva economica non può bastare a legittimare l'operato, dovendo essere integrata con il rispetto dell'uomo, della comunità e dell'ambiente.

Ernesto Illy – 1976
Presidente dell'Associazione Europea dell'industria di Marca

Ci sono promesse che durano una vita... e idee che cambiano il mondo

Francesco Illy ha fondato la illycaffè sulla base di un'idea semplice: fare il miglior caffè del mondo e offrirlo a tutto il mondo. Ci stiamo ancora lavorando.

Oggi viviamo un'evidente situazione di insostenibilità sociale, economica e ambientale. Gli squilibri economici e sociali, il degrado del pianeta, l'intolleranza ce lo dimostrano costantemente.

illycaffè ha fatto da sempre dell'etica e della qualità i suoi valori fondanti e aderisce concretamente all'idea di sostenibilità così come definita nel rapporto Brundtland attraverso i propri comportamenti e i propri prodotti.



La illycaffè è nata ottantadue anni fa dall'idea del suo fondatore, mio nonno Francesco, di offrire il migliore caffè al mondo e da questo è discesa l'ammissione della nostra impresa che è deliziare gli amanti della qualità della vita nel mondo con il migliore caffè che la natura possa dare esaltato dalle migliori tecnologie e dalla bellezza.

Allora, il migliore caffè che la natura possa dare ci porta alla ricerca dell'eccellenza dei migliori caffè arabica. Per fare questo lavoriamo mano nella mano con i produttori, andiamo con i nostri uomini, i nostri agronomi e i nostri tecnici nei paesi dove si produce il caffè alla ricerca di quelli che chiamo i paradisi del caffè che sono quei luoghi dove la nicchia ecologica e la pianta danno luogo ad un frutto di qualità eccellente, ma sono quei luoghi dove troviamo anche l'altro fattore essenziale che sono gli uomini, gli uomini desiderosi di migliorare la qualità, di imparare e orgogliosi del proprio lavoro con i quali iniziamo un percorso e questo percorso, che è un percorso di relazioni e di scambio di conoscenza, ci porta a trasferire quelle che sono le nostre buone pratiche agronomiche. Le buone pratiche agronomiche permettono di massimizzare il vantaggio per il consumatore, con una qualità eccelsa, di massimizzare il profitto per l'agricoltore senza causare nessun danno all'ambiente, quindi sono quel punto di equilibrio che si chiama, in altri modi, sostenibilità.

Attraverso le buone pratiche agronomiche i produttori di caffè possono migliorare gli standard qualitativi portandoli al livello superiore ai migliori standard di mercato e a produrre in modo da essere più amici dell'ambiente possibile. Quando i produttori raggiungono questo risultato noi compriamo, e soltanto allora decidiamo di comprare, direttamente dalle loro mani e questo ci dà una doppia tracciabilità: questo da alla illycaffè la tracciabilità di ogni singolo chicco che entra nella nostra torrefazione, ma anche di ogni singolo centesimo che paghiamo ai produttori, in maniera da accertarci che paghiamo loro un prezzo che non solamente è giusto, ma è remunerativo in maniera che possano in ogni momento continuare a investire per migliorare ulteriormente la qualità.

I produttori di caffè sono soltanto uno degli stakeholder della illycaffè, perché la illycaffè persegue due valori fondamentali: uno è quello della passione per l'eccellenza intesa come amore per il bello e per il ben fatto, che è l'essenza della qualità; l'altro è quello dell'etica, intesa come la costruzione di valore nel lungo termine attraverso la trasparenza, la sostenibilità e la valorizzazione degli stakeholder. Quindi i nostri stakeholder hanno una chiara gerarchia: innanzitutto il consumatore, colui che paga è il vero padrone in illy; poi ci sono i clienti, che sono i nostri partner che ci aiutano a deliziare il consumatore con il migliore caffè che ci sia al mondo; poi ci sono i collaboratori dell'azienda, senza i quali non potremmo avere né clienti deliziati né un prodotto eccellente; poi ci sono i fornitori, di cui abbiamo già parlato dei produttori di caffè, ma ci sono anche tutti gli altri produttori di tecnologie e di servizi; infine le comunità e gli azionisti a servizio e a sostegno dell'impresa. Per tutte queste sei classi di stakeholder, in italiano portatori di interessi, illycaffè persegue la tripla sostenibilità economica, sociale ed ambientale e per ognuna vi è una strategia.

Per la sostenibilità economica la strategia è quella del valore condiviso, quindi creare e condividere valore dell'attività d'impresa. Valore è alla fin fine monetario o perché vi è un maggiore flusso di danaro coinvolto nella transazione o

perché vi è un maggiore valore intangibile delle merci e quindi tutti i sei stakeholder devono poter beneficiare di un aumento del valore grazie alla collaborazione con illy.

La sostenibilità sociale la perseguiamo attraverso la strategia della crescita, la crescita dell'individuo attraverso, prevalentemente, la conoscenza. È questo il motivo per cui abbiamo fondato, ormai quindici anni orsono, l'Università del Caffè con l'intenzione di diffondere la cultura del caffè, non solamente ai produttori della materia prima nei paesi produttori, ma anche agli esercenti in maniera da permettere anche a loro di trarre un maggiore beneficio dalla vendita del caffè ed infine ai consumatori, ai quali offriamo di diventare dei veri e propri intenditori del caffè.

Infine la sostenibilità ambientale viene perseguita attraverso la strategia del rispetto dell'ambiente, quindi innanzitutto non inquinare, non sprecare e utilizzare, per quanto possibile, risorse rinnovabili. Questo ci ha portato a lavorare molto su due particolari aree d'intervento: la nostra fabbrica, che è stata la prima delle fabbriche, forse in Italia, ad avere una doppia certificazione ambientale, la certificazione ISO 14001 e la certificazione Emas, ed essere oggi ormai interamente alimentata da energia rinnovabile e avere anche il recupero dell'energia di tostatura sotto forma di riscaldamento e di aria condizionata ad un ciclo chiuso.

Quindi un forte e intenso programma di efficienza energetica e di utilizzo di risorse rinnovabili nello stabilimento e l'altra grande area di investimento sulla sostenibilità ambientale è quella della packaging, utilizzare, come già detto, solamente materiali rinnovabili con l'obiettivo di ridurre l'impronta di carbonio e ridurre anche l'impronta di acqua, cosa che ci ha fatto diventare la prima azienda partner del Ministero dell'Ambiente per un programma di essere un'azienda pilota per la riduzione dell'impronta di carbonio.

ANDREA ILLY

Presidente e amministratore delegato

Identità e numeri di illycaffè



Profilo aziendale

Fondata nel 1933 da Francesco Illy, illycaffè produce e vende in tutto il mondo un unico blend di caffè di alta qualità composta da nove tipi di pura Arabica. Dall'equilibrio di questi ingredienti provenienti da Sud America, America Centrale, India, Africa e Cina nascono gli inconfondibili gusto e aroma illy, sempre costanti, in ogni tazzina, in qualsiasi parte del mondo la si beva.

Il blend illy è destinato ai settori HoReCa (hotel, restaurant, café), al consumo a casa, a quello in ufficio e a quello on-the-go. E' disponibile in barattolo da 3 chili per il bar, in barattolino da 250 grammi per la casa, in capsule, in cialde E.S.E. e in lattina (illy issimo). Oggi il blend è commercializzato in oltre 140 Paesi, in tutti e 5 i continenti, ed è servito in circa 100.000 esercizi pubblici.

Con l'obiettivo di offrire un'esperienza completa ed eccellente della tazzina di caffè, l'azienda ha messo a punto una serie di elementi e strumenti che contribuiscono alla perfetta fruizione: dai luoghi di consumo - con la catena di boutique caffè espressamente illy e il programma Artisti del Gusto, network internazionale che illycaffè ha studiato per valorizzare e accrescere la professionalità dei migliori locali - alle boutique illyshop dove si possono trovare tutti i prodotti a marchio illy, ai sistemi di preparazione e alle macchine per il caffè.

Grande attenzione è rivolta alla cultura del caffè, per questo l'azienda ha creato l'Università del Caffè. I suoi corsi sono pensati a diversi livelli di approfondimento e sono dedicati alla formazione di coltivatori, esercenti e addetti di pubblici esercizi, consumatori e intenditori. illycaffè, ha sede a Trieste ed è guidata dalla terza generazione della famiglia Illy. La società appartiene per il 100% a Gruppo illy SpA, la holding della famiglia Illy.

illycaffè SpA al 31/12/2013 è composto, oltre che dalla Capogruppo con le sue Stabili Organizzazioni (branches), da 16 società controllate e da 6 collegate direttamente o indirettamente: opera a livello internazionale ed è presente nei mercati di riferimento in Europa, Americhe e Asia, impiega circa 1050 persone, fattura 374 milioni di euro e ricava il 60% delle vendite totali dall'export.

Nel corso del 2013 hanno continuato ad operare a Barcellona (Spagna) la stabile organizzazione di illycaffè SpA Sucursal en Espana, la stabile organizzazione sul territorio tedesco della illycaffè SpA Niederlassung Deutschland, la stabile organizzazione in Olanda, illycaffè SpA vestiging Nederland e la stabile organizzazione austriaca illycaffè Spa Niederlassung Oesterreich, attive nella commercializzazione dei prodotti illycaffè su tali paesi.

Nell'anno ha operato la stabile organizzazione illycaffè' Spa Asia Pacific Branch con sede a Hong Kong, costituita a ottobre 2012, dedicata ad attività di coordinamento sul territorio asiatico. Nel mese di febbraio 2013 è stato formalmente chiuso l'ufficio di rappresentanza a Shanghai.

Numeri chiave di illycaffè



Gruppo illy

Gruppo illy SpA è la holding della famiglia Illy che controlla illycaffè, Domori (produttore di cioccolato di alta qualità), Dammann Frères (casa di the francese) e Mastrojanni (azienda vinicola di Montalcino). Ha inoltre una partecipazione nell'azienda Agrimontana (società leader nella produzione di prodotti di alta pasticceria tra cui marrons glacés e confetture) e in Grom (gelateria di altissima qualità). Il Gruppo nasce con l'obiettivo di sviluppare nel lungo termine un polo del gusto, in cui ciascuna azienda, forte della propria individualità e competenza, sia un riferimento di alta gamma. I vertici delle singole aziende sono occupati dai fondatori o da loro successori, per mantenere grande autonomia manageriale e inalterato lo spirito di ricerca e innovazione dei singoli marchi. Presidente del Gruppo è Riccardo Illy.

› Domori produce e vende un'ampia gamma di cioccolato gourmet, destinato all'impiego per la pasticceria nell'alta ristorazione e alla vendita al dettaglio in negozi specializzati selezionati. Nata nel 1994, Domori ha sede a None, alle porte di Torino. Dal 2006, fa parte del Gruppo illy.

La filosofia di business Domori si fonda sulla ricerca della qualità, perseguita grazie al controllo della filiera a partire dal processo di conservazione della biodiversità del cacao che si concretizza con il recupero di antiche varietà di piante per impedirne la loro estinzione. Domori, inoltre, è la prima azienda al mondo ad aver creato un codice di degustazione del cioccolato coinvolgendo tutti i cinque sensi in un'esperienza sensoriale unica.

› Dammann Frères è la più antica azienda francese di thè, nata nel 1692. Seleziona e produce thè di alta gamma - miscele esclusive, grandi giardini e aromatizzate - per il consumo a casa e per i migliori hotel, ristoranti e caffè di tutto il mondo. Nei primi anni '50 è stata la prima azienda a produrre thè con aromatizzazioni naturali. Con sede a Dreux, una sessantina di chilometri a ovest di Parigi, lo stabilimento della Maison accoglie i thè provenienti da Ceylon, India, Cina, Corea, Vietnam e Giappone, oltre che da Africa e Brasile. Nel 2007 Gruppo illy ha acquisito la maggioranza della società.

› Nata nel 1975, l'azienda agricola Mastrojanni sorge a Castelnuovo dell'Abate, in provincia di Siena, all'estremo sud-est del Comune di Montalcino. Il vero protagonista delle vigne Mastrojanni è il Sangiovese Grosso, l'uvaggio tipico del Brunello di Montalcino. Mastrojanni predilige la qualità anziché la quantità e produce le seguenti etichette: il Brunello di Montalcino Vigna Schiena d'Asino, cru dell'azienda che esce sul mercato solo nelle annate migliori; il rubino Brunello di Montalcino; il Rosso di Montalcino. Si aggiungono il San Pio con un uvaggio di 20% Sangiovese Grosso e 80% Cabernet Sauvignon, il Botrys Moscadello di Montalcino con uvaggio Moscato, Malvasia di Candia e Sauvignon e la Grappa di Brunello di Montalcino e, dal 2012, il Brunello Vigna Loreto. Nel 2008 l'azienda è entrata a far parte del polo del gusto del Gruppo illy.

› Agrimontana, fondata nel 1972 a Borgo San Dalmazzo nel cuneese, è l'azienda italiana leader di qualità nella trasformazione della frutta: dalle confetture alla frutta candita, dalle violette glassate ai marroni. Da oltre 35 anni Agrimontana trasforma frutta coltivata senza l'uso di additivi, esclusivamente di origine italiana per garantirne la massima qualità. L'offerta Agrimontana si compone di confetture extra, la variante frutta+frutta dal bassissimo contenuto di zucchero grazie all'utilizzo di succo d'uva, frutta candita sotto sciroppo, marrons glacés, frutta al liquore, mieli e molte altre specialità. Lo stabilimento di produzione nel 2004 ha ottenuto la Certificazione ISO 9001 per la qualità e la certificazione ISO 14001, che garantisce la gestione del sistema ambientale. Dal 2006 il Gruppo illy ha deciso di entrare nel capitale dell'azienda.

› Gruppo illy ha inoltre una piccola partecipazione in Grom, la gelateria di altissima qualità il cui principio è quello di applicare alla produzione del gelato artigianale l'utilizzo di materie prime di qualità assoluta.

Ognuna di queste società ha storie e know how propri: nel rispetto di queste e nell'ambito della grande autonomia manageriale che il Gruppo illy lascia loro, la holding è impegnata nella ricerca costante delle possibili e migliori sinergie, anche in ottica di sostenibilità.

Principali Società del Gruppo illycaffè SpA al 31/12/13

illycaffè S.p.A

ILLYCAFFÈ S.P.A.
Capogruppo, Trieste (Italia)
n. dipendenti 31/12/13: 599

ILLYCAFFÈ S.P.A. NIEDERLASSUNG ÖSTERREICH
Succursale di distribuzione, Vienna (Austria)
n. dipendenti 31/12/13: 12

ILLYCAFFÈ S.P.A. NIEDERLASSUNG DEUTSCHLAND
Succursale di distribuzione, Monaco (Germania)
n. dipendenti 31/12/13: 44

ILLYCAFFÈ S.P.A. VESTIGING NEDERLAND
Succursale di distribuzione, Rotterdam (Olanda)
n. dipendenti 31/12/13: 42

ILLYCAFFÈ SPA ASIA PACIFIC BRANCH
Succursale di distribuzione, Hong Kong (Cina)
n. dipendenti 31/12/13: 5

ILLYCAFFÈ SPA SUCURSAL EN ESPANA
Succursale di distribuzione, Barcellona (Spagna)
n. dipendenti 31/12/13: 21

SOCIETÀ CONTROLLATE

ILLYCAFFÈ FRANCE SAS
Distribuzione in Francia
n. dipendenti 31/12/13: 46

ESPRESSAMENTE FRANCE S.A.S.
Gestione esercizi somministrazione in Francia
n. dipendenti 31/12/13: 46

ILLYNL BV
Costituita nel 2012 per attività di reperimento di fonti finanziarie anche da mercati esteri, Olanda
n. dipendenti 31/12/13: 4

MAGIC L'ESPRESSO SL
Produzione macchine espresso (Spagna)
n. dipendenti 31/12/13: 21

ILLYCAFFÈ NORTH AMERICA INC.
Distribuzione negli Stati Uniti, New York
n. dipendenti 31/12/13: 87

ESPRESSAMENTE ILLY AMERICA INC.
Sviluppo franchising negli Stati Uniti
n. dipendenti 31/12/13: 0

ILLY ESPRESSO CANADA INC.
(controllata da illycaffè North America Inc) Distribuzione in Canada
n. dipendenti 31/12/13: 4

ILLYCAFFÈ SHANGHAI CO. LTD
Ufficio di rappresentanza a Shanghai – chiuso nel febbraio 2013
n. dipendenti 31/12/13: 52

ILLYCAFFÈ SUD AMERICA L.T.D.A.
Distribuzione in Brasile
n. dipendenti 31/12/13: 20

EXPERIMENTAL AGRICOLA DO BRASIL L.T.A.
Intermediazione caffè verde - Ricerca caffè verde
n. dipendenti 31/12 /13: 8

ESPRESSAMENTE RETAIL LONDON LTD
Sviluppo franchising in UK
n. dipendenti 31/12/13: 25

ESPRESSAMENTE LONDON LTD
Società immobiliare, Londra
n. dipendenti 21/12/13: 0

SOCIETÀ COLLEGATE

MITACA SRL
Produzione sistemi a capsule per caffè espresso, Milano
Società partecipata (50%); n. dipendenti 31/12/13: 36

ILKO COFFEE INT. S.R.L.
Joint Ventures con The Coca Cola Company per produzione e commercializzazione coffee ready to drink, Italia
Società partecipata (50%); n. dipendenti 31/12/13: 4

illycaffè SpA appartiene per il 100% a Gruppo illy SpA, la holding della famiglia Illy.



Missione, visione e valori

Missione

Deliziare gli amanti della qualità della vita nel mondo con il miglior caffè che la natura possa dare, esaltato dalle migliori tecnologie e dalla bellezza.

Vision

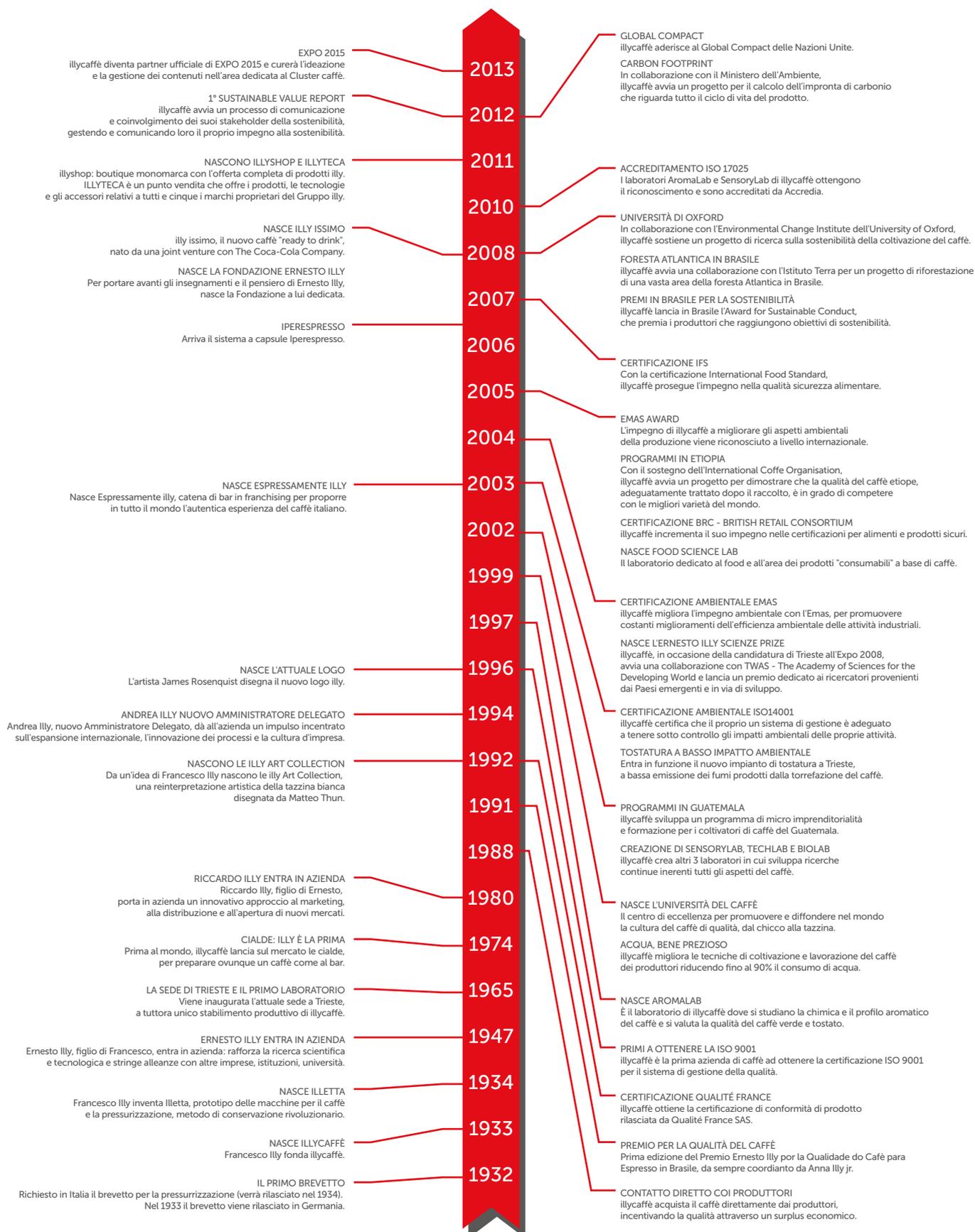
Vogliamo essere, nel mondo, punti di riferimento della cultura e dell'eccellenza del caffè. Un'azienda innovativa che propone i migliori prodotti e luoghi di consumo e che, grazie a ciò cresce e diventa leader dell'alta gamma.

Valori

L'Etica. Creiamo e condividiamo con gli stakeholder valore di lungo termine tramite il nostro impegno nel miglioramento, nella trasparenza, nella sostenibilità e nello sviluppo personale.

L'Eccellenza. Vogliamo entusiasmare i clienti, creando esperienze e prodotti straordinariamente buoni, belli e ben fatti, lavorando velocemente ed efficientemente alla soddisfazione dei loro bisogni e desideri.

La storia di illycaffè e le tappe della sostenibilità





Scenario di settore

Nel corso dell'anno l'andamento dell'economia mondiale è stato disomogeneo: segnali di rafforzamento o crescita economica sono giunti dagli Stati Uniti e dalle economie emergenti mentre nell'area dell'euro la ripresa è sembrata modesta e fragile. A livello di economia italiana è migliorato il clima di fiducia delle imprese, tuttavia la ripresa è modesta e frenata dalla fragilità del mercato del lavoro e dall'andamento del credito. L'andamento dell'attività industriale appare in aumento, anche se gli investimenti in beni strutturali sono ancora deboli e il ritmo di contrazione dei prestiti bancari alle imprese è ancora accentuato. Nel corso del terzo trimestre 2013 il numero degli occupati è diminuito ed il tasso di disoccupazione è ancora in crescita, soprattutto tra i giovani. Le maggiori organizzazioni internazionali sono complessivamente concordi nel prospettare la ripresa, seppur minima, per l'anno 2014 e nel considerare con elevata incertezza le previsioni di crescita e di inflazione. (analisi tratta dal Bollettino Economico 01/2014 della Banca d'Italia)

A gennaio 2014, ICO (International Coffee Organization) stima la produzione mondiale di caffè verde per la campagna 2013/14 a 145,8 milioni di sacchi, 0,5% in più rispetto alla produzione della campagna precedente. La crescita non è molto accentuata a causa del proliferare della ruggine in Centro America e della diminuzione nella produzione di caffè in Brasile, essendo questo un anno di bassa biannualità. Per quanto riguarda le esportazioni totali, per l'anno 2013 ICO ritiene si siano esportati 108,9 milioni di sacchi, 1,8% in meno rispetto al dato del 2012. Rilevanti sono state le esportazioni di caffè arabica della Colombia e del Brasile, con un aumento rispettivamente del 31% e 9,8%. Allo stesso tempo sono diminuite quelle dei paesi centro americani dell'8,6% e dei caffè robusta del 6,6%. Contrariamente a quanto riportato nel 2012, le esportazioni del Vietnam nel 2013 sono calate del 19,5%. I dati dell'Indonesia invece non evidenziano particolari cambiamenti. USDA riporta una crescita del 5,2% del consumo mondiale durante le ultime cinque campagne acquisti, stimando che nell'attuale campagna 2013/14 il consumo totale sarà di 144 milioni.

Strategia e governo della sostenibilità

La ricerca della perfezione è il principio che ispira illycaffè e si esprime attraverso due valori fondamentali: la passione per l'eccellenza, intesa come amore per il bello e ben fatto e l'etica, ovvero la creazione di valore nel lungo tempo attraverso la sostenibilità, la trasparenza, lo sviluppo delle persone, creando valore, favorendo la crescita sociale e rispettando l'ambiente.

illycaffè è una stakeholder company che persegue il miglioramento della vita attraverso la sostenibilità economica, sociale e ambientale.



Nella gerarchia degli stakeholder al primo posto ci sono i consumatori, seguiti dai clienti che sono partner dell'azienda nel servire i consumatori; ci sono quindi i talenti che collaborano con l'azienda, senza la cui professionalità e passione nulla potrebbe esistere; seguono i fornitori senza i quali non si potrebbe avere un prodotto eccellente, le comunità con cui illycaffè entra in relazione, infine, gli azionisti, che sostengono l'impresa.



Per condividere la propria strategia di business con i propri stakeholder, nel 2010 l'azienda ha redatto il Manifesto della Sostenibilità, che, assieme al Codice Etico, rappresenta il proprio impegno alla gestione responsabile del business nella sua triplice accezione economica, sociale ed ambientale. Nel 2013 il Gruppo ha confermato l'adesione a programmi e iniziative specifiche per implementare le strategie di sostenibilità e migliorare il proprio impatto tra cui l'adesione al Global Compact, accordo volontario con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare finalizzato all'analisi, riduzione e neutralizzazione dell'impatto sul clima del settore caffè, la partecipazione a importanti conferenze internazionali dedicate allo sviluppo sostenibile.

Poiché la sostenibilità è parte integrante della visione e delle strategie di business, illycaffè ha potenziato i meccanismi di governo e controllo attraverso l'istituzione di un Comitato di Sostenibilità presieduto dal Global PR and Chief Sustainability Officer. Nel 2013 il Comitato di Sostenibilità ha continuato ad occuparsi delle questioni ritenute prioritarie tra le quali:

- predisposizione di una sustainability road map;
- processi di stakeholder engagement interno ed esterno sulla sostenibilità;
- integrazione dei programmi di sostenibilità nel piano strategico aziendale;
- rapporto con Istituzioni e comunità dei Paesi produttori in tema di agricoltura sostenibile e investimenti nella comunità;
- processo di accountability con il Sustainable Value Report; certificazione di filiera Responsible Supply Chain Process;
- studi per il calcolo del carbon footprint in collaborazione col Ministero dell'Ambiente;
- impatto ambientale delle capsule;
- studi di fattibilità per ridurre l'impatto ambientale e migliorare l'efficienza energetica.



SOSTENIBILITÀ COME VALORE



PROGRAMMAZIONE IN FUNZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ



PROGETTI SPECIFICI



Il Global PR & Chief Sustainability Officer è portavoce aziendale in tema di sostenibilità a livello globale, effettua la supervisione delle questioni relative alla sostenibilità e facilita e coordina le relazioni con gli stakeholder aziendali. E' anche membro del Comitato Strategico (al quale relaziona periodicamente circa le iniziative, gli strumenti, i sistemi di gestione sviluppati in materia di gestione responsabile).

Il Piano Strategico di illycaffè prevede sezioni apposite dedicate a progetti di sostenibilità e il Comitato Strategico provvede ad analizzarlo ed aggiornarlo periodicamente anche alla luce delle sustainability issues, definendo obiettivi e traguardi.

Il percorso che illycaffè ha intrapreso da tempo le permette di adottare scelte gestionali consapevoli da un punto di vista economico, sociale ed ambientale: grazie a un adeguato sistema di controllo e di risk management che, oltre ai tradizionali rischi di impresa, considera anche quelli di sostenibilità e reputazionali, riesce a limitare i costi derivanti, determinando, quindi, una maggiore produzione di valore per tutti gli stakeholder.

La strategia di illycaffè è coerente con la sostenibilità come orientamento strategico di fondo ed il prossimo esercizio sarà particolarmente concentrato su EXPO 2015 in cui illycaffè, in qualità di partner ufficiale, porterà concrete riflessioni e testimonianze all'interno del grande padiglione Cluster Caffè: la ricerca dell'eccellenza, la passione, l'innovazione, l'orientamento allo sviluppo sostenibile di illycaffè saranno i motori dell'iniziativa.

COMITATO STRATEGICO

- Analisi e approvazione delle politiche e delle strategie
- Analisi e approvazione di piani
- Controllo delle attività di comunicazione e reporting strategico

COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

- Supporto all'elaborazione dei piani aziendali e valutazione della sostenibilità e negli obiettivi
- Monitoraggio periodico delle azioni previste
- Coordinamento processo di certificazione della filiera
- Proposte al Comitato Strategico
- Comunicazione e diffusione dei principi della sostenibilità

DIREZIONI E FUNZIONI AZIENDALI

- Gestione delle singole iniziative e del budget relativo



illycaffè aderisce al **Global Compact**

illycaffè ha aderito al Global Compact il 5 luglio 2012. Lo UN Global Compact è un'iniziativa lanciata dalle Nazioni Unite nel 2000 e finalizzata a promuovere l'adesione del settore privato, in particolare delle imprese, a dieci principi etici globali in tema di diritti umani, tutela dell'ambiente, diritti dei lavoratori e lotta alla corruzione condivisi universalmente in quanto derivati dalla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, dalla Dichiarazione ILO, dalla Dichiarazione di Rio e dalla Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione. Sono ormai più di 10.000 le organizzazioni che hanno sottoscritto finora il codice etico volontario del Global Compact in oltre 145 Paesi. Nella tabella seguente, per ognuno dei 10 principi, è presente un link alla sezione del Value Report ove è possibile trovare informazioni sulla posizione e gestione di illycaffè.

illycaffè e il rispetto dei principi del Global Compact

Diritti umani

- › Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza; e di
- › assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

Lavoro

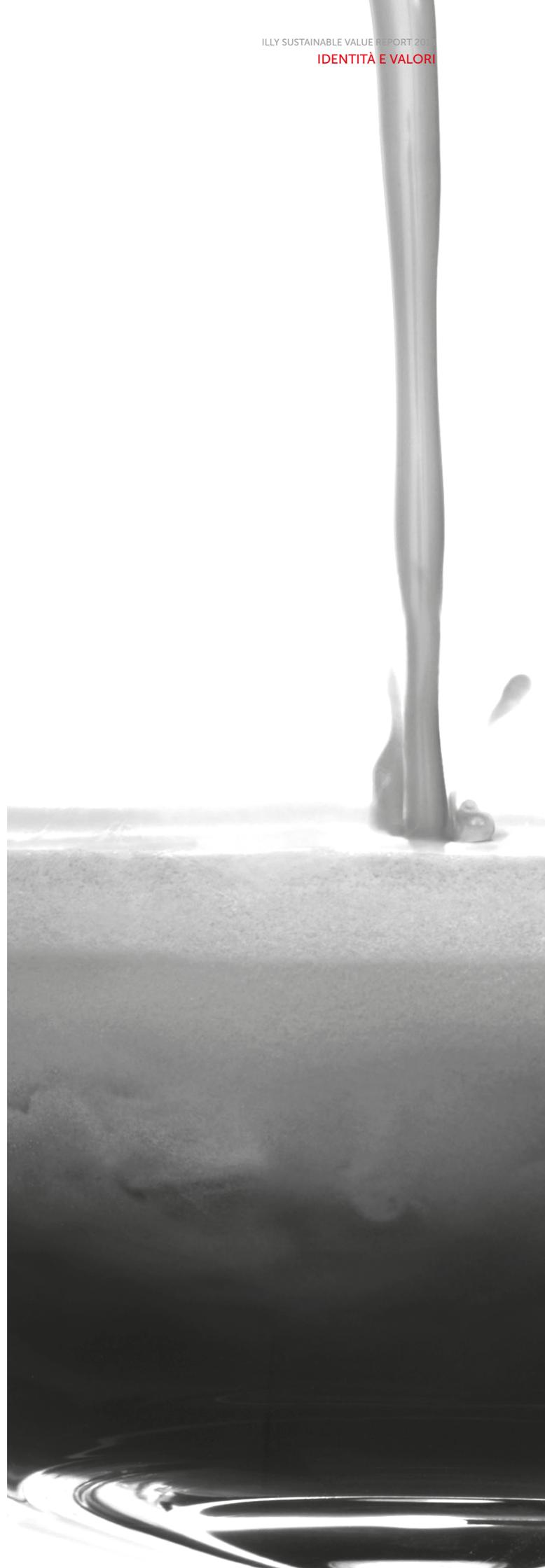
- › Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;
- › l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio; l'effettiva eliminazione del lavoro minorile;
- › l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.

Ambiente

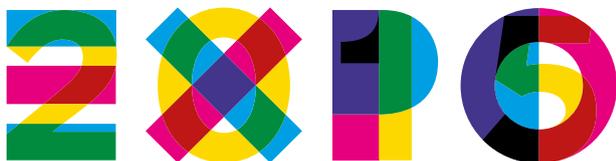
- › Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali; di
- › intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale; e di
- › incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.

Lotta alla corruzione

- › Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.



Diffusione della **cultura della sostenibilità**



Andrea Illy è membro del Gruppo di riflessione che ha redatto "Il rapporto per un'economia positiva" voluto da LH Forum 2012, il movimento fondato dall'economista francese Jacques Attali con l'obiettivo di promuovere un' economia al servizio dell'uomo e del pianeta.

Il Gruppo di riflessione si compone di intellettuali, rappresentanti d'impresa, Organizzazioni Non Governative, studenti ed esperti di economia che sono stati scelti per la visione concreta di un futuro sostenibile. Il Gruppo ha presentato 45 proposte, distinte fra raccomandazioni indirizzate all'economia – alle imprese, alla finanza, alle istituzioni - e altre rivolte alla società, destinate a realizzare l'economia positiva. Il rapporto, che è stato presentato al presidente della repubblica francese Francois Hollande, propone l'economia positiva come soluzione concreta alla crisi di sistema che stiamo attraversando.

illycaffè è diventata partner ufficiale di EXPO 2015 "Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita", per il Cluster Caffè e curerà l'ideazione e la gestione dei contenuti nell'area dedicata. L'azienda è stata scelta per avere proposto un approccio olistico al tema, in grado di valorizzare la partecipazione dei Paesi ospiti, rendendo possibile la collaborazione tra le diverse culture, in coerenza con i valori che guidano l'Expo. illycaffè proporrà un articolato programma di eventi culturali, dibattiti, dimostrazioni, degustazioni, esposizioni per diffondere la cultura del caffè, della sostenibilità e per farne conoscere l'importanza per il sistema socio-economico globale.

WORLD'S MOST **ETHICAL COMPANIES**

L'Ethisphere Institute ha inserito illycaffè, unica azienda italiana, nell'elenco delle aziende più etiche al mondo per il 2013 e nuovamente per il 2014 ("WME", World's Most Ethical Companies, per aver ottenuto i più alti standard dal punto di vista della corporate governance, della responsabilità sociale

aziendale e della sostenibilità; i criteri adottati per il riconoscimento includevano i codici etici, i record di contenziosi e di infrazione dei regolamenti, gli investimenti nel campo dell'innovazione e le pratiche aziendali di business sostenibile; le attività mirate a migliorare la responsabilità sociale d'impresa; le opinioni di dirigenti, di professionisti appartenenti a settori industriali dello stesso settore, di fornitori e di clienti.

Il riconoscimento colloca illycaffè tra le aziende d'eccellenza leader di settore precedentemente insignite, quali Whole Foods, Marriott International, Intel e Ford Motor Company.

Relazioni istituzionali

illycaffè aderisce a diverse associazioni e/o istituzioni di livello nazionale e internazionale per contribuire alla diffusione della qualità e dell'innovazione, della cultura del caffè, della sostenibilità in generale. Nel 2013, le principali associazioni e istituzioni cui risulta iscritta sono:

- › ASIC – International Coffee Science Association
- › ISIC - Institute for Scientific Information on Coffee
- › Comitato Italiano Caffè
- › Associazione Caffè Trieste
- › TRIESTE COFFEE CLUSTER - Consorzio Promozione Caffè
- › A.D.A.C.I. - Associazione Italiana di Management degli Approvvigionamenti
- › AIIPA - Associazione Italiana Industrie Prodotti Alimentari
- › ASSOKNOWLEDGE - Associazione Italiana dell'Education e del Knowledge del sistema di Confindustria
- › CENTROMARCA
- › CONSORZIO SVILUPPO-TUTELA
- › EIRMA - European Industrial Research Management Association
- › FOUNDATION FOR THE GLOBAL COMPACT
- › INDICAM Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione
- › ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO
- › ISTITUTO PER I VALORI d'IMPRESA
- › UPA - Utenti Pubblicità Associati
- › World Economic Forum
- › Altagama
- › Confindustria
- › Federalimentare
- › Confimprese

Anche le società estere del gruppo partecipano ad associazioni nazionali

FRANCIA

- › Syndicat Français du Café
- › Alliance 7
- › Ania (Association Nationale des Industries Agro-alimentaires)
- › Aria (Association Régionale des Industries Agro-alimentaires)

THE NETHERLANDS

- › Dutch federation of food and consumergoods (FNLI)
- › Association of Dutch coffee roasters and tea packers (VNKT)
- › Confederation of Netherlands Industry and Employers (VNONCW)
- › Italian Chamber of Commerce, location the Netherlands
- › Ondernemersvereniging Hoeksche Waard
- › SCAE (Specialty Coffee Association of Europe)
- › Netherlands

NORTH AMERICA

- › Specialty Coffee Association of America
- › National Coffee Association

BRASILE

- › Participation at ABIC (Brazilian Coffee Industry Association)
- › ITALCAM – Italian chamber

GERMANIA

- › Deutscher Kaffeeverband
- › IHK München
- › Camera di Commercio italiana per la Germania
- › Camera di Commercio Italo Tedesca

TRIESTE COFFEE CLUSTER

Particolarmente importante è l'impegno di illycaffè all'interno del distretto industriale del caffè della provincia di Trieste, riconosciuto dalla Regione autonoma Friuli Venezia Giulia come una realtà economica ed una risorsa per la crescita della provincia e dell'intera regione.

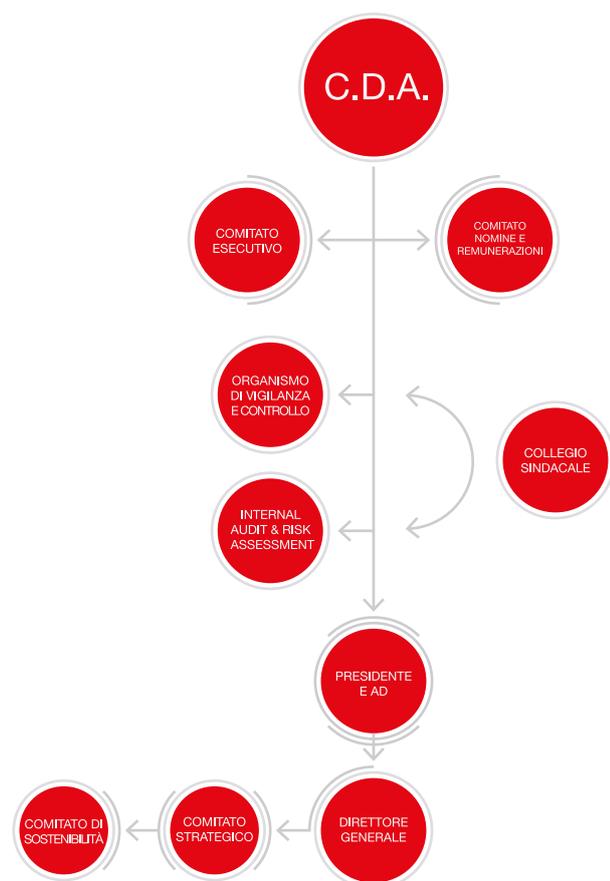
Trieste Coffee Cluster S.r.l. (TCC) è la società che chiama a raccolta tutti gli operatori del settore del caffè per valorizzare l'eccellenza delle produzioni e dei servizi e promuovere progetti congiunti per stimolare l'innovazione e la crescita dimensionale.

Nata nel 1994 dall'impulso dell'Associazione degli Industriali e il contributo di alcune società del settore con la denominazione di Qualicaf Trieste S.r.l., nel 2008 TCC ha rafforzato la propria compagine sociale con l'ingresso di nuovi soci privati e pubblici ottenendo, da parte della Regione FVG, il riconoscimento di Agenzia per lo Sviluppo del Distretto Industriale del caffè (ASDI).



Corporate governance

Oltre ai meccanismi specifici per la strategia e il governo della sostenibilità illycaffè è dotata di sistemi di governo e controllo volti ad assicurare uno sviluppo sostenibile del business nel rispetto delle leggi e dell'equilibrio economico, sociale e ambientale: questo significa trasparenza, correttezza nella gestione, rispetto della normativa, tutela dei diritti e degli interessi degli azionisti e di tutti gli stakeholder, responsabilità.



C.d.A.

Espressione degli azionisti, i Consiglieri rivestono incarichi speciali ed assumono la piena responsabilità dei risultati economici, sociali ed ambientali che sono sottoposti annualmente all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti. Il Presidente del CdA ricopre anche la carica di Amministratore Delegato mentre i componenti indipendenti sono 5 e, complessivamente, quelli non esecutivi sono 9. 3 consiglieri sono donne.

È composto da:

- > Andrea Illy (Presidente)
- > Riccardo Illy (Vice Presidente)
- > Anna Rossi Illy (Presidente Onorario)
- > Anna Illy
- > Pierluigi Celli
- > Maurizio Dallochio
- > Giancarlo Michellone
- > Mario Cannata
- > Marina Salamon

Comitato Esecutivo

Composto da Consiglieri indipendenti (1) e dipendenti (2) è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della società, ed ha la facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga più opportuni per l'attuazione ed il raggiungimento degli scopi sociali, con esclusione soltanto di quegli atti che la legge e lo statuto riservano all'Assemblea dei Soci ed al Consiglio di Amministrazione.

Organismo di Vigilanza

Composto da Consiglieri indipendenti (2) e dipendenti (1), vigila e controlla sul funzionamento, sull'efficacia e l'osservanza del Modello Organizzativo per la prevenzione dei reati societari, con l'obiettivo di prevenire i reati dai quali può derivare la responsabilità amministrativa di illycaffè, in applicazione delle disposizioni contenute nel D.Lgs. 231/2001 (quali la corruzione, le false comunicazioni sociali, lo sfruttamento delle persone ecc.). illycaffè prevede, a completamento del Modello, un Codice Etico contenente gli impegni e le responsabilità etiche degli amministratori, dipendenti e collaboratori nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e uno specifico canale riservato per prevenire o segnalare eventuali comportamenti contrari al Codice Etico.

Comitato Nomine e remunerazioni

Composto da Consiglieri indipendenti (2) e dipendenti (1) formula proposte al CdA sui compensi dell'Amministratore Delegato e degli Amministratori, sui criteri per la determinazione dei compensi dell'Alta Direzione della società.

Internal Audit & Risk Assessment

Riferisce direttamente al CdA e si occupa di:

- Attività di audit specificatamente rivolta all'analisi e verifica dell'adeguatezza, regolarità, affidabilità e funzionalità dell'amministrazione e dei processi amministrativi sia sotto il profilo procedurale (semplificazione, ottimizzazione e correttezza dei processi amministrativi) che fiscale della illycaffè spa e delle società ad essa facenti capo, nonché dell'efficacia del controllo di gestione;
- valutazione dei rischi relativi a supply chain, prodotto, sicurezza, salute, ambiente, proprietà intellettuale, commerciale, informatico, legale, finanziario e di reputazione collegati alla gestione aziendale di breve e medio termine;
- stesura di un Programma di Valutazione dei Rischi, con redazione di periodiche relazioni al Presidente, Collegio Sindacale, Organismo di Vigilanza e Controllo e al Risk Manager;

Sistemi di gestione e innovazione

La filiera della qualità di illycaffè è garantita dall'adozione di una serie di importanti certificazioni e standard volontari nazionali e internazionali.

Qualità



SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ

illycaffè è stata la prima azienda del settore del caffè in Europa a ricevere la certificazione per il sistema di gestione della qualità.

Norma: UNI EN ISO 9001:2008

Ente di Certificazione: Det Norske Veritas Italia s.r.l.

Campo di applicazione:

Sviluppo, torrefazione, confezionamento e commercializzazione di miscele di caffè, formazione ed acculturamento dei clienti sul processo di trasformazione. Progetti di nuovi prodotti relativamente ai promopubblicitari, imballaggi primari e secondari, kit e macchine per caffè espresso. Settore EA:03,18,35.



CERTIFICATO DI CONFORMITA' DI PRODOTTO

Attesta la conformità del prodotto a un disciplinare concordato, e tale da assicurare il miglior soddisfacimento dei consumatori.

Norma: Qualite-France

Ente di Certificazione: Qualite-France SAS

Campo di applicazione:

Selezione caffè verde 100% Arabica, Torrefazione, conservazione tramite pressurizzazione, caffè decaffeinato.

HACCP

HACCP

Prevenzione o minimizzazione dei rischi per la sicurezza nei processi di preparazione di cibi e bevande (obbligatorio in molti paesi, tra cui UE).

Norma: HACCP, Codex Alimentarius Principles, Uni 10854:1999

Ente di Certificazione: Det Norske Veritas Italia s.r.l.

Campo di applicazione:

Selezione, tostatura e confezionamento caffè. Tostatura e confezionamento caffè decaffeinato.



IFS FOOD CERTIFICATE

Garantisce la qualità e la sicurezza alimentare dei prodotti alimentari di marca, al dettaglio e all'ingrosso.

Norma: IFS - international Food Standard, Versione 5 agosto 2007

Ente di Certificazione: Det Norske Veritas Italia s.r.l.

Campo di applicazione:

Selezione, tostatura e confezionamento caffè.



BRC FOOD CERTIFICATE

Garantisce che un'organizzazione sia idonea alla produzione, confezionamento, deposito e distribuzione di alimenti sicuri e prodotti di consumo sicuri.

Norma: Global Standard for food safety Issue 6: luglio 2011

Ente di Certificazione: Det Norske Veritas Italia s.r.l.

Campo di applicazione:

Selezione, tostatura e confezionamento caffè in atmosfera protetta utilizzando barattoli, capsule, cialde, sacchetti in poliaccoppiato e contenitori sigillati compositi. Tostatura e confezionamento caffè decaffeinato in atmosfera protetta utilizzando barattoli, capsule, cialde, sacchetti in poliaccoppiato e contenitori sigillati compositi.



LABORATORI ACCREDITATI

I laboratori Aromalab e Sensorylab illycaffè sono riconosciuti e accreditati da Accredia.

Norma: ISO 17025.2005

Ente di Certificazione: ACCREDIA – Ente Italiano di Accreditemento

Campo di applicazione:

Laboratori AromaLab e Sensorylab

Ambiente



SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE

Definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione ambientale.

Norma: UNI EN ISO 14001:2004

Ente di Certificazione: Det Norske Veritas Italia s.r.l.

Campo di applicazione:

Selezione e miscelatura del caffè crudo, torrefazione, confezionamento e vendita di miscele di caffè. Autoproduzione di barattoli in banda stagnata attraverso le fasi di stampaggio a freddo, formatura e saldatura. Progettazione e sviluppo di nuovi prodotti.



REGISTRAZIONE EMAS

Sistema per il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali e per la pubblicazione della dichiarazione ambientale.

Norma: Regolamento EMAS (Eco-Management and Audit Schem)

Ente di Certificazione: APAT (Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e Servizi Tecnici) Comitato Ecolabel - Ecoaudit

Campo di applicazione:

Selezione e miscelatura del caffè crudo, torrefazione, confezionamento e vendita di miscele di caffè. Autoproduzione di barattoli in banda stagnata attraverso le fasi di stampaggio a freddo, formatura e saldatura. Progettazione e sviluppo di nuovi prodotti.

Filiera



RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN PROCESS

illycaffè è la prima azienda al mondo ad ottenere la certificazione che attesta la sostenibilità in tutta la filiera produttiva.

Norma: Responsible Supply Chain Process

Ente di Certificazione: Det Norske Veritas – DNV Business Assurance

Campo di applicazione:

Filiera produttiva

Innovazioni in illycaffè

Innovazione e ricerca per la sostenibilità e l'eccellenza

Highlights



536

brevetti depositati di cui 417 già concessi (divisi in 45 famiglie) al 31/12/2013



3,6

milioni di euro in ricerca e sviluppo nel 2013 (+9% sul 2012)



6,5

ulteriori milioni di euro per progetti di innovazione



10

articoli su riviste scientifiche, presentazione di 5 poster e 6 lectures a importanti congressi scientifici nazionali ed internazionali

L'approccio all'innovazione di illycaffè è orientato alla creazione di valore sostenibile per i clienti, i consumatori e gli stakeholder in generale proponendo prodotti, soluzioni e servizi in linea con le loro aspettative e sempre ai massimi livelli di eccellenza e qualità. L'impegno in questa direzione è reso possibile grazie agli investimenti in tecnologia e in Ricerca e Sviluppo Tecnologico, alle relazioni con partner strategici e, soprattutto, attraverso la professionalità e la competenza delle persone che operano in azienda.

Innovare, per illycaffè, significa cavalcare le ondate tecnologiche: informatica, microelettronica e oggi biotecnologia.

Ciò comporta:

- sperimentazioni in biologia molecolare per studiare le materie prime da un punto di vista genetico ai fini della caratterizzazione varietale e della creazione di "genoteche" del caffè nell'ambito della tracciabilità di prodotto;
- coniugare diverse discipline: agronomia, botanica, fisica, matematica, chimica, biochimica, biologia, fisiologia, genetica, e ingegneria nell'ottica del miglioramento continuo e dell'innovazione



L'approccio scientifico e tecnologico e il ricorso alla scienza e alla tecnologia come imprescindibili fonti di ispirazione per innovare percorrono tutta la storia dell'azienda, contribuendo alla sua crescita e al successo.



Delle otto innovazioni radicali che dal secolo scorso hanno rivoluzionato il mondo del caffè, tre sono nate alla illycaffè:

- > nel 1933 la pressurizzazione (sistema di conservazione che prevede la sostituzione dell'aria all'interno delle confezioni con gas inerte sotto pressione) che esalta e mantiene nel tempo la qualità del caffè e permette di esportarlo in Paesi lontani;
- > nel 1935 illetta, la macchina progenitrice delle attuali macchine per caffè professionali che ha reinventato la formula dell'espresso e ha permesso la diffusione delle macchine per espresso nei bar;
- > nel 1974 la cialda, in carta di caffè porzionato, industrializzata con l'obiettivo di esportare l'espresso in quei Paesi in cui non esiste una professionalità del barista.

Tra le attività di ricerca strategiche su cui illycaffè si è concentrata nell'ultimo periodo va ricordato lo studio sui caffè mono-arabica e l'attenzione verso il mondo della nutraceutica, degli alimenti funzionali e della salute (anche attraverso due progetti finanziati con fondi regionali).

Sul versante della ricerca industriale sono proseguite le attività di ricerca sulla sostenibilità di prodotto, con l'Università di Trieste e con l'Università di Padova sull'utilizzo di materiali di scarto per l'ottenimento di fine chemicals.

La ricerca e lo sviluppo nel campo dell'innovazione avviene anche nel cuore delle piantagioni attraverso progetti sostenibili realizzati in partnership con i produttori di caffè e istituzioni scientifiche.

Ricerca e sviluppo tecnologico

La divisione di Ricerca e Sviluppo Tecnologico di illycaffè – riconosciuta a livello internazionale come un centro di eccellenza – si compone di due centri di ricerca per il controllo della qualità (uno a Trieste e uno a San Paolo in Brasile) e di cinque laboratori, integrati per il trasferimento orizzontale di conoscenza e in contatto con centri universitari: AromaLab e SensoryLab, che sono certificati ISO 17025.2005 dall'ente unico nazionale di accreditamento Accredia, BioLab, TechLab e FoodScienceLab. All'interno dei laboratori operano ricercatori e tecnici altamente specializzati e precisamente si tratta di 5 chimici, 1 biologo molecolare, 3 ingegneri, 3 tecnologi alimentari, 1 neuroscienziato.

Il 2013, è stato un anno ricco di importanti risultati scientifici ottenuti da illycaffè in ambito biotecnologico, chimico e delle scienze sensoriali. Le attività sperimentali del laboratorio BioLab si sono focalizzate sugli aspetti metodologici per l'ottenimento di materiale genetico da sottoporre ad indagini sull'espressione genica. Particolare attenzione è stata rivolta alla biosintesi della caffeina, degli acidi clorogenici e dei lipidi. In ambito genomica, sono proseguite le attività di Ricerca in collaborazione con lo spin-off dell'Università di Trieste DNA Analytica e con Luigi Lavazza spa, ed inoltre si è chiusa un'attività di caratterizzazione ultrastrutturale su alcuni importanti costituenti della cellula vegetale del caffè.

In ambito chimico, la collaborazione con gruppi di ricerca esteri (Germania e Croazia) e nazionali (Università di Padova) ha permesso di studiare composti chimici importanti sia dal punto di vista dell'attività biologica che da quello del flavour. Inoltre l'approfondimento intrapreso sui diterpeni del caffè, in collaborazione con l'Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e Repressione Frodi dei Prodotti Agroalimentari, ha permesso di individuare dei marker di tostatura finora non ancora presi in considerazione. Sono stati inoltre messi a punto dei protocolli di analisi in collaborazione con Fondazione Edmund Mach – Istituto Agrario di San Michele all'Adige. Dal punto di vista dei precursori di aromi, l'azienda ha avviato attività per caratterizzare quelli responsabili degli attributi caramello, cioccolato (su prodotti Domori) e pan tostato (collaborazione scientifica con Barilla S.p.A.).

Sul versante della ricerca industriale sono proseguite le attività

di ricerca sulla sostenibilità, con l'Università di Trieste, l'Università di Padova e l'Agricultural Institute of Slovenia sull'utilizzo di materiali di scarto.

In collaborazione con l'Università di Napoli, è stato affrontato uno studio per valutare sensorialmente variazioni formulative attraverso una nuova metodica di analisi sensoriale (Time Dominant Sensations).

Sono proseguite le attività sperimentali nell'ambito dei progetti finanziati POR FESR 2007-2013 "Malattie Cardiovascolari: dai fattori di rischio genetico e ambientale alla prevenzione mediante elementi nutrizionali innovativi" e "Nutrigenomica e Consumo di caffè: effetti fisiologici, genetica del gusto, e genetica della pianta".

Il portafoglio brevetti di proprietà della Società al 31 dicembre 2013 comprendeva 536 (+7%) titoli depositati di cui 417 concessi (+5%) e 119 allo stato di domanda, suddivisi in 45 famiglie.

Creazione di valore per gli stakeholder e sostenibilità dello sviluppo sono basate sulla capacità di creare continuamente innovazione. illycaffè, nella convinzione che sia un asset strategico, ha mantenuto costanti negli anni i propri investimenti in ricerca e sviluppo (nel 2013 i costi del Dipartimento R&S di illycaffè sono pari a 3,6 milioni di euro, comprensivi di personale dedicato, costi per diritti di proprietà intellettuale, servizi, acquisto di materiali e attrezzature, ammortamenti, ecc). Considerando anche i progetti innovativi per la riduzione dell'impatto ambientale del packaging e dei prodotti, le attività innovative della Direzione Relazioni Esterne e del Marketing, la ricerca e gli investimenti nel campo dell'arte, gli sviluppi nei sistemi di gestione e le nuove certificazioni acquisite, lo sviluppo dei prodotti, i progetti di ricerca rivolti al caffè verde e ai produttori, la cifra sale, per il 2013, ad euro 10,1 (+52% rispetto al 2012) milioni di euro.

La divisione di Ricerca e Sviluppo Tecnologico a febbraio 2012 ha organizzato nella sede della illycaffè il seminario "L'analista sensoriale come strumento innovativo per il controllo della qualità dei prodotti alimentari" mentre a novembre 2012 ha organizzato a Trieste il "4°Convegno della Società Italiana Scienze Sensoriali".

I laboratori di illycaffè

AROMALAB

Istituito nel 1998 presso l'Area Science Park di Trieste Ricerca sulla chimica del caffè, per individuare i composti chimici alla base dell'aroma e del gusto

SENSORYLAB

Studio scientifico del rapporto tra stimoli sensoriali (gusto e olfatto) e sensazioni evocate

Unione di chimica, fisica e psicologia

Utilizzo di sensori umani e non umani per catalogare la gamma degli odori e gusti percepiti

Validazione di prodotti e processi

TECHLAB

Si occupa di sviluppo tecnologico nel settore del packaging e dei prodotti porzionati.

BIOLAB

Studia i diversi aspetti della biologia del caffè: attraverso il laboratorio molecolare (in Area Science Park) e quello di microscopia (nella sede centrale)

FOODSCIENCELAB

Dedicato al food e all'area dei prodotti "consumabili" a base di caffè



Università del Caffè

Highlights



24

sedi attive nel mondo



1

1 nuova sede inaugurata nel 2012 (Austria)



134.180

persone formate dal 2000



27.915

corsisti nel 2013 (di cui 1.753 produttori, 21.176 professionisti e 4.986 consumatori)

L'Università del Caffè nasce a Napoli nel 1999. Nel 2002 si trasferisce a Trieste, nella sede di illycaffè. È il centro di eccellenza creato per promuovere, supportare e divulgare nel mondo, attraverso la formazione, la cultura del caffè di qualità. È il luogo d'incontro privilegiato dove i professionisti del caffè e dell'ospitalità, ma anche appassionati, curiosi e aspiranti intenditori, possono condividere la passione per la conoscenza che distingue illycaffè.

L'attività formativa dell'Università del Caffè è pensata per offrire, a tutti i professionisti coinvolti nella filiera produttiva - senza distinzioni tra clienti illy e non - la possibilità di crescere e migliorare il livello di qualità di ogni singola fase nei diversi settori di competenza. Un circolo virtuoso della conoscenza, un'attitudine al mercato che pone al centro la creazione di valore nel tempo attraverso la crescita, la sostenibilità e la trasparenza, allargando gli ambiti di intervento dal rapporto con i professionisti alla condivisione diretta con il consumatore finale.

Università del Caffè fonda la sua autorevolezza nell'impegno che, fin dal 1933, illycaffè ha profuso nella ricerca e nell'innovazione di processo e di prodotto.

Un patrimonio di cultura e competenza che, sommato all'opportunità di confronto con tematiche e interlocutori di alto profilo nell'ambito della scienza, dell'economia e della cultura, si traduce in contenuti e informazioni da trasferire ai professionisti nelle diverse attività di supporto e formazione, dando avvio a un processo di cross-pollination positiva che pervade e migliora ogni singolo contesto lavorativo.

L'attenzione alle reali esigenze e necessità dei produttori, dei professionisti del bar, della ristorazione e dell'ospitalità ha portato l'Università del Caffè a diversificare la proposta formativa su diversi livelli di profondità e competenza.

ALTA FORMAZIONE

Per i coltivatori e tutti i partner della filiera, oltre che per i laureati interessati a lavorare nel mondo del caffè. Dalla condivisione di tecniche di coltivazione responsabili e avanzate allo scambio sulle corrette modalità di raccolta e lavorazione fino all'approfondimento sui processi economici e amministrativi: l'obiettivo di queste attività formative è quello di creare e consolidare un percorso di eccellenza nella produzione del caffè.

L'Alta Formazione proposta dall'Università del Caffè si differenzia in due ambiti principali. Con le Attività di supporto, l'Università affianca coltivatori, produttori e professionisti del caffè, con approfondimenti tecnici e teorici su ogni aspetto del loro lavoro, a cura di docenti ed esperti internazionali. L'Università del Caffè promuove inoltre il Master universitario di primo e secondo livello in Economia e Scienza del Caffè - Ernesto Illy, rivolto a laureati di tutto il mondo con l'obiettivo di fornire loro una preparazione accademica e professionale sul caffè. Nell'ambito dell'Alta Formazione l'Università del Caffè vanta collaborazioni con prestigiosi partner italiani e internazionali, come l'Università degli Studi di Scienze Gastro-nomiche di Pollenzo, il Master in International Business Administration - MIB Trieste, il Master in Food Management presso Liuc - Libero Istituto Universitario Carlo Cattaneo - e l'Università di Innsbruck.

CORSI DIVULGATIVI

Per gli appassionati e curiosi organizza, in sede, nei punti vendita o durante eventi e manifestazioni culturali, sessioni di degustazione e corsi divulgativi per imparare ad apprezzare e riconoscere il gusto e gli aromi non solo del caffè, ma anche degli altri prodotti coloniali.

Queste iniziative, che dal bar alla sala convegni si adattano a ogni tipo di ambientazione, offrono una formazione di alto profilo e rivelano agli intenditori e ai semplici curiosi che cosa realmente significhi eccellenza quando si parla di caffè. Con un linguaggio semplice ma approfondito e un approccio didattico che mescola continuamente pratica e teoria i partecipanti vengono coinvolti in prima persona nelle attività e possono degustare i prodotti e prendere parte alla loro preparazione. I corsi divulgativi instaurano così un circolo virtuoso: i professionisti dell'ospitalità possono infatti sfruttarli per ampliare l'offerta alla propria clientela con un servizio originale e altamente differenziante, e intanto il consumatore se ne serve per arricchire e affinare la propria conoscenza del prodotto, imparando ad apprezzarne meglio la qualità e aumentando la propria consapevolezza sul servizio.

L'Università del Caffè organizza, in occasione di eventi e manifestazioni culturali, corsi di divulgazione della cultura e occasioni di degustazione del caffè, del thè, del cioccolato e di altri prodotti coloniali aperti - gratuitamente - al grande pubblico.

CORSI DI FORMAZIONE

Ai professionisti che lavorano nei bar, nella ristorazione e nell'ospitalità, l'Università del Caffè offre opportunità di formazione e aggiornamento sul caffè e sulla gestione e promozione dell'attività commerciale, organizzando corsi in sede e attività specifiche di supporto nel proprio locale.

Questi corsi sono pensati sia per gli imprenditori che vogliono entrare per la prima volta nel mondo del caffè che per i baristi e i professionisti che desiderano aggiornarsi e approfondire le proprie conoscenze. L'Università offre una gamma di proposte che risponde a esigenze diverse: una formazione completa, organizzata in 5 moduli tematici e strutturata accostando sempre la pratica alla teoria, l'operatività alla conoscenza scientifica. Alla base di questo approccio ci sono ricerche avanzate condotte nei 5 laboratori altamente specializzati del dipartimento di Ricerca e Innovazione di illy, di cui l'Università fa parte, e il dialogo costante con i clienti e con chi in tutto il mondo lavora nel campo dell'ospitalità. L'Università affianca così continuamente i professionisti, fornendo loro conoscenze immediatamente applicabili - dalla preparazione delle bevande al servizio, dalle competenze manageriali alla promozione - e strumenti indispensabili per riuscire a cogliere al meglio le opportunità del mercato.

Fondazione Ernesto Illy

Highlights



350.000

euro fondo di dotazione iniziale da illycaffè s.p.a.; 300.000 euro nel 2013



2%

illycaffè destina un fondo annuale per la gestione della fondazione almeno pari al 2% dell'utile prima delle imposte



51

studenti per le edizioni 2011, 2012 e 2013 del master's degree in coffee economics and science - ernesto illy

illycaffè ha costituito una Fondazione, amministrata dalla famiglia Illy, per sviluppare l'eredità morale e culturale di Ernesto Illy: la Fondazione Ernesto Illy è un Ente senza fini di lucro e nasce con lo scopo di sviluppare e incrementare l'etica e la sostenibilità attraverso la promozione della ricerca e l'organizzazione e diffusione di iniziative aperte a tutti i possibili stakeholder, al fine di creare ricchezza e valore sia nel territorio di riferimento, sia nei Paesi produttori di caffè.

La Fondazione si occupa di progetti scientifici e culturali gestiti direttamente e/o in partnership: organizzazione di eventi, congressi di studio e seminari; attività editoriali e multimediali e ha collaborazioni globali con Università, istituzioni ed enti d'eccellenza.

Alcune delle attività ed iniziative sostenute nel 2013 dalla Fondazione:

"Master's Degree in coffee economics and science Ernesto Illy".

Master universitario interateneo di primo e secondo livello, che prevede 400 ore di lezione e 12 moduli didattici. Il Master, rivolto a 15 giovani nel 2011, 18 nel 2012 e 18 nel 2013 è promosso e organizzato da un gruppo di partner di eccellenza nella formazione: l'Università di Cambridge, l'Università di Trieste, l'Università di Udine, la Fondazione Ernesto Illy, l'Università del Caffè, la SISSA - Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, il Consorzio di biomedicina molecolare (Area Science Park - Trieste), il distretto industriale del caffè della provincia di Trieste (Trieste Coffee Cluster).

Riforestazione aree sorgenti idriche

Il progetto consiste nella riforestazione della regione di Tamara (Colombia) con alberi nativi nei pressi delle sorgenti d'acqua. È un'area idonea alla produzione di caffè, ma con seri problemi ambientali. E' in corso la prima fase in collaborazione con CENICAFE'.

Progetto Jülich/Aachen - Science of Coffee

A luglio 2013 è stato firmato l'accordo tra la Fondazione Ernesto Illy – Forschungszentrum Jülich per la durata del progetto "Science of Coffee" di 5 anni. Il progetto consiste nell'istituzione di una posizione di Assistant Professor in "Modelling and Simulation" a Jülich, un centro di ricerca facente parte dell'organismo tedesco Helmholtz-Gemeinschaft (Düsseldorf). L'indirizzo d'insegnamento si intitola: "Chemical Senses for Coffee Science" e "Computational Toxicology" e avrà una collaborazione con le seguenti istituzioni: l'University Hospital Düsseldorf; Istituto Cécile e Oskar Vogt per la ricerca sul cervello e l'Istituto di Neurologia.

Apicoltura e produzione di miele presso le piantagioni di caffè

Progetto pilota sviluppato nelle piantagioni di caffè della Colombia Centrale, con l'obiettivo di creare un'economia sostenibile e collaterale a quella del caffè attraverso l'apicoltura. Il progetto è gestito in gran parte dalle mogli dei coltivatori di caffè; nel 2012 è iniziata la costruzione di un secondo centro apiario e sono iniziati i contatti con l'Università del Tolima per dimostrare l'ipotesi che la presenza di api in una piantagione di caffè possa sviluppare dei chicchi di dimensioni maggiori (si prevede di analizzare i dati di raccolta almeno per tre anni). Nel 2013 ci sono stati dei corsi intensivi di apicoltura avanzata con lo scopo di fornire agli apicoltori competenze sempre più vicine ad un livello professionale per gestire in autonomia ogni genere di problematica. Gli apicoltori formati diventeranno a loro volta formatori di altri.

Progetto germoplasma

In collaborazione con l'Università di Addis Abeba è stato avviato un progetto di ricerca, conservazione e sviluppo della varietà originale della pianta del caffè arabica. Nel corso del 2011 si è proceduto con la raccolta del caffè spontaneo, collocato in una banca di germoplasma, e con la distribuzione di materiali informativi. La banca di germoplasma ha la funzione di diffusione delle piante selezionate e di costituire una banca genetica per raccogliere tutto il materiale presente sul territorio etiopico, dove si trova una buona parte della storia del caffè arabica.

Ricerca sulla Tossicologia Computazionale

La Fondazione Ernesto Illy e la SISSA – Scuola Internazionale di Studi Avanzati – di Trieste hanno avviato, nel settembre 2009, un progetto di ricerca sulla tossicologia computazionale

che analizza l'interazione tra sostanze molecolari differenti. L'obiettivo è scoprire quali sono le associazioni che influiscono sulla tossicità di una sostanza. Il progetto, nato da un'idea di Ernesto Illy, è stato finanziato inizialmente da illycaffè e successivamente dalla Fondazione Ernesto Illy, è proseguito nel 2012 con uno screening degli effetti dell'acrilamide su proteine umane e proteine dei topi e l'identificazione dei target più probabili. Realizzata una pubblicazione all'interno del libro Computational Biology and Applied Bioinformatics.

Nel 2013 è stato analizzato il processo di inattivazione dell'acrilamide nel caffè attraverso reazioni chimiche con molecole presenti nel caffè e, applicando le più moderne tecniche computazionali, il meccanismo di reazione per la formazione dell'unione tra la niacina e l'acrilamide in soluzione acquosa. Il progetto si è concluso in ottobre 2013.

Stakeholder di illycaffè

“illycaffè è una stakeholder company fondata sull’etica e ha come obiettivo il miglioramento della qualità della vita”

— Manifesto della Sostenibilità illycaffè

illycaffè da diversi anni 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 ed ambientale. Per ottenere tale risultato ha impostato le relazioni con tutti i propri stakeholder nell’ottica della creazione di valore condiviso inteso come l’insieme delle politiche e delle pratiche operative che rafforzano la competitività dell’azienda migliorando nello stesso tempo le condizioni economiche e sociali delle comunità in cui opera e dei propri stakeholder.



MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



L'attenta mappatura degli stakeholder e l'attivazione di canali di ascolto e dialogo permettono a illycaffè di individuare e analizzare le loro indicazioni e aspettative e di considerarle nei propri obiettivi ed attività: il Sustainable Value Report si pone l'obiettivo di fornire delle risposte alle questioni ritenute di maggior interesse dagli stakeholder ed in grado di descrivere al meglio gli impatti sociali, economici ed ambientali dell'azienda (questioni, cosiddette, materiali).

I processi di stakeholder engagement sviluppati da illycaffè vengono sempre più impostati secondo un approccio sistemico che segue le indicazioni dello standard internazionale l'Accountability 1000 Stakeholder Engagement Series (riferimento internazionale sullo stakeholder engagement). Per l'individuazione delle tematiche di sostenibilità più rilevanti (materiali), inoltre, illycaffè fa riferimento sia a standard di sostenibilità internazionali e nazionali (ISO 26000, GLOBAL COMPACT, Global Reporting Initiative, Gruppo Bilancio Sociale), sia alla certificazione Responsible Supply Chain Process, sia alle pratiche del settore e al proprio Piano Strategico.

Il processo di engagement viene costruito secondo i principi del miglioramento continuo e prevede quattro passaggi logici:

- 1) Analisi degli stakeholder: identificazione degli stakeholder chiave, definizione dei temi chiave e delle issues, analisi del commitment dell'impresa rispetto ai temi individuati
- 2) Adozione di una strategia di engagement : definizione del livello di approfondimento (per temi e attori); Definizione del piano operativo
- 3) Implementazione dell'engagement: identificazione di metodi per coinvolgere gli attori; sperimentazione di metodi e tecniche di engagement
- 4) Verifica della strategia: valutazione dei risultati dell'engagement, identificazione di azioni di miglioramento

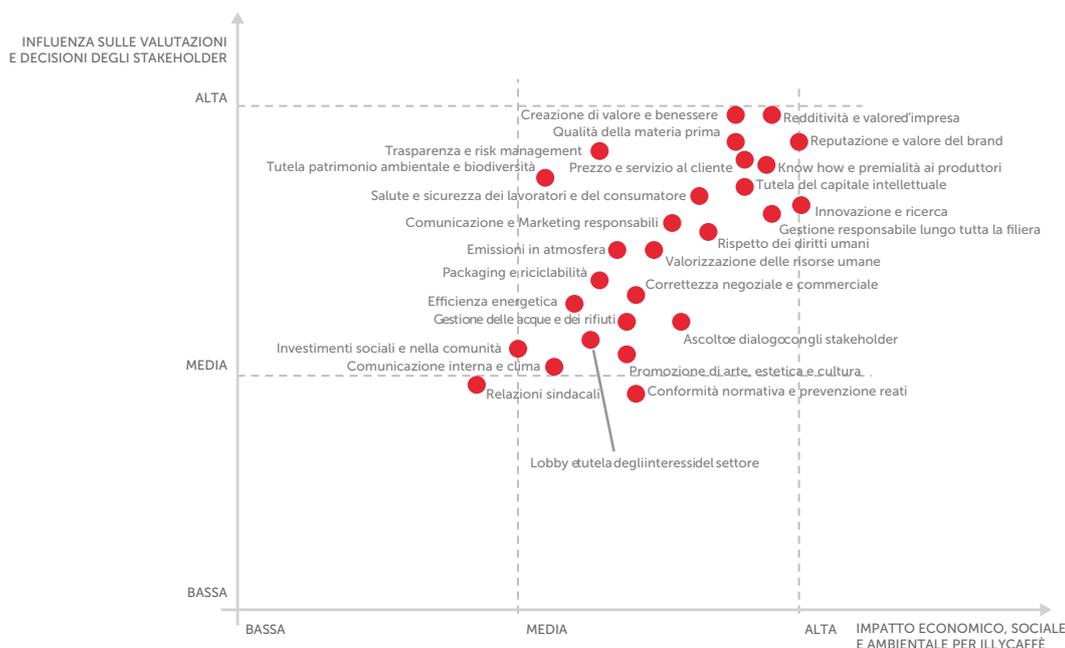
Seguendo questa logica, in occasione della redazione del terzo Sustainable Value Report, illycaffè ha realizzato, in Italia, due specifiche iniziative di engagement, una interna ed una

esterna: tramite un questionario ha raccolto il parere dei dipendenti (appartenenti ai settori della produzione, amministrazione, ricerca, comunicazione, marketing, supply chain, ecc) sul Sustainable Value Report.

Inoltre, ha realizzato un workshop multistakeholder durante il quale sono stati raccolti commenti, idee e suggerimenti provenienti dai principali rappresentanti dei propri interlocutori e da alcuni esperti con riconosciute credenziali in materia di sostenibilità tra i quali: Ministero dell'Ambiente, Global Compact Network Italia, Fondazione per la Cittadinanza Attiva, Confindustria Trieste, Università di Trieste, Fornitori e Rappresentanti di Vendita. A tali interlocutori, illycaffè ha illustrato l'analisi di materialità pubblicata nei precedenti Value Report e ha raccolto le loro opinioni in merito; ha inoltre ottenuto alcune indicazioni utili per il miglioramento del proprio Report di Sostenibilità.

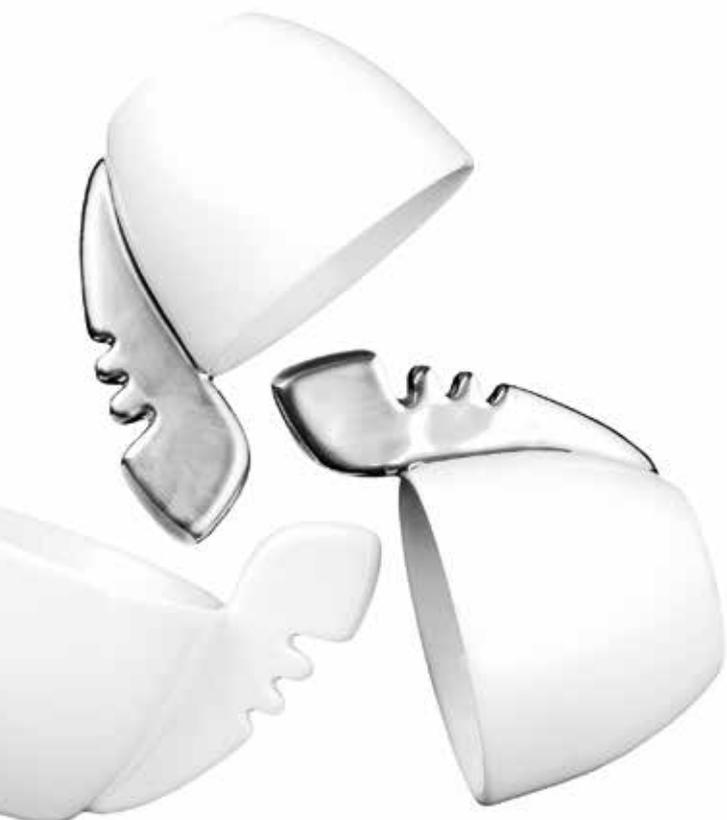
Gli effetti dell'engagement hanno avuto un immediato riflesso sulla matrice di materialità che rappresenta i principali temi di responsabilità sociale e che ha come variabili gli impatti economici, ambientali e sociali significativi per illycaffè e la loro influenza sulle decisioni degli stakeholder.

Il grafico che segue riporta una sintesi non esaustiva del processo di analisi avviato. I principali temi di responsabilità sociale sono rappresentati attraverso una matrice avente come variabili gli impatti economici, ambientali e sociali significativi per illycaffè e la loro influenza sulle decisioni degli stakeholder. La valutazione è stata condotta su una scala di tre livelli (basso, medio, alto).



illycaffè è chiamata a perseguire in maniera ancora più forte temi centrali per il proprio sviluppo quali l'innovazione e ricerca, il rispetto dei diritti umani, la gestione responsabile di tutta la filiera, il controllo delle emissioni in atmosfera, l'ascolto-dialogo con gli stakeholder. Gli stakeholder hanno messo in evidenza, inoltre, alcune tematiche quali la gestione della risorsa idrica, gli approvvigionamenti locali e l'indotto economico e occupazionale per il territorio. Infine, aspetti di compliance normativa o la prevenzione dei reati sono giudicate meno rilevanti dagli stakeholder, in quanto pratiche consolidate da tempo oppure perché il livello di compliance è già elevato.

L'esito di questo esercizio, rappresenta la base per un'identificazione sempre più chiara e puntuale degli interessi su cui l'operato dell'azienda incide e per il potenziamento delle strategie di stakeholder engagement.



Il vero valore aggiunto della vita sta nelle relazioni umane

Tracciamo insieme la strada per il successo, certi che la via per raggiungerlo non sia altro che un cammino da condividere con tutti i protagonisti di quest'avventura, solo in questo modo non siamo solo produttori di caffè, ma siamo creatori di valore: è così che vogliamo essere.



La sostenibilità sociale, secondo illy, si basa sul concetto e sul tema della crescita.

Crescita che è innanzitutto individuale, crescita della persona. Questo crea valore per tutti gli stakeholder, cioè per tutte le persone, per tutti i portatori d'interesse che con l'azienda entrano in contatto. Pensiamo innanzitutto a quelli che sono i nostri fornitori, in primis i coltivatori di caffè. L'azienda da loro conoscenza attraverso l'Università del Caffè, attraverso gli agronomi che girano costantemente e visitano costantemente le piantagioni, grazie a queste conoscenze possono migliorare la qualità della loro produzione e, di conseguenza, migliorare anche la qualità della loro vita grazie al fatto che possono vendere un prodotto di alta qualità a prezzi superiori a quelli di mercato e non solo, c'è anche la reputazione che il fatto di lavorare per illy da loro.

Pensiamo a quelli che sono i collaboratori dell'azienda, cioè le persone che in tutto il mondo lavorano per illy. Ecco, l'azienda punta tantissimo a valorizzare le persone, a valorizzarne la crescita professionale, personale, l'autorealizzazione e questo lo fa attraverso molta formazione, la possibilità di essere in contatto con un ambiente internazionale, la possibilità veramente di sviluppare a 360° le proprie competenze.

Pensiamo infine a quelli che sono da una parte i nostri clienti, cioè coloro che offrono il nostro prodotto, pensiamo ai baristi all'interno dei bar, all'interno della ristorazione, gli chef, negli alberghi, ecc., e quelli che sono le persone, i clienti finali, i consumatori, quelli che scelgono la nostra marca, il nostro prodotto.

Ecco, per tutti loro c'è un concetto molto importante di cultura del caffè a 360°, da un lato portato avanti dall'Università del Caffè che fa corsi molto importanti di approfondimento e di conoscenza sia per i baristi e per chi opera nella ristorazione, che per i consumatori finali che hanno modo di imparare come si degusta un buon caffè, come lo si riconosce, dall'altra parte poi c'è, importantissimo, tutto quanto la marca ha fatto nel mondo della cultura a 360° e soprattutto nell'arte contemporanea.

Sono oltre vent'anni che l'azienda si relaziona agli artisti grazie al progetto delle tazzine, illy Art Collection, grazie a progetti importantissimi con istituzioni come la Biennale di Venezia o le grandi fiere d'arte e questo è uno dei valori che alla nostra marca, al nostro prodotto vengono riconosciuti ed è una delle ragioni per cui le persone ci scelgono.

ANNA ADRIANI

Global PR and corporate responsibility director

Highlights



125

è il numero di controlli per la qualità cui è sottoposto il caffè dal suo arrivo in azienda fino al confezionamento



1.056

dipendenti al 31/12/2013 a livello consolidato



140

La miscela illy è commercializzata in 140 Paesi in tutti e 5 i continenti, ed è servita in oltre 100.000 esercizi pubblici (stima interna)



55.832

contatti con i propri clienti tramite il customer care



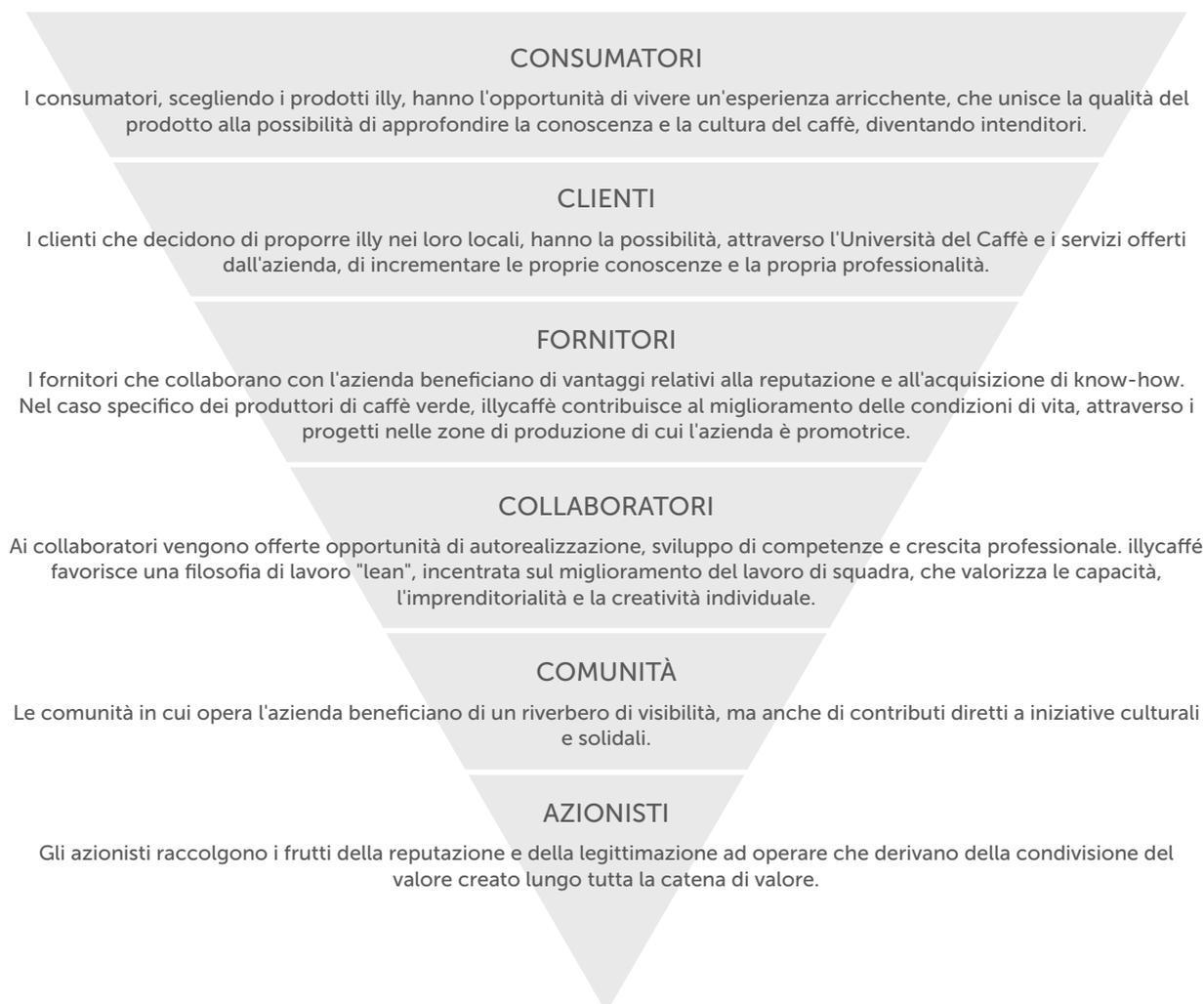
704.000€

i contributi associativi o le elargizioni erogate a enti di utilità sociale nel 2013 in Italia. 238.000€ erogati dalle società estere



LA CREAZIONE DI VALORE SOCIALE

Il modello di impresa sviluppato da illycaffè è finalizzato a creare valore sociale facendo leva sul concetto di crescita.



Qualità, sicurezza e innovazione per i consumatori

Highlights



4.000

Nei laboratori di illycaffè sono esaminati circa 4.000 campioni di caffè verde



20.000

Nei laboratori di illycaffè sono esaminati circa 20.000 campioni di caffè tostato



450

Ogni giorno illycaffè effettua in media 450 degustazioni per garantire la qualità del prodotto

La strategia di illycaffè prevede di dare ai consumatori una tazzina perfetta in ogni luogo di consumo in tutto il mondo. Un'esperienza fruitiva polisensoriale che sia memorabile. Per raggiungere questo obiettivo è fondamentale offrire - accanto a un prodotto eccellente - tutto ciò che contribuisce alla sua preparazione, al servizio e alla sua ambientazione. illycaffè opera per migliorare con costanza la qualità e la sicurezza dei propri prodotti anche a seguito di segnalazioni ricevute dai clienti e consumatori: ad esempio dall'analisi dei reclami dal mercato, a seguito di alcune lamentele sull'apertura del barattolo macinato 250 grammi, è stato modificato il sistema di apertura (easy open) in modo tale da prevenire la fuoriuscita di polvere di caffè e i distacchi dell'easy open stesso in modo involontario. Tale innovazione è entrata in produzione su tutta la gamma nel corso dei primi mesi del 2013. illycaffè è impegnata nel miglioramento continuo degli standard di qualità in tutti i loro aspetti: nella produzione, nei processi, nei servizi al cliente. Questo si riflette anche nell'impegno da parte dell'azienda di realizzare prodotti sicuri, nel rispetto assoluto delle regole e norme che disciplinano il settore agroalimentare.

illycaffè ha sviluppato sofisticati sistemi di monitoraggio e controllo delle fasi del processo produttivo (selezione, tostatura, confezionamento...) che poggiano su un ampio sistema di normative, protocolli e certificazioni.

PRESSURIZZAZIONE

L'espresso è una bevanda complessa, cui concorrono 1.500 sostanze (di cui 800 volatili) e oltre 13 variabili chimico-fisiche che incidono sulla corretta preparazione. Già dagli Anni Trenta, illycaffè utilizza la pressurizzazione, il sistema di conservazione che prevede la sostituzione dell'aria all'interno delle confezioni con gas inerte sotto pressione. Questo sistema, ideato dal fondatore dell'azienda Francesco Illy, cattura gli aromi del caffè appena tostato, rallentandone la fuoriuscita naturale dal chicco. In tal modo gli aromi si concentrano negli olii del caffè, conferendo rotondità, dolcezza e intensità al gusto e conservandone immutata, a lungo, la fragranza. Proprio la pressurizzazione ha consentito le esportazioni di caffè al di fuori della zona di produzione, avviando la vocazione internazionale dell'azienda.

MATERIA PRIMA

La qualità del caffè illy inizia dalla materia prima e, per garantirla costantemente, da più di vent'anni l'azienda acquista il caffè direttamente alla fonte (ad eccezione dell'Etiopia dove la legislazione locale non lo consente). Con i migliori coltivatori di caffè nel mondo illycaffè sviluppa un rapporto di collaborazione a lungo termine, nella convinzione che solo una relazione di reciproco scambio e accrescimento garantisca la qualità e, con essa, l'incremento del valore del prodotto.

Prima dell'acquisto i laboratori di analisi e qualità di illycaffè esaminano i campioni di caffè: oltre ai certificati fitosanitari, che obbligatoriamente devono accompagnare ogni partita per l'importazione in Italia, vengono eseguite analisi che escludono la presenza di metalli pesanti, fitofarmaci, diserbanti e insetticidi. Al caffè verde che arriva in azienda sono riservati 9.000 metri quadrati di magazzino coperto, coibentato, che lo mette al riparo dalla luce del sole. Prima di essere tostati, i nove ingredienti di Arabica che compongono il blend vengono miscelati al fine di rendere più omogeneo ed equilibrato il gusto del caffè in tazza. Infine, il confezionamento viene realizzato con le migliori tecnologie industriali robotizzate ed informatizzate: ogni tipologia di prodotto (capsule, barattoli, cialde, ecc.) viene pressurizzato e, a campione, controllato scrupolosamente durante le diverse fasi produttive dai tecnici di laboratorio. Dal momento in cui il caffè entra in azienda a quello in cui esce, vengono effettuati 125 controlli.

CERTIFICAZIONI E CONTROLLO QUALITÀ

A garanzia della qualità e sicurezza del prodotto, illycaffè ha sviluppato sistemi di gestione che hanno permesso di conseguire le più importanti certificazioni internazionali per il proprio settore di riferimento.

Grazie alla certificazione di conformità di prodotto rilasciata da Qualité France (conseguita nel 1992) illycaffè garantisce il rispetto di parametri sia di eccellenza e costanza qualitativa del prodotto che igienico sanitari. La certificazione garantisce inoltre la rispondenza alla legislazione vigente sul caffè (DPR 470/73) e a parametri volontari più restrittivi della normativa o addirittura non contemplati dalla normativa vigente. Vengono

eseguite ispezioni costanti per la verifica documentale e fisica e prelievi di prodotto per controllare la corrispondenza analitica e qualitativa al disciplinare di certificazione.

Con la certificazione di Sistema Qualità secondo la norma UNI EN ISO 9001:2008 (ottenuta da illycaffè nel 1994, prima azienda di caffè al mondo) si garantisce l'osservanza delle norme

PRODOTTO ECCELLENTE E SOSTENIBILE



igienico sanitarie vigenti e di alcune procedure di certificazione di prodotto, in particolare modo quelle riguardanti i criteri di acquisto e controllo della materia prima e di controllo del prodotto finito e delle sue fasi di stoccaggio e trasporto. illycaffè ha conseguito la certificazione di Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:1996 e nel 2007 il suo sviluppo, la ISO 14001:2004; ha, inoltre, conseguito il certificato di Registrazione EMAS (Eco-Management and Audit Scheme).

L'azienda ha ottenuto, inoltre, le certificazioni BRC secondo lo schema BRC GLOBAL STANDARD-FOOD (la prima volta nel 2005, nel 2008-versione 5 e poi nel 2012 la versione 6) e IFS secondo lo schema IFS-INTERNATIONAL FOOD STANDARD (versione 4 nel 2007, 5 nel 2008 e poi nel 2013 la versione 6). Si tratta di norme riconosciute in tutto il mondo sulle metodiche di lavorazione e i criteri igienici adottati dalle aziende che

producono e commercializzano beni alimentari.

Tutta la miscelazione e la tostatura del caffè avviene nello stabilimento di Trieste, controllato e certificato secondo i sistemi di gestione descritti e certificati da un ente terzo indipendente secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale. Solo i prodotti capsule IES, MPS e UNO vengono confezionati nello stabilimento di Mitaca srl (in provincia di Milano) a cui viene regolarmente fornito il caffè tostato in grani in sili pressurizzati. La società Mitaca e tutti gli altri stabilimenti in cui vengono svolte attività funzionali (assemblaggio, confezionamento, etichettatura, ..) sono monitorati secondo i piani di auditing previsti dalle certificazioni aziendali direttamente da auditor esperti di illycaffè.

Nel 2013, tutte le certificazioni possedute dall'azienda sono state aggiornate e mantenute; gli audit interni ed esterni condotti secondo i diversi piani di monitoraggio sono stati in tutto 29:

- Sistema Qualità 12
- Sistema Igiene e Sicurezza Alimentare 9
- Sistema Ambiente 7
- Totale 28

Grazie a questo sistema di controllo e monitoraggio, illycaffè non ha ricevuto nel 2013 alcuna sanzione per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti le tematiche di qualità, sicurezza alimentare, rintracciabilità e similari.



Innovazione di prodotto

Quando illycaffè introduce un'innovazione nei propri prodotti o nei sistemi di preparazione del caffè ha un obiettivo preciso: migliorare il livello di soddisfazione dei consumatori.

Ciò significa intervenire sulla funzionalità, sull'estetica e il design, sui materiali, sulla comodità, sulla gradevolezza e sulla qualità della materia prima.

La ricerca applicata al prodotto ha permesso di introdurre negli ultimi anni alcune importanti innovazioni:



il sistema Iperpresso si compone di una macchina da caffè che si combina ad un'innovativa capsula: una completa camera di estrazione protetta da 5 brevetti internazionali. A differenza della tradizionale preparazione in cui l'espresso si produce in un'unica fase, con la capsula Iperpresso, il caffè passa attraverso due fasi: l'iperinfusione e l'emulsione. La doppia articolazione assicura un'estrazione ottimale di tutti gli aromi del caffè e sviluppa una crema ricca, vellutata che persiste a lungo.



illy issimo è un prodotto ready to drink creato per il consumo fuori casa. Attraverso l'adozione di tecnologia d'avanguardia è stato possibile ottenere un profilo sensoriale molto vicino a quello del caffè preparato sul momento, senza l'uso di coloranti né conservanti aggiunti. E' realizzato dalla società Ilko, nata da una joint venture fra illycaffè e The Coca Cola Company.



illycrema è la crema di caffè illy realizzata con micro-particelle di ghiaccio. Anche per questo prodotto non sono usati coloranti, conservanti o aromi ma solo ingredienti semplici e opportunamente dosati; l'ingrediente caffè è stato ottenuto partendo dalla miscela illy classica e utilizzando le tecnologie adatte alla salvaguardia dell'identità del gusto illy. illycrema è stata prima classificata nella categoria soft drink dei mixer award 2012 per il canale horeca, (novembre 2011).



illy Monoarabica: singoli caffè Arabica che fanno parte del tradizionale blend illy. Dietro un illy Monoarabica c'è la sua regione di provenienza con le particolari caratteristiche del suolo, l'altitudine, la pioggia, il sole, il metodo di coltivazione che ne influenzano in modo determinante gli aromi e il corpo.



Idillyum, il caffè monovarietà che presenta un basso tenore naturale di caffeina. Viene coltivato in El Salvador.

La caffettiera "Cuor di moka" messa a punto nel 2006 traslando la ricerca e le conoscenze acquisite nel campo dell'espresso al caffè preparato con la moka. Uno studio durato sei anni e la collaborazione con Bialetti hanno permesso l'industrializzazione della caffettiera che rimuove la parte finale, denominata "coda di estrazione", causa degli aromi negativi del caffè preparato con la moka.





L'innovazione nel packaging ha portato illycaffè a modificarlo per ben tre volte negli ultimi 15 anni: la confezione rappresenta un importante elemento distintivo, fonte di notevole valore aggiunto per i consumatori sia dal punto di vista estetico e informativo che dal punto di vista tecnologico (il caffè è conservato mediante il sistema della pressurizzazione che ne garantisce la costanza qualitativa nel tempo). Nel 2011, la confezione dell'astuccio monodose ha ricevuto il primo premio nella categoria sostenibilità del Pro Carton/ECMA CARTON AWARD 2011 (uno dei premi più significativi in Europa destinato ai packaging in cartoncino che si distinguono sul mercato).

Sul fronte delle macchine da caffè, illycaffè ha introdotto nel tempo una serie di modelli per cogliere le diverse esigenze dei clienti e dei consumatori: i diversi sistemi di preparazione uniscono l'unico blend illy alla tecnologia di macchine appositamente sviluppate. Quando introduce nuovi modelli, l'azienda è attenta anche all'innovazione a tutela dell'ambiente, che si concretizza con l'utilizzo di materiali non inquinanti, la massimizzazione della riciclabilità dei componenti, la riduzione dei consumi, l'attenzione agli sprechi. L'ecoinnovazione dei prodotti è perseguita in un'ottica che ne investe l'intero ciclo di vita. Nel 2012 sono state prodotte le X7.1 e Y1 touch che rappresentano l'evoluzione delle macchine da caffè secondo le normative ErP sui consumi energetici. E' stata creata la macchina Y2. E' stato, inoltre, introdotto il kit "doppio adattatore" per l'utilizzo delle capsule Iperespresso Ho.Re.Ca. con macchine professionali che usano caffè macinato.

L'ultima innovazione di packaging, in ordine di tempo, è Refilly. Il sistema innovativo di ricarica del classico barattolo in latta illy da 250 grammi. Sono stati gli stessi consumatori, ascoltati dall'azienda, a ispirare l'idea, che rappresenta un'importante innovazione nel settore del caffè macinato. Refilly infatti è una ricarica pressurizzata che permette di conservare a lungo la fragranza del prodotto e di esaltarne gli aromi. Il funzionamento è semplicissimo: la cartuccia si inserisce perfettamente all'interno del barattolo illy da 250 grammi e viene poi richiusa con il tappo originale, che ne preserva intatta qualità e freschezza.



LE INNOVAZIONI INTRODOTTE NEGLI ULTIMI ANNI



Y1 TOUCH

Y1 touch evoluzione della Y1 con comandi soft touch e gestione elettronica.



X2.1

X2.1 evoluzione della X2 con termoblocco in linea con le normative sulle cessioni dei metalli pesanti.



X1

X1 seconda macchina home Iperespesso in acciaio e top di gamma.



ILLYCREMA

Crema gelata al caffè, con espresso illy 100% Arabica e microcristalli di ghiaccio, senza grassi idrogenati, coloranti o conservanti.



X2

X2 prima macchina professionale Horeca a boiler con capsule Iperespesso.



CAPSULE IPERESPRESSO

Il sistema Iperespesso si compone di una macchina da caffè che si combina ad un'innovativa capsula; una completa camera di estrazione protetta da 5 brevetti internazionali.

2013

Y5

Nuova macchina Iperespesso home a scarico automatico in estensione di range della famiglia "Y"

X7.1

Limited Edition. Macchina di produzione limitata con colori "fluo" per la campagna Natale 2013

2012

Doppio adattatore

Kit per l'utilizzo di capsule IPSO Horeca su macchine professionali a macinato

2011



Y1

Y1 macchina home Iperespesso in alluminio e vetro ad espulsione automatica delle capsule. Gestione termica e comandi elettromeccanici.



X7.1

X7.1 evoluzione della X7 con tecnologia a termoblocco in linea con le normative sulle cessioni dei metalli pesanti.

2010

2009



ILLY ISSIMO

è un prodotto ready to drink creato per il consumo fuori casa. Senza coloranti né conservanti, illy issimo, frutto della collaborazione fra illy e The Coca-Cola Company, offre il massimo della qualità pronta per essere gustata fredda.



X7

X7 prima macchina home a boiler con capsule Iperespesso.

2008



IDILLYUM

il primo caffè monovarietà che presenta un basso tenore naturale di caffeina, dal profilo sensoriale unico e raffinato.

2007



CUOR DI MOKA

La caffettiera Cuor di Moka è il frutto della collaborazione tra illy e Bialetti alla ricerca - durata sei anni - della perfezione tradotta in caffettiera: è progettata per offrire solo la parte migliore di un eccellente caffè fatto in casa.

2006

2004

I clienti illycaffè

Highlights



373,9 milioni

373,9 milioni di euro le vendite a livello consolidato (+ 3,7% sul 2012)



21,7 milioni

Le macchine da caffè raggiungono quota 21,7 milioni euro, in leggera crescita rispetto al 2012



40%

Vendite nette in Italia (principale mercato per il Gruppo). Seguono i mercati EMEA, con il 38%



8,8%

Quota di mercato illycaffè in Italia canale Ho.Re.Ca. (fonte Databank, dato relativo al 31/12/2012)



illycaffè oggi è servito in oltre 100.000 fra i migliori bar, alberghi, ristoranti e negozi di oltre 140 Paesi del mondo con più di 6 milioni di caffè consumati ogni giorno fuori casa, a casa, sul lavoro e on the go (stima interna in base alle vendite ed al numero di clienti).

La centralità del cliente è alla base delle strategie dell'azienda e si traduce nella costruzione di una relazione duratura e nella continua attenzione alla sua soddisfazione, offrendogli prodotti e servizi di qualità assoluta, innovativi e a elevato contenuto di know how.

La strategia distributiva privilegia la costruzione di valore nel lungo periodo.

La crescita del cliente viene favorita applicando il modello strategico – ideato da illy - delle "4C", che sposa l'aspetto commerciale al concetto di sostenibilità, sempre con l'obiettivo di creare valore per tutti. Questa strategia ha permesso all'azienda di crescere anche in anni recenti, nonostante la crisi dei consumi.



- ♥ CUORE
- 👤 CLIENTE
- 📊 CASSA
- 📈 CRESCITA

Il valore sociale generato da illycaffè si trasforma in risultati economicamente positivi anche per i clienti in termini di volumi di vendita di caffè. In base ad analisi interne emerge come aderendo a forme più evolute e complete dell'offerta illycaffè (Artisti del Gusto, espressamente illy) i clienti possono ottenere risultati migliori.

Highlights

e 230
espressamente illy presenti

34
34 paesi nel mondo in cui sono presenti gli
Espressamente illy

36 milioni
Gli Espressamente illy servono 36 milioni di
consumatori ogni anno

1737
locali nel mondo coinvolti a dicembre 2013
nel progetto Artisti del Gusto

Ai clienti e ai consumatori di illycaffè viene offerto un unico blend composto al 100% da caffè Arabica, frutto di un processo selettivo e di lavorazione che salvaguarda ed esalta la qualità. I luoghi/momenti di consumo del caffè illy sono principalmente:

- bar (canale Ho.re.ca.: hotel, restaurant e café);
- casa (canale Retail);
- ufficio (vending, cioè vendite fatte in ambito lavorativo o comunità non riconducibili a pubblico esercizio).

Oltre a questi canali, i consumatori si sono mostrati sempre più interessati ad acquistare prodotti on-line attraverso l'e-shop illy: nel 2013 le visite sono state 1.700.247 (+74% sul 2012), 47.026 le transazioni web (+88%), gli acquisti effettuati sono stati 73.940 (+29%) per un importo pari a 6,15 milioni di euro (+16%). I clienti che, in Italia, utilizzano l'e-shop risiedono soprattutto nel Nord Italia.

Da recenti indagini emerge come illycaffè sia il marchio di caffè più desiderato al bar. Sono oltre 5,5 milioni, infatti, gli italiani che prestano attenzione alla marca consumata al bar, tra questi oltre 2,4 milioni dichiarano la loro preferenza per illy (Fonte GfK Eurisko, Sinottica 2012 indagine condotta su 10.000 casi rappresentativi della popolazione italiana).



ESPRESSAMENTE ILLY

espressamente illy è una formula di franchising che prevede un legame con un partner per un periodo medio rinnovabile di 6 anni.

Con 230 locali in 34 paesi, le boutique espressamente illy si trovano nelle vie principali delle più importanti città del mondo, negli aeroporti e nei centri commerciali. espressamente illy vuole essere per i clienti la "casa di illy"; un luogo dove immergersi per poter vivere appieno la filosofia di illy, lasciarsi deliziare dai suoi aromi e ammirarne il design e l'arte. La gamma di prodotti offerti prevede un menù caffetteria che offre una selezione completa di ricette caffè, che va dai grandi classici alle proposte più innovative. Il tutto, utilizzando il miglior caffè che la natura possa offrire. Alle proposte caffè si accompagnano le ricette dolci e salate, costruite attorno ai pilastri della qualità, freschezza e leggerezza, ed ispirate dalla migliore tradizione italiana. Piccoli sfizi, insalate, panini, una vasta gamma di dessert e il gusto unico del gelato artigianale italiano.

Un'offerta sviluppata in modo da soddisfare le esigenze dei clienti nell'intero arco della giornata.

Il programma di formazione capillare è realizzato dall'Università del Caffè che interviene a supporto della rete internazionale offrendo una preparazione completa - teorica e pratica - su tutte le tematiche attinenti al bar, al caffè e alle sue tecniche di preparazione.

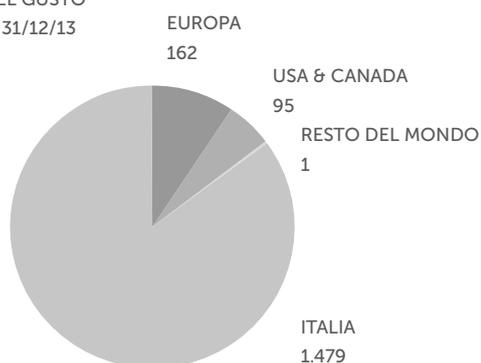
ARTISTI DEL GUSTO

illycaffè riconosce che la fedeltà al punto vendita svolge un ruolo essenziale nel rapporto con i consumatori, per questo investe costantemente sulla gestione della relazione con i responsabili e i gestori dei migliori bar.

Gli "Artisti del Gusto" sono baristi speciali e per loro illycaffè ha realizzato una rete internazionale con l'obiettivo di valorizzare e accrescere la loro professionalità.

illycaffè offre ai baristi inseriti nel progetto consulenze personalizzate e un programma di attività che si rinnova ogni anno: corsi avanzati e dedicati a loro all'Università del Caffè, una serie completa di accessori dedicati, la macchina da caffè

1.737 ARTISTI DEL GUSTO
CERTIFICATI AL 31/12/13



professionale XP1 illy by Cimbali.

Il progetto Artisti del Gusto, nato nel 2007 con l'esigenza di dar vita ad un network di professionisti accomunati dalla passione per l'eccellenza, ha da subito riscontrato un forte successo nel mercato italiano, con circa 250 clienti che hanno sposato il progetto ogni anno.

Alcuni di questi si trovano all'interno della Guida "Bar d'Italia" del Gambero Rosso, come realtà che si distinguono per la qualità del servizio e dei prodotti offerti.

Dei 1.740 clienti bar italiani citati, infatti, ben 237 sono clienti illy Artisti del Gusto (13,6% sul totale).

A questi "opinion leader", nonché baristi speciali, si è interessato anche National Geographic, che ha raccontato in 10 puntate il rito del caffè italiano e la missione dei professionisti per offrire il caffè perfetto: "Artisti del Gusto" è diventato così anche il nome di una serie dedicata ai baristi italiani, 10 città e 10 protagonisti che hanno fatto di questa professione un'arte, dedicandosi completamente a questo mestiere. Il programma è stato realizzato in diverse città italiane, da Trieste a Napoli, un vero viaggio nel mondo del caffè con il supporto di Università del Caffè di Trieste per offrire utili pillole di informazione al fine di sfatare i più comuni falsi miti su una delle bevande più

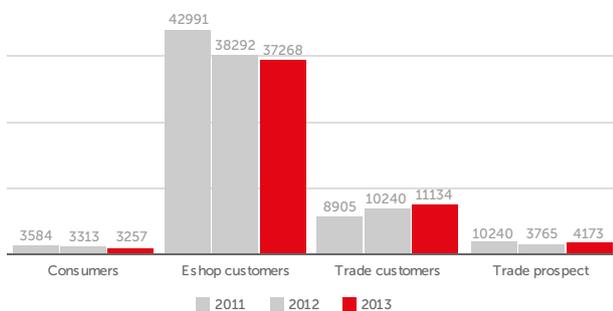
diffuse al mondo.

Oltre ad essere stato un buon modo per riconoscere l'eccellenza, dare visibilità ai meritevoli e comunicare il programma commerciale Artisti del Gusto, il programma televisivo ha raggiunto ottimi risultati di audience (1 milione di spettatori, con una media del +68% in termini di ascolti nella fascia oraria) e ha stimolato molte interazioni spontanee su internet e sui social network (235 mila interazioni), portando un incremento del 10% nei contratti Artisti del Gusto.



Ascolto e soddisfazione del cliente

Chi ha contattato il customer care di illycaffè (Italia)



La ricerca costante della relazione continuativa con il cliente consente di migliorare la capacità di illycaffè di orientarlo e soddisfarlo. Per farlo, basa le proprie strategie di relazione sui fattori che determinano la qualità del servizio quali l'accessibilità, la trasparenza nei processi, i tempi di risposta, l'omogeneità di trattamento sui vari canali e l'erogazione di servizi ad alto valore aggiunto. illycaffè gestisce le relazioni con i clienti anzitutto attraverso la propria forza vendita (160 persone che dialogano costantemente con il territorio di competenza) ma anche con strumenti come il sito web, i social network, il servizio di customer care, i corsi di formazione dell'Università del Caffè, il rapporto con i media, ecc.

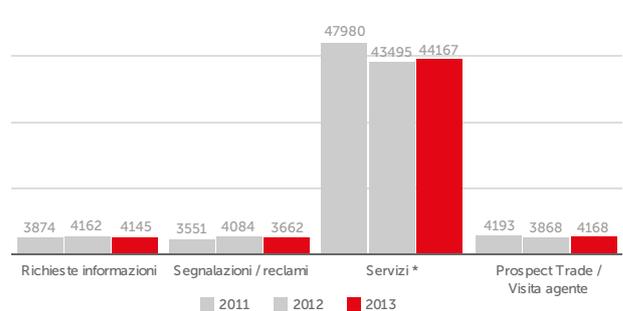
L'azienda ha progettato e implementato il servizio di Customer Care con il preciso obiettivo di assistere il cliente prima e dopo l'acquisto attraverso un servizio di consulenza.

Nel 2013 si sono verificati 55.832 contatti (+0,4% rispetto al 2012). Rispetto al 2011 le procedure di classificazione e gestione dei contatti sono state migliorate: ciò rende i dati presentati in questo report non perfettamente comparabili con quanto riportato nel 2011. Tuttavia, è possibile evidenziare alcuni trend:

- sono diminuite le richieste di assistenza/servizi e le richieste commerciali da parte di potenziali clienti;
- sono aumentate le richieste di informazioni da parte dei consumatori;
- sono diminuite le segnalazioni sulla qualità del prodotto caffè.

Oltre al Customer Care gestito dalla sede centrale, sono presenti strutture dedicate alla gestione delle relazioni con i clienti in tutte le società dell'azienda: in Nord America, ad esempio, il Customer Care è composto da 12 persone, in Francia da 5 e in Brasile da 4. Anche in Germania c'è un team dedicato, che gestisce circa 70 contatti al giorno mentre in Spagna il Customer Care gestisce un parco di 100 clienti e un potenziale di circa 3.000. In Olanda, sono state circa 500 le segnalazioni/ricieste prese in carico dal Servizio Clienti. L'attività riguarda sia la gestione dei clienti esistenti che di quelli potenziali e i motivi del contatto sono i più vari: novità

Motivazioni dei contatti



I dati del secondo grafico sono numericamente superiori a quelli del primo in quanto una stessa persona può contattare più volte il customer care nel corso dell'anno per motivi diversi

* Nella voce "Servizi" rientrano le richieste di assistenza e le chiamate in uscita che nel Value Report 2011 erano tenute distinte

sui prodotti, servizi, funzionalità del sito web.

A partire dal 2013 illycaffè estenderà il proprio sistema di monitoraggio dei contatti ricevuti dal customer care anche alla filiale presente in Nord America.

Attraverso il proprio sistema di gestione per la qualità e grazie alla tensione verso il miglioramento continuo, illycaffè interviene con specifiche azioni mirate per risolvere le eventuali problematiche e continuare a mantenere alti livelli di soddisfazione dei clienti e dei consumatori.

Oltre alle attività del Customer Care, sono stati utilizzati diversi altri canali per il contatto e l'ascolto dei clienti quali:

- presenza sui social network (dati 2013)
 - Facebook – oltre 405 mila fan (+125%)
 - Twitter – oltre 26mila follower (+40%) (illyIT, illyUSA, illycaffè, illyNL, Andrea_illy)
 - youtube – oltre 3.300.000 visualizzazioni (+590%) e 1.581 iscritti (+160%)
 - instagram (dal 2013) oltre 15mila followers (illy_coffee)
- ricerche di customer satisfaction rivolte a: 500 Artisti del Gusto coinvolti con uno studio quali-quantitativo; 335 bar illy del nordovest Italia; 900 clienti online;
- formazione all'Università del Caffè (27.915 corsisti nel 2013, 28.508 nel 2012 e 21.747 nel 2011);
- attività dei Quality Promoter e dei Consulenti Tecnici che interagiscono attivamente con operazioni e/o attività di informazione direttamente nel locale del cliente;
- visite in azienda ad hoc e porte aperte: visite in azienda - quasi 2.000 ospiti nel 2012.

Nel 2012 in Olanda illycaffè ha realizzato una ricerca qualitativa con panel di consumatori da cui, tra l'altro, è emerso che:

- illy è un marchio riconosciuto, affermato e ben noto per la sua qualità;
- il consumatore di illy ha conoscenze relative al caffè e alla sua preparazione mediamente più elevate, anche se ancora piuttosto basse;
- il prezzo viene considerato alto, ma è in relazione alla qualità percepita;

- anche nel canale Horeca, illy è un marchio noto e sinonimo di qualità, servizio e gusto.

Anche illycaffè North America, ha condotto alcune indagini nel 2013:

- 93% degli intervistati si è dichiarato soddisfatto per il Contact Center;
- 98% delle richieste dei Consumatori sono state risolte al primo contatto;
- 92% soddisfatto tra i possessori della macchina FrancisFrancis;

In Francia sono state realizzate indagini per la soddisfazione degli Artisti del Gusto circa i servizi offerti da illycaffè (feedback positivi), il personale di vendita sui nuovi prodotti di monoarabica (feedback positivi), l'offerta di cioccolata e thè (indagine non molto estesa).

Qualità in tazza

Per supportare ulteriormente i clienti del canale Horeca è stato varato anche il progetto "Qualità in tazza". Un team qualificato di tecnici propone servizi di assistenza e consulenza personalizzata ai gestori dei locali. In particolare, questa iniziativa prevede:

- il monitoraggio della qualità in tazza illycaffè servita dai Clienti Horeca e Vending (su richiesta) su tutto il territorio italiano (11.100 audit nel 2012 e 9.340 nel 2013);
- la gestione e monitoraggio dell'immagine del punto vendita;
- la formazione e la gestione del know-how sui canoni qualitativi di illycaffè e sulle attrezzature;
- la gestione dei test di nuovi prodotti;
- il coinvolgimento dei gestori e degli operatori tramite le opportunità offerte dall'Università del Caffè.

Inoltre, da settembre 2012 è attivo un accordo con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (dipartimento dell'Ispettorato centrale della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari) con la finalità di preservare la qualità superiore del blend illy 100% arabica e per tutelare i locali virtuosi che contribuiscono ogni giorno a portare il gusto e l'eccellenza illy agli italiani. L'accordo prevede lo svolgimento di un'attività di analisi su campioni di caffè, oltre alla sperimentazione di un nuovo metodo di analisi per consentire una più rapida identificazione di eventuale caffè miscelato con altro prodotto diverso dal blend illy. Questi strumenti, che vanno ad aggiungersi ai già numerosi controlli effettuati dall'azienda lungo tutta la filiera del caffè, è un'ulteriore garanzia a tutela e difesa della concorrenza tra esercizi commerciali e per assicurare al consumatore di gustare un espresso illy eccellente in ogni bar che ne porta l'insegna.

Gestione delle segnalazioni e azioni di miglioramento

Le segnalazioni e i reclami provenienti dai clienti e dai consumatori tramite il customer care sono recepiti dalla Direzione

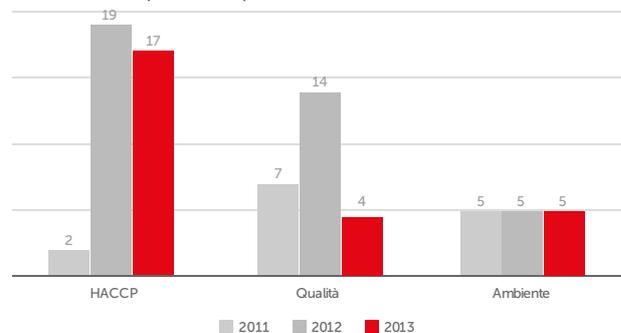
Assicurazione Qualità che li analizza e li gestisce avvalendosi della collaborazione delle diverse funzioni aziendali interessate, al fine di individuare le cause di insoddisfazione e le particolari criticità.

A seguito delle segnalazioni riguardanti gli ambiti qualità, ambiente e HACCP nel corso del 2012 sono state aperte 26 azioni di miglioramento di cui 22 sono state chiuse nel corso dell'anno. La gestione della Qualità Totale in illycaffè ha permesso di migliorare la percentuale di non conformità riscontrate sul prodotto: rispetto al 2012 la quota di non conformità riscontrate nell'anno è stato mediamente inferiore. In particolare, risultati positivi sono stati ottenuti nei prodotti Iperespresso, ESE e 125/250 grammi.

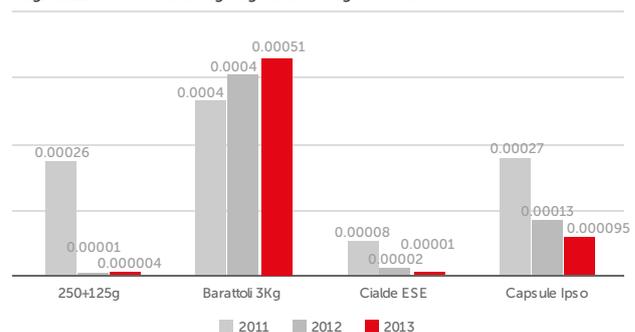
Anche le branch della illycaffè gestiscono e risolvono i reclami che riguardano problematiche dei mercati nazionali anche se le azioni riguardanti i prodotti sono concordati con la Direzione Assicurazione Qualità della sede centrale. In Olanda, dove nel 2013 è stato messo a punto un approccio sistematico per la gestione delle segnalazioni, nel 2013 sono state ricevute 100 segnalazioni, tutte risolte. In Spagna nel 2013 i reclami sono stati 20: i casi sono stati tutti risolti.

In Germania, i reclami e le segnalazioni sono state molto poche: alcune di queste, hanno riguardato i magazines Öko Test and Stiftung Warentest.

Azioni correttive preventive aperte



Segnalazioni da clienti: Kg segnalati su Kg venduti



Comunicazione e informazione responsabile

illycaffè vuole coinvolgere emotivamente e intellettualmente il consumatore, offrendogli una vera e propria esperienza polisensoriale.

Con questa idea, oltre ad offrire la qualità del prodotto, dove i requisiti di aroma, gusto e corpo sono veicoli essenziali per offrire un'esperienza straordinaria e unica di consumo, l'azienda ha trasferito l'eccellenza anche sulla tazzina, il principale strumento di utilizzo del prodotto: è così che nel 1992 nascono le tazzine illy Art Collection.

Far vivere l'esperienza del caffè significa condividere con il cliente il piacere per il senso estetico e la cultura: per questo l'arte e la creatività identificano i due concetti che caratterizzano il linguaggio scelto per esprimere i propri valori e la propria filosofia.

In questa direzione si muovono gli Espressamente illy, alcune sperimentazioni nella comunicazione contemporanea, la promozione e lo sviluppo di eventi culturali di rilevanza internazionale.

Alla base di tutta la comunicazione verso i clienti e i propri stakeholder, illycaffè pone 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 tempestività. Non si sono verificati casi di sanzioni per non conformità a regolamenti o codici per attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione.

- illycaffè aderisce al codice di autodisciplina pubblicitario;
- per rafforzare la verifica di congruità e di conformità con tutte le normative dei Paesi di riferimento, illycaffè sottopone le proprie etichette al parere professionale di Total Quality Food Consultants (società specializzata nell'attività di promozione e sviluppo della qualità agro-alimentare).

Sul fronte della comunicazione commerciale, l'azienda nel 2013 ha vinto i seguenti premi e riconoscimenti:

- 26° Gran Prix Advertising Strategies: primo premio per illy per la categoria "ombrello istituzionale", dedicata alle marche che rinforzano la propria identità distintiva, con la campagna "Artisti del Gusto", realizzata in collaborazione con Fox Factory e Fox International Channels.
- "TripAdvisor® - seconda edizione dei Travelers' Choice® Awards for Travel Favorites: selezione di brand che i viaggiatori hanno dichiarato essere i loro preferiti in viaggio. Questi viaggiatori hanno scelto illy come brand preferito per il proprio caffè.
- Mediastars. Una Stella di Categoria e sei Special Star sono state assegnate alle campagne illy in occasione della XVII edizione di Mediastars, riconoscimento nazionale che si propone di valorizzare le migliori campagne pubblicitarie, la professionalità e il talento di chi opera nel campo della comunicazione pubblicitaria classica e multimediale.
- 45° Key Award con Artisti del Gusto, promosso da Media Key, punto di riferimento per chi opera nel mercato della pubblicità e della comunicazione d'impresa: "ARTISTI DEL GUSTO ILLY" è stato premiato per la Categoria S4-Brand Entertainment Content.



Le persone illycaffè



Highlights

1.056
i dipendenti del Gruppo al 31/12/2013 (+6,7% rispetto al 2012)

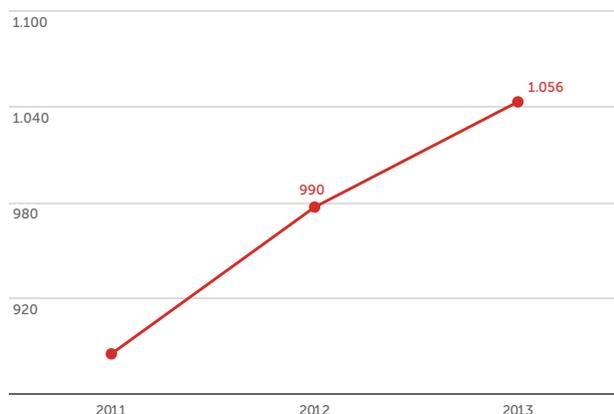
85%
dei dipendenti assunti a tempo indeterminato

12.548
ore di formazione per il personale in Italia nel 2013

-67%
numero infortuni in illycaffè SpA (Italia): 3 rispetto a 9 del 2012

-72%
i giorni di lavoro persi a causa di infortuni, in Italia, rispetto al 2012

Dipendenti gruppo illycaffè al 31/12



illycaffè riconosce la centralità delle persone, stakeholder strategici, e l'importanza di mantenere chiare relazioni basate sulla reciproca lealtà, sulla fiducia e sull'applicazione dei comportamenti dettati dal Codice Etico adottato dall'azienda. La gestione e la collaborazione nei rapporti di lavoro si ispira al rispetto dei diritti dei lavoratori e alla piena valorizzazione del loro apporto nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita. L'azienda promuove il valore delle risorse umane e per questo migliora e accresce il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore. È impegnata a stimolare le capacità, le potenzialità e gli interessi, anche personali. Persegue una piena realizzazione professionale facendo leva su un sistema di gestione del personale integrato e coerente: processi come l'assegnazione degli obiettivi, percorsi di formazione, addestramento e sviluppi di ruolo trovano attuazione nell'am-

bito del perimetro delineato dal piano strategico aziendale.

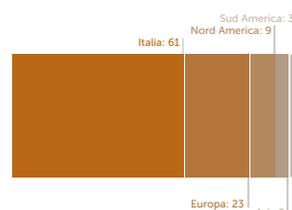
Si applicano inoltre sistemi di valutazione delle performance annuali basati su una chiara definizione di obiettivi condivisi, misurabili in termini numerici, economici e finanziari oltre che individuali, il cui raggiungimento è premiato con un riconoscimento economico variabile.

L'azienda tutela e promuove il miglioramento della qualità della vita dei collaboratori e delle loro famiglie. Offre un ambiente di lavoro confortevole e sicuro, stimola le capacità, le potenzialità e gli interessi personali delle proprie risorse umane; monitora e sviluppa una rete di convenzioni e agevolazioni che le possono facilitare.

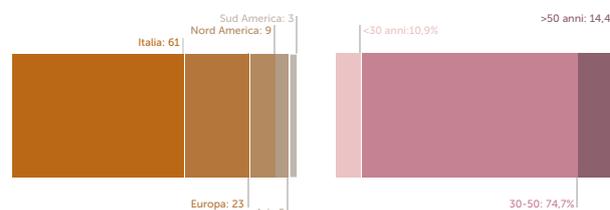
I dati seguenti fanno riferimento al personale del gruppo illycaffè SpA, ove non diversamente specificato: alcuni dati sono presentati con riferimento alla capogruppo illycaffè (Italia) poiché le differenze normative e del diritto del lavoro dei diversi Paesi in cui la società è presente non rendono facilmente comparabili e uniformi le performance registrate. L'azienda intende strutturare per il futuro un processo di raccolta e validazione dei dati più sistematico ed uniforme per rappresentare in maniera organica ed integrata le informazioni sul personale.

Al 31 dicembre del 2013, per le varie società del gruppo illycaffè SpA lavorano come dipendenti 1.056 persone (+6,7% rispetto al 2012). L'incremento deriva principalmente dai nuovi assunti in illycaffè SpA (capogruppo) (24 persone), Espresso-mente France (11 persone) e dalla costituzione - nel febbraio 2013 - della società Espresso-mente London LTD (25 persone).

Dipendenti per area geografica (%)



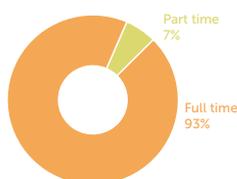
Dipendenti per fascia di età



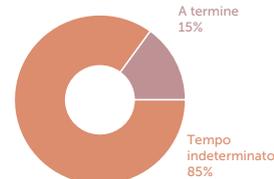
Il 68,5% del personale lavora alle dipendenze della capogruppo, di cui l'83% in Italia (come nel 2012), e il 41% è di genere femminile.

La distribuzione del personale per fasce di età è simile a quella del 2012 ma con un leggero spostamento verso le fasce più giovani (i collaboratori con meno di 30 anni sono il 10,9% rispetto al 9% dell'anno precedente).

% Dipendenti full time



% Dipendenti tempo indeterminato



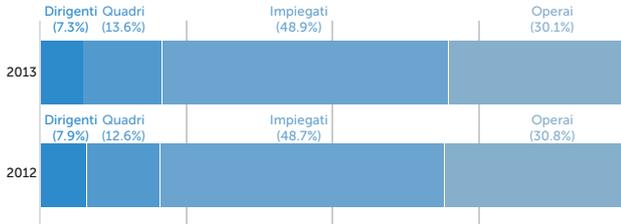
La distribuzione geografica del personale presenta per il 2013 una situazione simile a quella del 2012.

Il 61% circa del personale lavora nelle società italiane del gruppo, mentre il 23% è impiegato presso le altre società del gruppo con sede in Europa (20% nel 2012). Il resto del personale è distribuito tra Nord America (9%), Asia (5%) e Sud America (3%).

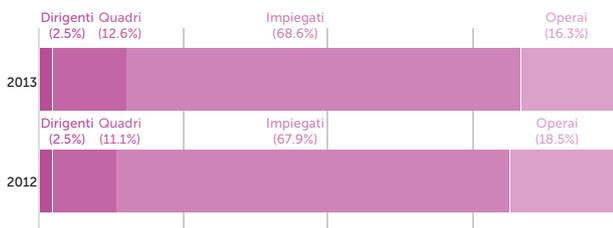


Al 31/12/2013 il personale illycaffè assunto a tempo indeterminato rappresenta l'85,8% del totale (in linea col 2012) considerando solamente i lavoratori impiegati da illycaffè SpA in Italia, questa percentuale sale al 96% (esattamente come nel 2012). Il ricorso al part time riguarda il 6,6% dei dipendenti (in linea col 2012) e viene richiesto principalmente dalle donne (94% dei casi).

Dipendenti uomini per categoria



Dipendenti donne per categoria



illycaffè premia il merito e, coerentemente con quanto previsto dal Codice Etico, offre ai propri collaboratori pari opportunità di lavoro sulla base delle capacità professionali e di rendimento. In termini di retribuzione vengono applicate le disposizioni previste dai Contratti nazionali e dalle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera.

Il rapporto tra la retribuzione annua lorda (paga base prevista dal CCNL maggiorata da scatti di anzianità, indennità di funzione, contingenza, bonus e/o benefit, straordinari pagati, compensi per ferie non godute ecc.) percepita in media dalle lavoratrici donne in Italia e la RAL media degli uomini è pari a 0,8 nel caso dei dipendenti di livello quadro, 0,9 per gli operai e impiegati. Tale rapporto è stato calcolato dividendo la

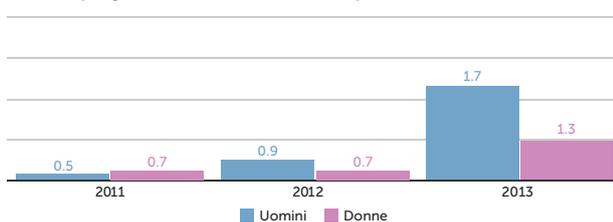
somma totale delle RAL percepite dalle donne per RAL dagli uomini, per ogni categoria.

La % delle donne presenti in posizioni di responsabilità (Dirigenti e Quadri) è pari al 36% (31% nel 2012).

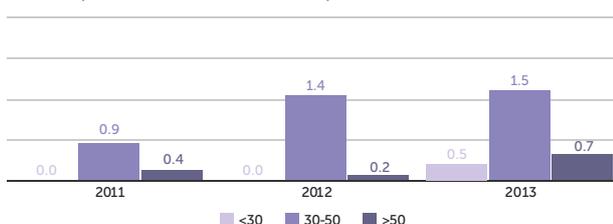
Il tasso di turnover per l'Italia nel 2013, calcolato come rapporto tra le persone uscite nel periodo e il totale organico presente alla fine del periodo, è pari a 3,0%, superiore a quello del 2012 (1,5%): si attesta comunque su valori fisiologici; sono stati concessi tutti i congedi parentali richiesti e non ci sono stati casi di abbandono del lavoro a seguito di questi.

I lavoratori appartenenti alle categorie protette rappresentano il 3,2% del totale della forza lavoro in Italia (+18% rispetto al 2012, con 3 nuovi ingressi).

Turnover per genere, Italia (% usciti sul totale presenti al 31 dicembre 13)



Turnover per età, Italia (% usciti sul totale presenti al 31 dicembre 13)



Movimenti del personale (Italia)	2011		2012		2013	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Qualifica						
Dirigenti	2	-1	1	2	-1	2
Quadri	4	2	1	2	3	4
Impiegati	2	15	16	3	3	11
Operai	1	1	1	-1	-4	-1
totale	19	17	19	6	1	16

Lavoratori usciti nell'anno: motivazioni	2011	2012	2013
pensione	14	8	4
dimissioni	11	10	8
termine	4	7	3
altro	0	5	3
totale	29	30	18



Formazione e sviluppo del personale

Le persone sono al centro degli interessi dell'impresa nonché componente fondamentale della strategia di evoluzione e crescita. L'azienda assume profili professionali che possano portare esperienze e competenze complementari a quelle già in essere; favorisce inoltre lo sviluppo interno dei collaboratori per le posizioni che si rendono disponibili. La formazione dei collaboratori è fondamentale per l'apprendimento e lo sviluppo professionale. Il management è dotato di uno spettro di competenze complementari e di alto livello, in grado di garantire all'azienda la competitività di cui necessita.

La formazione è una leva importante per supportare il processo di sviluppo previsto dal piano strategico dell'azienda, poiché le persone sono protagoniste del successo della stessa. Mira a fare diventare i collaboratori dei business partner (per supportare l'azienda nei maggiori progetti aziendali esistenti, nel conseguimento degli obiettivi assegnati, nello sviluppo delle competenze distintive per illycaffè); dei people partner (aiutando il management nello sviluppo del proprio staff); dei company partner (per sostenere l'azienda nello sviluppo di un'identità e una cultura per costruire leadership diffusa).

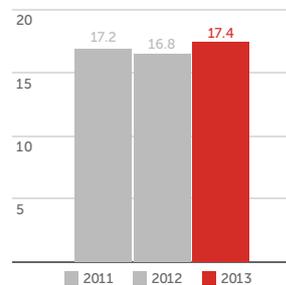
Il piano di formazione (a base triennale) viene formulato tenendo presenti gli obiettivi strategici, l'evoluzione organizzativa e le singole necessità formative. L'analisi dei fabbisogni individuali viene fatta con il coinvolgimento diretto dei capi funzione/capi servizio, l'esame delle schede sviluppo dei collaboratori e le loro osservazioni, considerando l'evoluzione che l'azienda dovrà avere nel prossimo futuro.

I "percorsi formativi" vengono costruiti e si suddividono in corsi per competenze tecniche e competenze comportamentali. Le metodologie didattiche variano in base alla tipologia del corso (in aula o training tecnici).

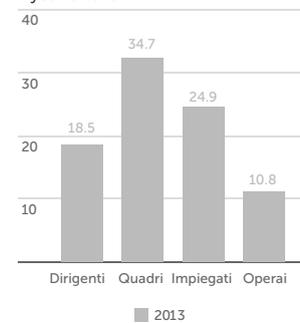
illycaffè collabora da anni con le migliori scuole di formazione aziendale come la SDA Bocconi di Milano, il MIB di Trieste, la London School of Economics, il Sole 24 ore formazione, Infinity, ecc.

Le iniziative formative più importanti realizzate da illycaffè SpA in Italia nel corso del 2013, escluse quelle relative alla salute e sicurezza, sono state le seguenti:

Ore medie pro capite, illycaffè Italia



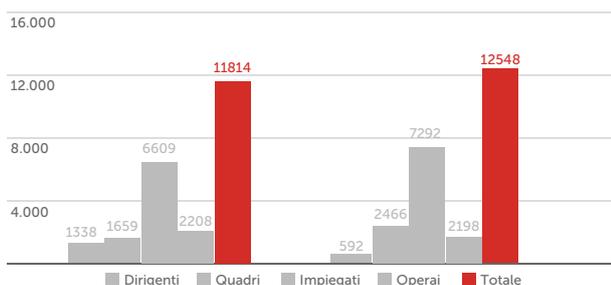
Ore medie pro capite per categoria, illycaffè Italia



- Corsi all'Università del Caffè per l'inserimento degli agenti della forza vendita illy;
- illy citizen: un programma pluriennale che ha coinvolto tutta l'azienda headquarters e le filiali su valori, identità, senso di appartenenza, cittadinanza attiva e in particolare sulla centralità del cliente;
- Workshop di 3 giornate sul Retail in collaborazione con la Fondazione CUOA per tutti i collaboratori che lavorano nella nuova divisione Business to Consumer;
- è stato progettato un catalogo della formazione con una serie di corsi a disposizione su tematiche di gestione del collaboratore, comunicazione, presentazioni efficaci, gestione del tempo;
- programma pilota per un gruppo di referenti tecnici su tecniche di lavorazioni meccaniche;
- un corso di team building per il team della funzione INTACC per potenziare la cooperazione e l'interfunzionalità, validare i processi decisori e quelli di group, problem solving;
- un corso Training the trainers per formare persone "ambasciatori della marca" che possano lavorare nei progetti illy citizen, Università del Caffè, ecc.
- corsi di lingua (inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese);
- corsi sull'utilizzo degli strumenti di Office automation e sull'utilizzo dei tablet iPad.

A livello globale fuori dall'Italia, le società del gruppo realizza-

Ore di formazione totale erogate al personale, illycaffè Italia



no a loro volta diverse attività formative (circa 2.650 ore nel +2% sul 2013) soprattutto su tematiche tecniche e commerciali (capacità di vendita, la gestione dei clienti, il customer care), organizzative ed informatiche. Si segnalano alcune iniziative specifiche realizzate negli Stati Uniti e riguardanti la prevenzione delle molestie sul luogo di lavoro, il teambuilding, il change e time management, il project management, lingua e cultura italiana.

Nel 2013 le spese sostenute per la formazione del personale a livello consolidato sono ammontate a 505.000 euro.

L'azienda è fortemente orientata alla valorizzazione della conoscenza e all'innovazione. Con l'obiettivo di non disperdere l'esperienza e di condividerla internamente è stato creato un vero e proprio contenitore del sapere, illy Knowledge Management (IKM), supportato da una infrastruttura tecnologica denominata Knowledge Management Architecture (KMA). Per realizzarlo sono state mappate le conoscenze disponibili e le loro fonti e rese disponibili al top management, ai docenti dell'Università del Caffè e a tutti gli utenti interni.

Il sistema di gestione e sviluppo delle risorse umane di illycaffè offre a tutti i collaboratori pari opportunità e sviluppi professionali, sulla base di criteri di merito.

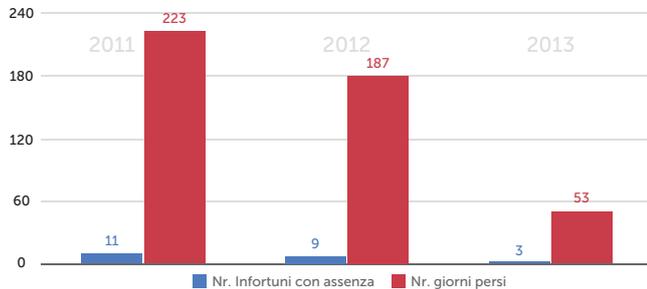
Tutto il personale ogni anno viene coinvolto nella valutazione delle performance e di sviluppo della propria carriera. Il sistema di performance management è uno strumento manageriale, orientato al raggiungimento di tre benefici specifici: migliorare la comunicazione tra responsabile e collaboratore; sostenere lo sviluppo organizzativo, chiarendo i contenuti e le responsabilità specifiche di ruolo; collegare in modo chiaro il contributo individuale alla realizzazione del piano strategico. Tutto ciò avviene facendo leva su un sistema di Key Performance Indicator che sono sia di natura economico-finanziaria ma anche legati al cliente, ai processi operativi, alle tematiche della crescita e apprendimento. I KPI sono individuati in base ai contenuti del piano strategico e attribuiti a ogni manager che, con le proprie azioni, può orientare i risultati aziendali.

Dal 2012 è stato attivato sulla rete Intranet il servizio di Job posting che permette ai dipendenti di candidarsi direttamente per le posizioni lavorative vacanti interne alla illycaffè. Si tratta di un sistema di selezione trasparente che permette all'azienda di velocizzare i processi di selezione di personale e ai dipendenti di cogliere nuove opportunità di sviluppo coerentemente con le proprie competenze e aspirazioni. Il dipendente interessato alla posizione invia la propria candidatura che viene presa in carico e valutata. I candidati in possesso dei requisiti e ritenuti idonei sono contattati dal Servizio Gestione e Sviluppo del Personale e invitati ad un colloquio. Se il procedimento interno non va a buon fine entro il termine fissato, la ricerca viene estesa al di fuori dell'azienda attraverso i consueti canali di ricerca del personale.



Salute e sicurezza

Numero infortuni e giorni persi in illycaffè in Italia



Nota: dati riferiti a illycaffè SpA in Italia.

A livello di società estere si segnalano n. 3 infortuni per un totale di 16 giorni di assenza in Olanda e in Brasile.

La cultura della sicurezza è preziosa e illycaffè ha scelto di costruirla insieme ai suoi collaboratori, sviluppando la consapevolezza dei rischi legati all'attività lavorativa e promuovendo comportamenti responsabili. L'azienda si impegna a tutelare la salute e la sicurezza dei lavoratori innanzitutto attraverso azioni preventive - attenendosi alle prescrizioni in materia antinfortunistica, di igiene e salute sul posto di lavoro - e attività formative. Ogni neoassunto, prima di iniziare a lavorare, deve seguire il corso dedicato a cura del Servizio di Prevenzione e Protezione.

In azienda, inoltre, è sempre presente un'aggiornatissima squadra di pronto intervento, che conta circa 40 dipendenti, capace di effettuare attività di primo soccorso e antincendio: alla fine del 2013 si contano 32 persone come componenti delle squadre antincendio e 30 persone come componenti della squadra di primo soccorso.

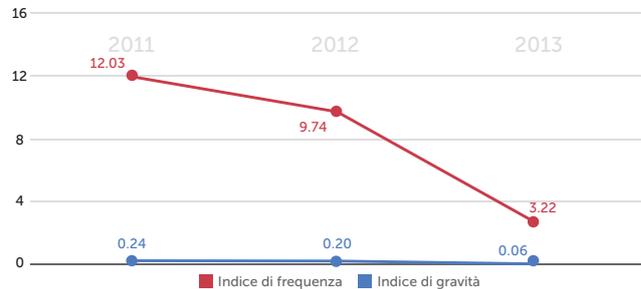
Nell'anno 2013 si sono verificati 3 infortuni per un totale di 53 giorni di assenza (nel 2012 sono stati 9 per 187 giorni di assenza) il più grave di questi ha riguardato un collaboratore che è stato tamponato alla guida dell'auto aziendale (48 giorni di assenza).

Su questo fronte illycaffè è impegnata a sviluppare percorsi formativi direttamente all'interno dei reparti produttivi con l'obiettivo di infondere maggiormente nei lavoratori la cultura della propria sicurezza e condividere il processo di analisi e valutazione dei rischi.

Sommando ai dati precedenti anche le assenze del 2013 per malattie, maternità, visite mediche, permessi ecc. emerge che il tasso di assenteismo totale per i lavoratori in Italia (calcolato come ore d'assenza - tranne le ferie - sul totale delle ore lavorabili) è pari al 9.0% di cui:

- malattia: 4,8% (3,4% nel 2012)
- maternità: 3,0% (2,75% nel 2012)
- infortunio: 0,04% (0,10% nel 2012)
- altro (visite mediche, permessi figli...): 1,02% (0,95% nel 2012)

Indice di frequenza e gravità infortuni illycaffè in Italia



Formazione e prevenzione

Anche nell'ambito della sicurezza l'aspetto formativo ricopre un ruolo di primaria importanza.

La diminuzione rispetto al 2011 è collegata al fatto che alcuni percorsi formativi previsti per l'anno 2012 sono stati rimandati e intrapresi all'inizio del 2013 (per un monte ore di formazione di circa 500 ore).

Dal 2008 è attivo il progetto "Zero infortuni" che ha come obiettivo la sensibilizzazione dei lavoratori e la diffusione di un atteggiamento culturale che li renda più consapevoli e responsabili nei confronti della sicurezza sul luogo di lavoro. Il progetto è nato con il coinvolgimento e la partecipazione diretta dei collaboratori, con i quali sono stati definiti i vari aspetti del progetto stesso tra cui la mascotte del progetto: Chicco.

Con l'attività di promozione e sensibilizzazione della cultura della prevenzione, tutte le persone dell'azienda sono state raggiunte in modo capillare: dieci sessioni formative, diverse campagne di sensibilizzazione e incontri calibrati per le singole fasce di popolazione in base alle specifiche responsabilità,

Corsi su sicurezza: ore complessive illycaffè SpA Italia	2011	2012	2013
Neoassunti	40	84	116
Personale addetto ai lavori elettrici	40	--	60
Carrellisti: personale addetto alla conduzione dei carrelli elevatori	48	56	--
Preposti	--	--	--
Direttiva macchine (ufficio tecnico)	--	--	--
Emergenza e primo soccorso	--	--	200
RLS: rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza	24	16	--
Testo Unico Sicurezza 81/08 per impiegati e operai	--	--	340
Corso Ascensori	80	--	--
Stress Lavoro Correlato	--	--	118
TOTALE ORE DI FORMAZIONE	232	156	834

hanno suggerito in modo nuovo i comportamenti corretti da adottare durante la propria attività lavorativa.

Sistema di gestione e valutazione dei rischi

Per garantire un miglioramento continuo delle condizioni di lavoro illycaffè monitora costantemente i cambiamenti che avvengono all'interno in connessione alle evoluzioni normative in materia di sicurezza. Nello specifico, è stata effettuata la valutazione dei nuovi rischi introdotti di recente con il d.lgs 81/2008 (Testo Unico in materia di sicurezza), in particolare il rischio da stress lavoro correlato. L'azienda ha ottemperato a quest'obbligo prima ancora che divenisse cogente. Inoltre, per l'efficacia della modalità con cui è stata eseguita la valutazione e visto anche la difficoltà interpretativa oltre che quella attuativa della norma, illycaffè è stata invitata a illustrare la propria esperienza come case study ad un convegno organizzato sul tema da Confindustria di Gorizia e Confindustria Trieste.

L'azienda si è dotata, inoltre, di un sistema di gestione della sicurezza che prevede la presenza di un Comitato ad hoc che riunisce tutte le figure competenti e responsabili in materia: Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione, i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, il Medico competente, i Delegati Funzionali per la sicurezza, il datore di lavoro.

In azienda sono presenti 3 Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza per tutte le categorie di lavoratori.

Dal 2013, è stata predisposta una procedura per migliorare le segnalazioni e le rilevazioni di ogni evento rilevante per la sicurezza. Tramite apposite schede vengono riportati i dati salienti e le misure correttive suggerite. Inoltre mensilmente viene prodotto un report sullo stato delle segnalazioni (chiuse, aperte e in lavoro). Il report è inoltrato a tutti i responsabili di funzione, Amministratore Delegato, Organismo di Vigilanza 231, Collegio dei Sindaci e RLS.

Nel 2013 sono stati realizzati i seguenti interventi:

- installazione di impianti di protezione da scariche atmosferiche
- In distripark, installazione di protezioni passive per la prevenzione incendi.
- ampliamento aperture finestrate.
- realizzazione di una zona filtro con strutture REI 120 tra reparto assemblaggio kit e scale.

Laddove nessuna azione tecnica è perseguibile per la riduzione del rischio l'azienda si adopera per fornire idonei mezzi di protezione ai lavoratori (DPI). Nel 2013 sono stati spesi circa 15.000€ per dotare i collaboratori di scarpe antinfortunistiche, guanti di protezione e otoprotettori. Ogni lavoratore esposto al rumore ha ricevuto un otoprotettore personalizzato, realizzato su misura con un calco.

Il monitoraggio della sicurezza dei luoghi di lavoro viene esteso anche ai lavoratori delle ditte terze: le imprese appaltatrici che operano all'interno degli stabilimenti di illycaffè devono attenersi a tutte le norme di legge esistenti in materia

di prevenzione infortuni ed igiene del lavoro. L'azienda estende a tutti quanti operino nei propri stabilimenti le attività di informazione e vigilanza: congiuntamente all'applicazione del DUVRI (Documento Unico Valutazione Rischi Interferenze) richiede una comunicazione tempestiva circa gli eventuali infortuni che dovessero occorrere per verificare se le cause dell'incidente possano essere ricondotte a responsabilità di illycaffè ed intervenire di conseguenza.

Per migliorare le condizioni di salute dei lavoratori delle ditte terze, illycaffè ha in programma di strutturare un sistema di reporting per monitorare gli infortuni occorsi ai fornitori operanti presso lo stabilimento di Trieste.



Comunicazione interna e welfare aziendale

illycaffè pone particolare attenzione alle relazioni interne allo scopo di facilitare la collaborazione tra le persone, aumentare il senso di appartenenza, incrementare la diffusione dei valori e della cultura aziendali. Nel contempo non sono stati persi di vista gli obiettivi base della comunicazione interna: sviluppo della conoscenza, coesione, senso di appartenenza e condivisione dei valori, favorendo l'integrazione interfunzionale. Durante tutto l'anno si sono susseguiti gli incontri "Momenti Exchange" per presentare in anteprima progetti, prodotti o, semplicemente, per comunicare notizie che coinvolgono l'azienda.

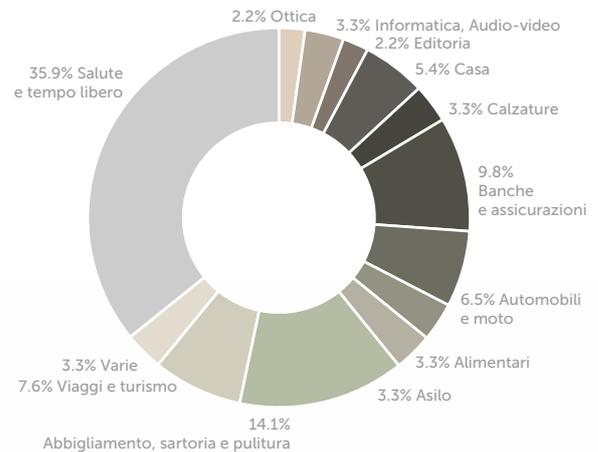
Dal 2013 è stato ristampato il giornale interno Exchange, prodotto in lingua italiana e inglese e distribuito ogni due mesi a tutta la popolazione aziendale residente nella sede di Trieste, in Italia e nelle branch estere. Il bimestrale, che racconta i fatti aziendali, viene scritto da una redazione di collaboratori interni.

Nel 2013 è stato siglato in azienda un patto di corresponsabilità fra tutti i cittadini illy finalizzato a definire gli impegni reciproci dei collaboratori, dei dirigenti e della proprietà con lo scopo di salvaguardare l'unicità di illy. Il patto è il risultato delle sessioni del programma di formazione interno illy citizen al quale hanno preso parte oltre quattrocento collaboratori e che definisce i tre valori connotativi che i collaboratori si impegnano a rispettare e che rappresentano il cosiddetto illy factor: l'impegno ad essere coerente, rispettoso e collaborativo. Dopo avere definito che la priorità dell'azienda è il cliente (interno ed estero), il patto stabilisce che è importante lavorare con passione, con umiltà e spirito di autocritica, avendo uno sguardo allargato a tutta l'azienda ed esponendo il proprio punto di vista con onestà. Poi ricorda che è necessario prestare attenzione alle risorse, rispettando le attrezzature e gli spazi a disposizione di tutti, coltivare le relazioni umane ed esprimendo disponibilità e attenzione alle necessità degli altri e agli impegni presi. Infine il patto sancisce l'importanza della collaborazione attraverso l'ascolto attivo, la condivisione delle informazioni, attività e progetti, anche con l'obiettivo di semplificare il lavoro degli altri. Il rispetto del patto costituisce la condizione indispensabile per potenziare l'alleanza tra le persone che, insieme, costituiscono l'azienda.

Prosegue il progetto "Made in illy" attraverso il quale le persone dell'azienda mettono a disposizione le loro competenze e danno la loro disponibilità in modo volontario a collaborare all'organizzazione delle feste aziendali.

Le attività di comunicazione interna e relazioni interne si integrano con il piano di formazione e con le relazioni industriali. L'azienda anche per la grande attenzione che presta alle risorse umane e a un'attiva Responsabilità Sociale d'Impresa ha una non elevata adesione dei dipendenti a organizzazioni sindacali, gli iscritti sono circa il 3.7%. Le relazioni interne che illycaffè ha costruito nel tempo sono volte a mantenere rapporti corretti e trasparenti con i dipen-

Convenzioni riservate ai dipendenti illycaffè in Italia



denti, nel pieno rispetto dei contratti collettivi nazionali della legge e negli accordi nazionali e internazionali in materia del lavoro. Nei primi mesi del 2013 è stata risolta una controversia aperta nel 2012 in Francia, mentre una causa di lavoro è tuttora in corso.

A favore di tutti i collaboratori (anche quelli con un contratto part-time e a termine) illycaffè ha anche definito alcuni benefit di natura finanziaria e sociale. Si tratta di iniziative che mirano in alcuni casi al miglioramento del benessere personale dei collaboratori e delle loro famiglie, mentre altri cercano di soddisfare alcune esigenze di natura extra-lavorativa.

Asilo nido e Libri di studio

Dal 2007 l'azienda supporta i genitori finanziando il 33% della retta mensile di alcuni asili nido privati convenzionati: nel 2012 le strutture convenzionate sono 4 e i figli dei dipendenti che usufruiscono del contributo aziendale sono in tutto 24.

Assistenza sanitaria e previdenza complementare

Dal 2003 l'azienda paga un premio (a suo totale carico) per l'assistenza sanitaria integrativa del dipendente e del suo nucleo familiare. Nel corso del 2013 le richieste di rimborso sono state 540 (61% dei dipendenti illycaffè in Italia).

Per la previdenza integrativa l'azienda versa un contributo superiore alla previsione contrattuale, pari a 135.000 (per il 2013). Gli iscritti ai fondi pensione aperti individuali dall'azienda, al 31/12/2013 erano pari a 351.

Servizio gratuito di orientamento scolastico ai figli

Un percorso dedicato ai collaboratori e ai loro figli in età scolare (2° e 3° media e 4° e 5° superiore) che si compone di un test e di un colloquio con uno psicologo durante il quale si discutono le potenzialità emerse dal test e si ricevono i suggerimenti per l'orientamento scolastico o lavorativo. L'obiettivo è quello di favorire una scelta autonoma e consapevole del proprio indirizzo futuro attraverso una maggiore conoscenza di sé e del proprio processo decisionale.

Mensa, Convenzioni e altri servizi "time saving"

Nella sede di Trieste i lavoratori hanno a disposizione una mensa aziendale (gestita da una ditta esterna specializzata) che, nel 2013, ha erogato 78.700 pasti ai dipendenti con un incremento di presenze del 0.5% rispetto l'anno precedente e senza alcuna variazione di prezzo a carico del dipendente:

l'azienda, infatti, copre il 67% del costo del pasto, lasciando al dipendente il pagamento residuo di circa 2 euro a pasto. Sempre nella sede di Trieste, illycaffè offre alcuni servizi aggiuntivi per liberare tempo ai dipendenti e agevolarli in alcune pratiche quotidiane come ad esempio uno sportello bancomat o il servizio di lavanderia attraverso una ditta specializzata che periodicamente ritira e riconsegna capi di vestiario.

Numerose sono anche le convenzioni sviluppate con esercizi pubblici, palestre, teatri, negozi, ambulatori medici, studi, agenzie del territorio con l'obiettivo di contribuire alla qualità della vita e al benessere dei lavoratori anche fuori dell'azienda, sostenendoli nella cura della propria salute e della famiglia, nei propri acquisti e contribuendo alla soddisfazione dei loro interessi culturali, sportivi e di svago.

Agevolazioni per l'acquisto dei prodotti illycaffè

illycaffè riserva al proprio personale una serie di benefici e sconti sull'acquisto dei propri prodotti attraverso l'uso del negozio interno, presente nella sede centrale di Trieste e aperto al personale illycaffè, ai collaboratori e agli ospiti registrati. Qui si trovano a prezzi vantaggiosi anche prodotti che per qualche motivo non possono andare sul mercato ma che possono essere usati: macchine espresso ricondizionate, caffè con scadenza a breve termine (minimo 3 mesi), caffè con confezioni leggermente difettose ma che non ne pregiudicano la qualità. Nel 2013, sono stati effettuati acquisti per 357.000 euro (5.680 clienti).



I fornitori

illycaffè, nel rispetto del valore della sostenibilità e dell'etica degli affari, intrattiene rapporti di mutuo beneficio con i suoi fornitori, selezionandoli e indirizzandoli anche in funzione dell'allineamento con i suoi valori. Con essi sviluppa rapporti a lungo termine, nella convinzione che solo una relazione di reciproco scambio e aggressimento garantisce la qualità e, con essa, l'incremento del valore prodotto. In particolare, ai produttori di caffè verde illycaffè trasferisce costantemente quelle conoscenze che sono indispensabili per l'ottenimento di un raccolto eccellente e riconosce loro, sulla base dei risultati qualitativi raggiunti, prezzi superiori al mercato (vai a filiera sostenibile e premi e incentivi per i produttori per la sezione dedicata ai produttori di caffè verde).

illycaffè opera un monitoraggio costante anche sulle relazioni con tutti gli altri fornitori con i quali basa i rapporti sull'estrema chiarezza.

A partire dalla fine 2013, sulla base del proprio Piano Strategico degli Acquisti, illycaffè ha iniziato ad adottare in maniera progressiva un Supplier Management System sui fornitori strategici per impostare e gestire la propria supply chain nelle diverse fasi di Selezione, Valutazione, Classificazione, Sviluppo e Sourcing Risk Management. Attraverso una nuova Procedura Acquisti l'azienda ha iniziato ad introdurre metodologie standard (decision matrix) per la selezione dei fornitori e la valutazione delle gare di fornitura per materiali indiretti, servizi, investimenti, materie prime e prodotti finiti. Tutti i fornitori di illycaffè dovranno corrispondere ai criteri e i requisiti individuati nella Politica aziendale.

Per illycaffè l'efficienza e la sostenibilità della filiera industriale passano attraverso la selezione dei fornitori locali senza pregiudicare i requisiti chiave:

- Sicurezza dei prodotti - servizi - processi. La responsabilità e il valore creato da illycaffè nel lungo periodo per i propri stakeholder è di garantire, prima ancora dell'eccellenza qualitativa, prodotti, processi e servizi sicuri nel rispetto delle più rigorose normative. Per questo è importante selezionare e gestire i fornitori per una sicurezza totale.
- Eccellenza qualitativa e benessere. La sostenibilità del business illycaffè e il valore aggiunto che l'azienda è in grado di creare dipendono indissolubilmente dall'eccellenza qualitativa e al benessere che è in grado di offrire ai propri stakeholder.
- Integrità, condivisione valore e vantaggio commerciale. In ogni contratto di fornitura, è richiesta la clausola di visione e impegno al rispetto del codice etico di illycaffè.

Per il futuro, l'azienda intende migliorare la qualificazione dei fornitori mediante l'utilizzo di indicatori di prestazione secondo quanto previsto dai diversi sistemi di gestione aziendali e il progressivo impiego di requisiti di sostenibilità (diritti umani, sicurezza, performance ambientale, certificazioni di prodotto, ecc.) nelle procedure di selezione e analisi. Il primo step consisterà nella mappatura degli standard internazionali adottati dai fornitori, quali (a livello alimentare):

- Fair Trade (Standard WFTO per il commercio equo e solidale);

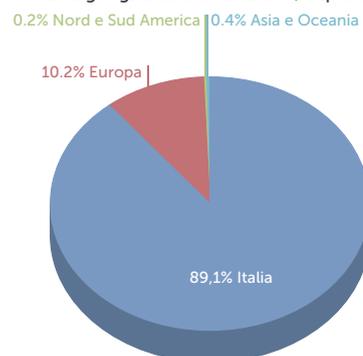
- Principi dell'agricoltura biologica (IFOAM);
- Tavole rotonde (ad es., Tavola rotonda sull'olio di palma sostenibile - RSPO);
- Codice di Condotta per le Comunità del Ca_è (C4);
- Certificazione della Rainforest Alliance; Marine Stewardship Council (MSC);
- Forest Stewardship Council (FSC); ecc.

I principali fornitori non caffè verde di illycaffè possono essere suddivisi in:

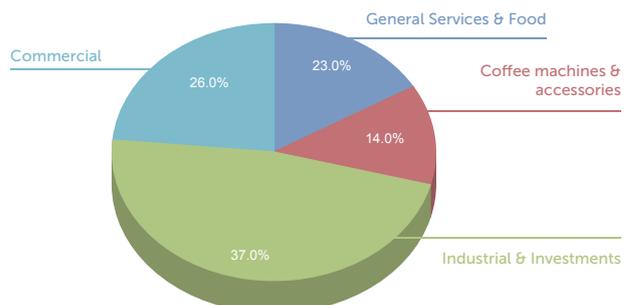
- General Services & Food: consulenze, ristorazione, strumentazione laboratori e ricerca, facility management, materiali d'ufficio, convenzioni, sicurezza e safety, alimentari.
- Commercial: display, accessori da banco, tazze, gadgets, grafiche e stampati cartotecnica, abbigliamento, insegne e tende, allestimenti, usa e getta.
- Industrial & Investments: imballi primari, imballi secondari, impianti di produzione, manutenzioni impianti e attrezzature stabilimenti.
- Coffee machines & accessories: macchine da caffè home e Ho.Re.Ca, professional; attrezzature; piccoli elettrodomestici; parti di ricambio.

Dalla mappatura per area geografica dei principali fornitori non caffè (considerando una spesa superiore a 10mila euro) emerge come l'89% del fatturato di acquisto corrisponde a fornitori con sede in Italia; il 10% invece, si riferisce a fornitori con sede nel resto d'Europa. L'1% degli acquisti proviene da paesi extra Europei.

Area geografica dei fornitori (% spesa 2013)



Tipologia acquisti (% spesa 2013)





illycaffè
e la comunità

Highlights



Diversi progetti per la promozione e lo sviluppo di iniziative a forte ricaduta sociale nei Paesi produttori di caffè



illycaffè rispetta i diritti umani delle comunità dei produttori attraverso un impegno oggi certificato dal Responsible Supply Chain Process



320 mila euro di elargizioni erogate dalla Capogruppo in Italia per scopi di utilità sociale nel 2013 e 383mila euro di quote associative; 238 mila € dalle società estere



illycaffè supporta la comunità degli artisti attraverso la partecipazione a eventi nazionali ed internazionali e promuovendo direttamente progetti culturali ed artistici

illycaffè entra responsabilmente in relazione con le comunità coinvolte lungo la catena del valore, sviluppando un'attenzione particolare ai benefici che è in grado di generare.

La salvaguardia dell'ambiente è un valore imprescindibile di tutte le attività dell'azienda. Il sito produttivo è stato costruito ed è costantemente rinnovato nel pieno rispetto del territorio e della comunità che lo circonda. L'azienda si è fatta promotrice presso gli enti preposti della creazione di un Distretto del caffè nella provincia di Trieste, permettendo a questo settore e al suo indotto di continuare a crescere ed espandersi a livello internazionale. Quando le competenze professionali lo consentono, utilizza il più possibile risorse umane e tecnologiche del territorio.

L'attenzione per le comunità dei Paesi produttori si manifesta soprattutto attraverso la formazione impartita in loco e le partnership avviate con le istituzioni per la realizzazione di progetti ad ampia ricaduta sociale. La condivisione della conoscenza proposta ai produttori dall'Università del Caffè o dagli agronomi e tecnici dell'azienda per produrre un caffè di qualità superiore, permette loro, una volta che siano stati raggiunti risultati di eccellenza, di ottenere prezzi superiori a quelli di mercato. La costruzione di infrastrutture legate alla coltivazione del caffè - come le strade che collegano i paesi ai luoghi di processamento della materia prima - o che servono per migliorare la qualità della vita della comunità caffeeicola - come la costruzione di scuole - rappresentano un esempio di progetti che l'azienda porta avanti per creare valore nelle comunità con le quali interagisce.

illycaffè si esprime e comunica attraverso l'arte contemporanea. Con le comunità di artisti e creativi ha intrapreso un percorso incentrato sulla diffusione di arte, estetica e cultura supportando istituzioni nazionali ed internazionali, creando in prima persona eventi e iniziative e offrendo occasioni di espressione a molti giovani artisti.

Il rapporto con le comunità, infine, trova riscontro sia nel sostegno a iniziative e progetti locali sia nell'impegno concreto dell'azienda in materia di Diritti Umani, che si traduce nel totale rispetto della persona in ogni ambito.



Arte, estetica e cultura

Il caffè è da sempre legato al mondo della cultura e, in particolare, dell'arte. Da bevanda ufficiale dell'illuminismo ha stimolato nei secoli pensieri e movimenti culturali.

Nei Caffè ci si incontra e si dialogava davanti alla tazzina, diventando così un simbolo di convivialità e di aggregazione sociale. Questo duplice ruolo di bevanda e di luogo ha accompagnato la storia del caffè e ha indotto l'azienda a scegliere l'arte come territorio primario per esprimere i suoi valori e il suo pensiero. Oggi dopo più di vent'anni di attività e di sostegno all'arte contemporanea illycaffè può essere definito un operatore competente e attivo che ha sostenuto decine di artisti affermati e ha promosso altrettanti artisti emergenti dando loro visibilità durante le più grandi Fiere d'arte internazionali.

Se le modalità di intervento possono essere diverse di volta in volta, quello che non cambia è il pensiero originatore di questo impegno che è quello di diffondere e sostanziare una cultura di ricerca e applicazione del bello unito al ben fatto. Simboli di tale filosofia di ricerca sono i progetti e i contenuti sviluppati all'interno di attività di partnership come la Biennale di arti Visive di Venezia dove si abbinano ad interventi diretti di sostegno progetti destinati ad accrescere l'esperienza dei visitatori di mostre a lunga percorrenza.

Attraverso le sue iniziative artistiche l'azienda avvicina il grande pubblico all'arte contemporanea, in modo democratico e coinvolgendo non solo gli esperti del settore ma il mondo del consumo. Con la produzione delle illy art collection l'azienda è riuscita a portare l'arte sulla bocca di tutti facendo conoscere in modo originale i maggiori interpreti dell'arte contemporanea.

La scelta del territorio culturale è stata continuativa. Lo dimostrano i 20 anni di lavoro sulle illy art collection, i 12 anni di illywords il magazine che esprime i pensieri e la filosofia dell'azienda. Per illycaffè si tratta di un asset strategico.

Il desiderio di offrire un'esperienza autentica ha stimolato illycaffè a auto-produrre Galleria illy, l'evento che fa vivere la brand a 360 gradi, o a partecipare a manifestazioni come il Festivalletteratura di Mantova, Arco di Madrid, Artissima di Torino.

Un'altra iniziativa basata sul concetto di impollinazione culturale è la creazione di comunità attraverso il web: il blog di illywords o il sito ilysustainart.org rappresentano oggi il punto d'incontro di intellettuali, artisti e appassionati della marca.

Galleria illy

Galleria illy è uno dei maggiori eventi organizzati dall'azienda con creatività interna. Si tratta di un temporary event che viene progettato nelle maggiori città globali del mondo e che fa conoscere la brand attraverso l'espressione di valori, la condivisione dell'esperienza e la conoscenza culturale dei territori che ha scelto come elitari e dove gusto, arte e bellezza convergono per far vivere al visitatore un'esperienza straordinaria. Dopo le esperienze di New York nel 2005 (20.000 visitatori), di Milano nel 2006 (7.000 visitatori), di Trieste nel

2008 (30.000 visitatori), Berlino e Istanbul nel 2010 (120.000 visitatori), Londra nel 2011 (6.000 visitatori) e nel 2012 Galleria illy approda a Pechino in Cina con l'obiettivo di confrontare due culture differenti ma entrambe desiderose di verificare la competenza e condividere la conoscenza.

Importanti i numeri raggiunti attraverso i media classici e i new media : oltre 85 milioni di readership di cui 19 milioni in Italia e attraverso i social network 1.509.700 persone raggiunte dopo aver prodotto 54 posts, 11 video e 142 fotografie.

Biennale di Venezia

illycaffè è tornata a sponsorizzare, nel 2013, l'Esposizione Internazionale d'Arte (55° edizione) dopo esser stata presente nel 1997 e dal 2003 per sei edizioni consecutive. A due anni dall'EXPO 2015 di Milano (nel quale illycaffè curerà il Coffee Cluster, il padiglione tematico dedicato al caffè), l'azienda triestina ha voluto creare un ponte ideale tra la kermesse veneziana e l'esposizione universale facendo del caffè la bevanda ufficiale del pensiero artistico. Durante l'esposizione, sono state ripercorse le tappe fondamentali del percorso che illycaffè ha compiuto negli anni nel mondo dell'arte contemporanea. L'opera di James Rosenquist (che ha disegnato il celebre logo dell'azienda) è stata reinterpretata da immagini simbolo del rapporto tra illycaffè e l'arte.

illy Art Collection

La serie di tazzine d'artista illy Art Collection - realizzate a partire dal 1992 - è una delle espressioni più evidenti del rapporto che l'azienda intrattiene con l'arte contemporanea. Gli esponenti più autorevoli del panorama artistico internazionale e tanti emergenti hanno trasformato un oggetto di uso quotidiano come la tazzina - in questo caso reinventata dall'architetto e designer Matteo Thun - in un oggetto di culto. Michelangelo Pistoletto, Marina Abramovic, Jeff Koons, Francesco Clemente, James Rosenquist, Anish Kapoor e Julian Schnabel sono solo alcuni dei grandi maestri che hanno contribuito a questo progetto. L'utile derivato dalla vendita delle collezioni viene reinvestito nel mondo dell'arte per supportare progetti e istituzioni. Attraverso la produzione e vendita di tazzine illy Art Collection l'azienda intende dare successivamente visibilità a giovani artisti che partecipano a fiere internazionali d'arte istituendo premi e individuando progetti. Nel 2013 tre artisti Vanessa Safavi (Svizzera -Galleria Chert, Berlino) Santo Tolone (Italia, Galleria Limoncello , Londra) e Naufus Ramirez-Figueroa (Guatemala- galleria Proyecto Ultravioleta Guatemala City) hanno potuto organizzare una mostra al castello di Rivoli grazie a illycaffè.

In Aprile 2013 è stata presentata la nuova illy Art Collection "Terzo Paradiso", firmata da Michelangelo Pistoletto, una delle figure più autorevoli del panorama artistico internazionale, Leone d'Oro alla carriera alla Biennale di Venezia nel 2003, e Cittadellarte-Fondazione Pistoletto di Biella (il percorso di collaborazione con Michelangelo Pistoletto è iniziato nel

2000). L'occasione è coincisa con l'opening della nuova boutique Espressamente illy Louvre Opéra e in concomitanza con la mostra curata da Michelangelo Pistoletto "Anno 1, il paradiso sulla terra", aperta al pubblico dal 25 aprile al 2 settembre al Musée du Louvre.

James Rosenquist e il logo illy

La collaborazione con James Rosenquist ha inizio quando l'artista crea la sua prima tazzina illy Art Collection. L'artista ha ideato nel 1996 l'attuale logo dell'azienda, a sancire il binomio illycaffè e cultura.

illy SustainArt

Il progetto illy SustainArt nasce nel 2007 per proporre alla comunità artistica internazionale un'opportunità di visibilità e comunicazione, offrendo spazio agli artisti provenienti da Paesi in via di sviluppo. Nel 2011 è stata attivata la piattaforma digitale illysustainart.org, un osservatorio per vedere e valorizzare opere e mostre collettive con l'obiettivo di incentivare lo scambio culturale in un luogo d'incontro comune. Dopo aver assegnato premi in danaro per sostenere l'attività dell'artista vincitore grazie alla valutazione di una giuria presieduta da Michelangelo Pistoletto e tra gli altri, dai curatori Angela Vettese e Carlos Basualdo, il progetto si è evoluto nel 2012 individuando una formula di supporto educativo per chi vince l'edizione 2012 attraverso il giudizio della stessa Giuria. Una residenza di tre mesi presso la Fondazione Bevilacqua La Masa di Venezia che organizza un soggiorno studio per l'artista premiato concomitante alla Biennale di Venezia. L'artista (o curatore) ha la possibilità di frequentare corsi, visitare studi d'arte e convegni organizzati dalla Fondazione. A fine corso ha la possibilità di presentare lavori prodotti nell'arco dei tre mesi e riassumibili in una mostra. A fine 2013 gli artisti da selezionare sono stati 187 provenienti da 29 Paesi; l'edizione del 2013 è stata vinta dall'artista honduregno Adan Vallecillo (1977).

illycaffè ha, inoltre, consegnato a Waleria Americo un Premio illy sustain Art in Brasile presso la Fiera SP Arte: il premio fa parte del supporto che illy offre alle maggiori Fiere Internazionali d'Arte.

illycaffè e il Festivaletteratura di Mantova

19 corsi dell'Università del Caffè per un totale di oltre 760 partecipanti; più di 11.000 tazzine di Iperespresso servite con y1.1 e x7.1; circa 200 cappuccini al giorno; oltre 2.500 dosi di illycrema e 3.000 lattine di illyssimo. Distribuiti circa 2.000 illywords e illystories i brevi racconti d'autore da leggere sorseggiando un espresso. Questi i numeri, significativi, che testimoniano il successo della presenza di illycaffè a Mantova.

illycaffè e i progetti editoriali

Attraverso la rivista *illywords*, i dialoghi sul sito *illywords* e la collaborazione da più di dieci anni con il Festivaletteratura di Mantova illycaffè contestualizza nel contemporaneo il ruolo del caffè quale bevanda che accompagna la cultura. Come già avvenuto nell'illuminismo la tazzina di caffè associa ad un momento di pausa lo stimolo intellettuale e la ricarica creativa. Nello specifico del festival di Mantova, illycaffè ha supportato per oltre dieci anni il progetto Scritture Giovani con l'obiettivo di contribuire alla promozione e diffusione degli autori emergenti. Il progetto vedeva impegnati alcuni dei principali festival letterari europei come The Telegraph Hay Festival del Regno Unito e Internationales Literaturfestival Berlin della Germania. *illywords* è il magazine che introduce dialoghi, opinioni e punti di vista cari all'impresa e che vive il confronto con il mondo contemporaneo. Le sue parole sono quelle di persone che appartengono a diverse culture, professioni e che fanno parte della rete umana che rappresenta il network di illycaffè. Ciascun numero tratta un tema monografico diverso, in cui scrittori, artisti, designer, imprenditori portano il proprio punto di vista e le proprie esperienze. La grafica e le immagini sono create di volta in volta in esclusiva da studenti di scuole internazionali di design a cui si offre visibilità in tutto il mondo.

illywords: più di 10 anni di arte e cultura

- 12 anni di vita, circa 7.000 abbonati, una media di 20.000 copie per numero.
- 35 Scuole Internazionali di Grafica che hanno illustrato altrettanti argomenti monografici per dare visibilità e notorietà agli studenti. I temi 2013: CoffeeTelling e Meeteuropa.
- 2 numeri in media all'anno con distribuzione in tutto il mondo in particolare nei migliori book shop museali internazionali.
- Blog con circa 2.000 amici facebook. A trimestre il blog ha ricevuto 9.000 visite, 7.250 visitatori unici, di cui il 75% sono nuovi visitatori e il restante 25% sono visitatori che ritornano. Nel 2013 è stata introdotta la doppia lingua inglese/italiano per ogni post.



Comunità e istituzioni dei paesi produttori

“Le comunità in cui vive l’azienda beneficiano delle opportunità di occupazione che vengono create dalla stessa sul territorio, oltre ad avere un riverbero di visibilità e di immagine”

— Manifesto della Sostenibilità illycaffè

illycaffè è attenta alle comunità locali nelle quali opera, instaurando con queste relazioni durature incentrate sull’ascolto delle reali esigenze, sul dialogo e sul coinvolgimento, in un’ottica di miglioramento continuo.

Il legame con la crescita delle comunità e la qualità del caffè è inscindibile: negli ultimi vent’anni, l’azienda triestina ha adottato verso i Paesi produttori un sistema di selezione e formazione dei migliori coltuttori, basato su il know-how acquisito negli ottant’anni di attività nel settore. Tutto questo per ottenere il prodotto migliore direttamente alla fonte.

Per rispondere alle esigenze delle comunità del caffè, illycaffè avvia partnership e mantiene relazioni con importanti istituzioni a livello mondiale e sostiene le comunità in cui il caffè viene coltivato. Nel corso degli anni l’azienda ha costruito scuole, donato risorse e portato infrastrutture di base per servire le piantagioni di caffè nei villaggi di tutto il mondo.



ILLYCAFFÈ IN ETIOPIA

illy contribuisce allo sviluppo delle comunità e, nel tempo, ha costruito una strada per collegare le aree di produzione alle stazioni di lavaggio per facilitare il viaggio dei piccoli produttori. Ha supportato inoltre la realizzazione, dispensari rurali per la fornitura di medicinali e la costruzione di stazioni radio, TV e telefoniche. Nel 1998, è iniziata la collaborazione con Share Our Strength (SOS) - un'organizzazione no-profit che vuole combattere la fame nel mondo - e ha devoluto, in oltre dieci anni, più di 2 milioni di dollari alla causa. Grazie alla collaborazione con l'organizzazione, l'azienda introduce, nel 2004, il progetto Cup of Kindness. Il programma, negli ultimi anni, ha reperito i fondi per costruire e supportare nel tempo la Scuola di Moyale Woreda, una regione etiopica colpita da una forte siccità.

illycaffè ha contribuito, anche, alla costruzione di una scuola primaria e di una secondaria a Sisota (nella regione di Sidamo) nell'area adiacente ad una delle principali stazioni di lavaggio del caffè. Questo ha contribuito al miglioramento del sistema educativo nella zona e ha favorito la permanenza a scuola dei ragazzi sotto i 14 anni.

illycaffè ha costruito nel tempo un dialogo stabile con diverse Organizzazioni governative, Istituzioni ed Associazioni di categoria, Istituzioni di ricerca e Università legate alla filiera del caffè ed operanti a livello internazionale o nei Paesi Produttori.

L'impegno di illycaffè ad innalzare la qualità delle pratiche dei

produttori e a migliorare la qualità della vita della comunità è testimoniato anche dai riconoscimenti che varie autorità hanno riconosciuto all'azienda triestina.

Brasile

Cittadinanza onoraria ad Ernesto Illy a Monte Carmelo (Brasile) per i meriti acquisiti nella diffusione del caffè di qualità nel 2002.

Colombia

Decorazione Café di Tamara (Colombia) per il lavoro svolto a favore della qualità del caffè nella regione.

Guatemala

Ernesto illy Commendatore de la Flor del Café Anacafé (Guatemala) per i meriti nell'impulso alla qualità nel 2004.
Orden del Quetzal da parte del Governo del Guatemala conferito nel 2011 ad Anna Illy per i meriti come console onorario e come promotrice della qualità del caffè nel Paese.

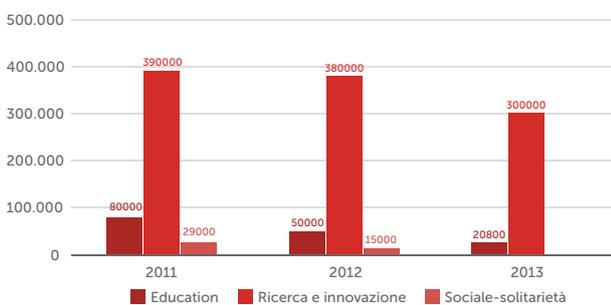
Paese	Istituzione
Brasile	CECAFÉ – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuaria Universidade São Paulo Universidade Federal de Viçosa Instituto Terra Funarbe - Fundação Arthur Bernardes
Colombia	Federacion Nacional de Cafeteros de Colombia Fundación Natura
Guatemala	Anacafé Governo del Guatemala
El Salvador	Consejo Salvadoreño del Café
Ethiopia	Ethiopian Coffee Exporters Association
India	Coffee Board of India
Tanzania	Coffee Board of Tanzania
Cina	Institute of Tropical and Subtropical Cash Crops (ITSCC)
Internazionale	ICO - International Coffee Organization Dal 2012 Andrea Illy è Chairman del Promotion and Market Development Committee UNIDO - Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale WB – World Bank (Banca Mondiale) ASIC - Association for Science and Information on Coffee ICTP - International Centre for Theoretical Physics SAI - Sustainable Agriculture Initiative platform SCAA - Specialty Coffee Association of America ISIC – Institute for Scientific Information on Coffee

Contributo alle iniziative del territorio e alla collettività

Con riferimento agli "investimenti sociali", oltre alle collaborazioni strategiche con le Comunità dei Paesi Produttori, le diverse società del Gruppo si adoperano per creare valore e beneficio per le comunità in cui operano.

In un'ottica di lungo periodo vengono sostenuti interventi nei campi socio-assistenziale, educativo, di solidarietà, della ricerca scientifica. Nel 2013 la sola illycaffè SpA ha sostenuto interventi in questi settori erogando 320.000 euro. A questi si sommano le erogazioni delle società estere che, in totale, ammontano a circa 238.000 euro.

EROGAZIONI LIBERALI ILLYCAFFÈ IN ITALIA



Tra le iniziative di ricerca e innovazione sostenute da illycaffè in Italia, rientrano soprattutto i contributi per l'attività della Fondazione Ernesto Illy.

In education, si trovano i contributi a Enti e Istituti di formazione, mentre nell'ambito sociale-solidarietà rientrano i supporti ad ONG e associazioni non a scopo di lucro.

In molti casi illycaffè contribuisce alle iniziative di solidarietà attraverso la donazione dei prodotti come nel caso dell'alluvione che nel 2011 colpì il territorio ligure o del terremoto in Emilia nel 2012.

illycaffè sostiene anche attività volontarie di collaboratori che si attivano con aste benefiche al fine della raccolta fondi per scopi solidali (Azzurra Onlus, Fondazione Rava, Fondazione Bambini in Emergenza, Associazione Centro di Accoglienza Balducci, Calicanto Onlus, Sos Villaggi dei Bambini Onlus).

In via continuativa e nei periodi vicini alle festività illycaffè supporta con donazioni di prodotto numerose istituzioni del territorio alcune delle quali si adoperano per gestire mense per persone indigenti e per consegnare borse della spesa ad esempio Caritas Trieste e Gorizia, Centro aiuto alla vita Trieste e Monfalcone, Enti ecclesiastici del territorio, Carcere di Rebibbia, Exodus, Calicanto onlus, Centro Balducci, Comunità San Martino al Campo, Goap (centro anti violenza sulle donne), Casa Amica Milano, Hospice Pineta del Carso, Banco Alimentare.

Varie iniziative sono realizzate anche dalle società estere del Gruppo:

In Spagna, illycaffè sostiene, tra l'altro, Banco Alimentos, Ciculo Bellas Artes, Museo Guggenheim, Palau de la Musica, Teatro Liceu, Reina Sofia, Macba.

In Francia, contribuisce ad una scuola di business specializzata



nella formazione di studenti di economia.

In Olanda, ogni anno da un lato illycaffè devolve prodotti a realtà locali per scopi caritatevoli e di solidarietà e, dall'altro sostiene anche grazie al volontariato dei propri dipendenti, l'Istituto Nazionale contro il cancro.

In Nord America, l'iniziativa più nota e importante è "Share Our Strength" che illy North America sostiene da oltre 15 anni per combattere la povertà e la fame infantile. In tutto questo periodo, l'azienda ha contribuito a raccogliere decine di milioni di dollari e donato direttamente quasi 2 milioni di dollari con fondi assegnati alle regioni di coltivazione del caffè (circa 75.000 euro - 100.000 dollari - all'anno). Inoltre, sempre in Nord America, illycaffè sostiene specifici progetti segnalati dai partner del canale Horeca attraverso sponsorizzazioni dirette (circa 50.000 dollari all'anno) e campagne di raccolta fondi che permettono di raccogliere milioni di dollari ogni anno per scuole, sanità e solidarietà sociale nelle comunità nordamericane.

In Germania dona propri prodotti per iniziative caritatevoli o alle scuole.

In Brasile, partecipa al progetto "Oficina de Latas" e fornisce i propri barattoli per eventi culturali dedicati ai bambini.

Diritti umani

L'impegno di illycaffè in materia di rispetto dei Diritti Umani si è tradotto negli anni in diverse iniziative, quali:

- adesione ai principi dell'ILO - International Labor Organizations: illycaffè acquista solo dai paesi che hanno ratificato lo standard ILO e che hanno stabilito nelle proprie legislazioni l'età minorile minima di 14 anni o maggiore.
- applicazione e richiamo esplicito al rispetto del Codice Etico che prevede clausole sul rispetto dei Diritti Umani in tutti i comportamenti e in tutti i contratti di acquisto attiva di aspetti quali lavoro minorile, lavoro forzato e obbligato, diritti sindacali, lavoro straordinario, salute e la sicurezza, gestione delle diversità e pari opportunità, parità di retribuzione tra uomini e donne. La certificazione prevede che, in fase di monitoraggio in campo, l'auditor possa avere accesso ai registri dell'azienda agricola, possa visitare personalmente i locali destinati ai lavoratori e alle attrezzature a loro uso e quindi possa valutare il rispetto delle legislazioni nazionali in materia di lavoro. Questo è un requisito minimo per la fornitura di caffè a illycaffè. Fornitori riscontrati non conformi con la legislazione nazionale cogente in materia di lavoro vengono inseriti in una lista nera e quindi devono adeguarsi prima di poter fornire nuovamente caffè a illycaffè. Anche per gli altri fornitori della filiera (soprattutto extra UE) è previsto un piano di audit periodico (realizzato da illy) che, oltre a verificare le condizioni di fornitura, considera aspetti sociali;
- redazione del Manifesto della Sostenibilità;
- dal 2012, adesione al Global Compact.

Attraverso questi strumenti, l'azienda promuove un comportamento responsabile e rispettoso dei Diritti Umani nei confronti di tutti gli stakeholder. Inoltre si impegna a monitorare eventuali azioni discriminatorie nei confronti dei dipendenti e dei fornitori attraverso apposito Comitato di Vigilanza. Grazie anche a questi strumenti, non sono state rilevate pratiche o violazioni dei diritti umani.

Le società estere applicano le legislazioni nazionali, le convenzioni internazionali sui diritti umani e la policy aziendale di illycaffè diffondendo internamente il codice etico aziendale, manuali e regolamenti e realizzando formazione specifica. Negli Stati Uniti, ad esempio, tutti i manager devono completare la formazione in materia di molestie sessuali ogni 2 anni.



Obiettivi di miglioramento relativi al valore sociale

Cosa, come e quando

illycaffè sta sviluppando una Road Map per la Sostenibilità che permetterà di definire in modo sistemico gli obiettivi strategici per il 2020. Seguono alcuni degli obiettivi di miglioramento di breve periodo.



Sviluppo del dialogo e dell'ascolto attraverso strumenti web-based

Incrementare l'utilizzo dei social network, del sito e delle newsletter elettroniche per rafforzare il coinvolgimento e il rapporto con clienti e consumatori

Quando: 2012 – 2013



Migliorare il customer care

Estendere il sistema di monitoraggio dei contatti ricevuti dal customer care anche ad altre società estere del gruppo

Quando: 2013 – 2014



Sviluppo delle macchine da caffè

Introdurre l'aggiornamento con stand-by (secondo la nuova normativa 1275/2008/CE, EuP) e sviluppare moduli di trasmissione dati in remoto per rispondere alle esigenze dei clienti più esigenti

Quando: 2012 – 2013



Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

Ottenere la certificazione OHSas 18001 e installare un capillare sistema di rilevazione incendi.

Quando: 2013 – 2014



Sostenibilità lungo la supply chain

Migliorare la mappatura dei rischi sostenibilità connessa alla fornitura degli acquisti non caffè e inserire requisiti di sostenibilità nel Piano programmatico degli Acquisti Industriali.

Quando: 2014 – 2015

Ricominciamo dal futuro partendo dal presente

Meno luce non significa vederci meno,
meno acqua non vuol dire avere più sete,
meno energia non significa fermare il mondo.
Noi di illy abbiamo capito che
con un uso consapevole delle risorse oggi
possiamo dare futuro al domani.

La politica ambientale di illycaffè passa attraverso un processo che parte direttamente dal cuore delle piantagioni che attraverso promozioni di comportamenti ecosostenibili e rispettosi della natura si concretizzano a ottenere la qualità di un prodotto eccellente col minor impatto ambientale possibile.

illycaffè è nota per essere un'azienda che innova e questa innovazione, soprattutto in un mercato globale, ha fatto sì di voler portare a conoscere tutti i processi, direttamente dalla piantagione fino al processo produttivo ed oltre, per minimizzare l'impatto ambientale ma massimizzare la qualità.

Infatti la illycaffè nell'ambito della sua soddisfazione dei cosiddetti portatori di interesse, lo stakeholder, ha fatto in modo di portare la migliore qualità del caffè ai consumatori e ai clienti col minor impatto possibile e con la completa tracciabilità della filiera. Portare i propri collaboratori in un luogo di lavoro salubre, accogliente che permetta loro di vivere a lavoro come a casa.

Per quanto riguarda i produttori, dare a loro le migliori tecniche agronomiche, condividere le migliori pratiche al fine di essere non solo rispettosi dell'ambiente e di salvaguardare le risorse e la biodiversità, ma anche riuscire a ottenere la miglior qualità possibile dal prodotto.

Per quanto riguarda la comunità, illycaffè lavora sul sito produttivo che ha due certificazioni proprio inerenti all'ambiente e, diciamo, proponendo un miglioramento continuo anno dopo anno per ridurre l'impatto ambientale dell'intero sito produttivo.

Per quanto riguarda la natura, la natura è uno degli elementi fondamentali che l'azienda deve tener conto proprio perché attraverso una gestione oculata di tutte le risorse nel pieno rispetto non solo della natura stessa ma anche degli uomini che ci lavorano, solo così si riesce a ottenere un caffè di altissima qualità, oggi ma anche un domani. E questa è una delle prerogative su tutte le modalità che andiamo a proporre sia nei paesi produttori e nei processi produttivi a salvaguardia di quello che è, appunto, il minor impatto possibile.

Infine, per gli azionisti la gestione oculata di tutti i processi, dalla piantagione fino al processo produttivo e oltre, permette di ridurre al minimo i rischi di problematiche ambientali al fine di rendere maggiormente sostenibile l'attività imprenditoriale.

DAVID BRUSSA
Direzione Sviluppo Macchine e Sistemi di Preparazione
& Quality Supervisor

Highlights



1

Siglato un accordo volontario col Ministero dell'Ambiente sull'analisi e la rendicontazione dell'impatto sul clima del settore caffè



1/2 l/kg

i macchinari per la lavorazione del caffè promossi da illycaffè sono in grado di consumare meno di mezzo litro d'acqua per kg di caffè pergamino prodotto



1.310 ton

Dal 30/06/2011 al 31/12/2013 l'impianto fotovoltaico installato sulle coperture degli stabilimenti di illycaffè e di proprietà di terzi ha generato 2.467.184 kWh e ha evitato un totale di 1.310 t di CO2 equivalente



805 ton

L'impianto di recupero calore tosteria dal gennaio 2012 al 31/12/2013 ha permesso di recuperare 3.135 MWh pari a 805 tonnellate di anidride carbonica



0,96 kg

I rifiuti solidi urbani prodotti per dipendente al giorno sono pari a 0,96 kg (-14% rispetto al 2012)



95,6%

Dei rifiuti prodotti nei siti italiani è stato recuperato



80/90 %

Pack riciclabili: l'80% della carta e cartone acquistati per il packaging e il 90% dei bancali utilizzati sono riciclati

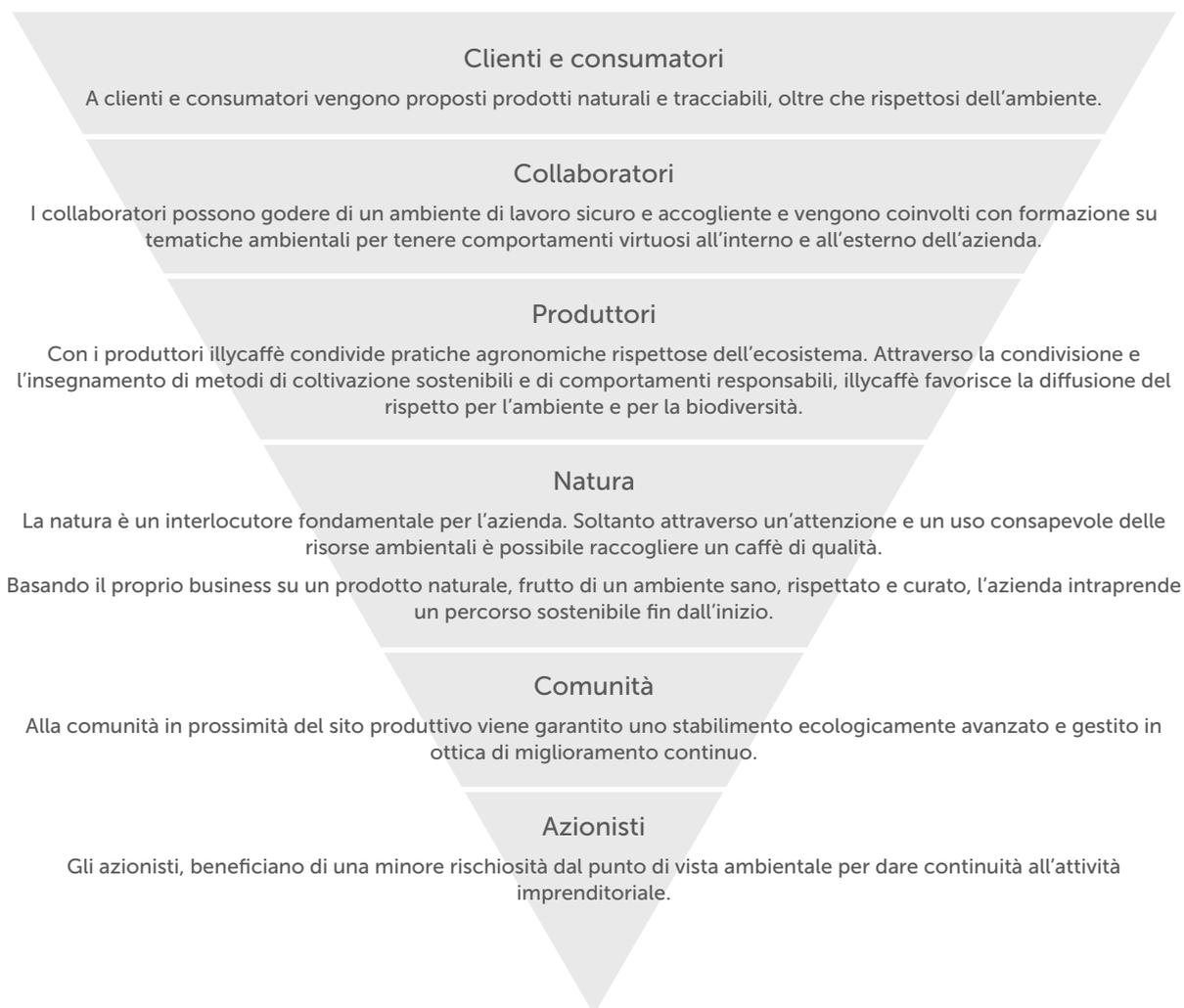
La politica ambientale dell'azienda si concretizza in un percorso che ha inizio nel cuore delle piantagioni, passa attraverso l'adozione e la promozione di comportamenti responsabili che contribuiscono a salvaguardare l'ecosistema e si conclude con la creazione di prodotti sostenibili, centrati sulla qualità, che impattano il meno possibile sull'ambiente.

Questa condotta fa di illycaffè un'azienda che innova, che compete su scala globale e che basa il proprio operato sulla sostenibilità: una strategia fondata sul futuro e praticata nel presente.



LA CREAZIONE DI VALORE AMBIENTALE

illycaffè produce benefici e valore sostenibile per tutti gli stakeholder sia nel breve che nel lungo periodo



I cambiamenti climatici hanno portato le aziende responsabili a un ripensamento delle proprie attività con l'obiettivo di ridurre il più possibile l'effetto sull'ambiente, attraverso l'adozione di nuove strategie.

L'impegno a favore dell'ambiente per illycaffè assume un significato particolare, da un lato si trova la gestione dell'impatto diretto dell'organizzazione sull'ecosistema, dall'altro c'è il contributo che l'azienda vuole offrire allo sviluppo sostenibile attivando processi di promozione e diffusione dei valori e di azioni corrette da parte dei propri interlocutori, dalle piantagioni fino alla tazzina.

Con questa consapevolezza, l'azienda ha implementato il sistema di gestione ambientale in grado di favorire il mantenimento di un sito rispettoso dell'ambiente e certificato. Ha effettuato ingenti investimenti per minimizzare gli impatti diretti originati dall'attività produttiva, sia in termini di efficienza energetica che di gestione sostenibile dei rifiuti.

illycaffè ha volontariamente assunto impegni di riduzione delle proprie emissioni di CO₂ per raggiungere gli obiettivi definiti nel protocollo europeo 2020: in particolare ha lanciato nuovi prodotti (refilly e cube) che, attraverso modifiche di packaging, hanno un minor impatto ambientale.

illycaffè promuove pratiche agricole a ridotto impatto ambientale presso i fornitori di caffè verde tenendo presente la dimensione economica legata alla produttività, i costi di produzione sostenibili, la qualità del prodotto e tecniche agronomiche che prevedono l'adozione di metodologie compatibili con la conservazione dell'ambiente e la sicurezza alimentare, anche attraverso la minimizzazione dell'uso di prodotti di sintesi. La responsabilità che l'azienda sente nei confronti dell'ambiente e delle generazioni future trova riscontro negli obiettivi di miglioramento che si è data e che si impegna a mantenere e a comunicare in futuro.

Impegno ambientale

illycaffè, da 10 anni, è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (S.G.A.) certificato (la prima certificazione ai sensi della norma ISO 14001 risale al 2003): tale sistema nasce dalla volontà della direzione aziendale di migliorare l'efficienza produttiva in modo sostenibile. Per sviluppare un sistema efficace illycaffè ha condotto un'iniziale analisi che ha evidenziato gli impatti più significativi e le criticità ambientali legate del processo del sito produttivo. Sulla base di tali valutazioni, l'azienda ha definito le scelte di gestione, controllo, prevenzione e miglioramento che inserisce annualmente nel Sistema di Gestione.

La Politica Ambientale e la Dichiarazione Ambientale sono i documenti più importanti che raccolgono la strategia e le attività dettagliate intraprese dall'azienda. La cultura del rispetto dell'ecosistema è diffusa all'interno dell'azienda anche attraverso percorsi formativi volti ad assicurare la comprensione e l'attuazione di politiche e obiettivi per l'ambiente a tutti i livelli dell'organizzazione.

Oltre alla certificazione ISO 14001, l'impegno di illycaffè nei confronti dell'ambiente è riscontrabile anche nell'ottenimento della registrazione EMAS (Eco- Management and Audit Schem).

A partire dal 2012, illycaffè ha implementato la metodologia Life Cycle Assessment, con l'utilizzo del software SIMAPRO 7 per ridurre l'impatto ambientale dei propri processi produttivi: la metodologia LCA è ora strumento di supporto alle decisioni sin dalla fase di progettazione finalizzata alla realizzazione di nuovi prodotti e o imballaggi.

Grazie al proprio S.G.A. integrato con quelle qualità e sicurezza, l'azienda garantisce al territorio e alla comunità di riferimento siti industriali rispettosi dell'ambiente e certificati. A Trieste ci sono due stabilimenti produttivi; quello di via Flavia e il magazzino Distripark in via Malaspina. Entrambi non rientrano in aree protette o ad elevata biodiversità.

La lavorazione del caffè avviene esclusivamente nello stabilimento di via Flavia e anche la maggioranza degli impatti diretti provengono da questo sito, mentre in via Malaspina gli impatti sono per lo più legati all'illuminazione e al riscaldamento dei locali. Le società estere del gruppo, invece, si occupano della commercializzazione dei prodotti e la loro attività è di tipo prevalentemente amministrativo.

Ogni anno nei due impianti di Trieste giungono migliaia di sacchi di caffè e altri materiali di imballaggio e confezionamento.

L'energia richiesta nelle fasi di produzione deriva quasi esclusivamente da quella elettrica e a metano. L'azienda sta sviluppando delle strategie e implementando soluzioni per ridurre i consumi energetici e rendere più efficiente la gestione dei rifiuti.

illycaffè, inoltre, monitora anche gli impatti indiretti e gli altri impatti derivanti dalle proprie attività, così da creare degli indici da comparare con le performance ambientali future; anche nel 2013, l'azienda non ha ricevuto multe o sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.

Oltre a quanto programmato e gestito nella sede e gli stabilimenti centrali di Trieste, il gruppo illycaffè realizza diverse attività nelle società estere per ridurre l'impatto ambientale e ottenere benefici derivanti da un'attenta gestione delle risorse energetiche, dei rifiuti e dei materiali. La progettazione e realizzazione di tali iniziative sono gestite a livello di singolo Paese al fine di trovare le migliori soluzioni riferite al contesto locale (normativa ambientale, pratiche di settore, sensibilità del mercato).

In Olanda, dove obiettivo dichiarato è introdurre la sostenibilità come fattore standard in ogni studio di fattibilità (ricerche di mercato, lancio di prodotti, pratiche commerciali ecc.) è stato avviato un programma per l'adozione di comportamenti sostenibili tra i dipendenti. Al fine di aumentare il coinvolgimento e la sensibilità di tutti, è stato richiesto ad ognuno di presentare delle proposte per migliorare l'impatto di illycaffè nei Paesi Bassi: i migliori progetti giudicati realizzabili e fattibili, riceveranno un premio e saranno implementati.

Anche in Francia vengono incoraggiati comportamenti ritenuti sostenibili da parte dell'azienda: utilizzo di trasporto pubblico il più spesso possibile, invece di automobili; utilizzo di videoconferenza quando possibile per evitare spostamenti, corretto utilizzo delle apparecchiature elettriche e loro spegnimento quando non utilizzate (computer, stampanti, macchine da caffè, lampade, ecc. ...).

In Nord America, sono state adottate soluzioni organizzative che migliorano da un lato la qualità di vita dei lavoratori e, dall'altro, i consumi energetici: ad esempio, nel 2012 dopo una analisi iniziale di fattibilità, si è data la possibilità ai dipendenti di lavorare da casa, riducendo così al contempo i consumi di carburante e l'utilizzo di energia. In generale, in Nord America illycaffè ha operato per ridurre i consumi di energia e di acqua e per ottimizzare la gestione delle scorte vendendo, avviando al riciclo o donando ad organizzazioni non governative materiali e scorte obsolete provenienti dagli uffici e dai magazzini. Per il futuro si prevede di aderire e utilizzare Credit 360, un sistema di analisi dei dati ambientali sviluppato dalla Specialty Coffee Association of America (SCAA) per misurare tutti gli impatti ambientali e, quindi, fissare specifici target di miglioramento delle performance.

In Brasile è stato implementato un programma per un adeguato utilizzo dell'acqua e dell'energia nelle sedi.

Nota metodologica:
perimetro per i consumi ambientali



Carbon footprint e gestione delle emissioni

Le emissioni in atmosfera prodotte dall'attività del sito di produzione di via Flavia 110 sono correlate all'impianto Crudo/Tosteria ed in particolare costituiti dalle polveri di caffè crudo o tostato che si generano nelle fasi di movimentazione e tostatura del caffè nonché torrefazione del caffè. Il magazzino di via Malaspina rappresenta la logistica dell'azienda, a servizio della sede di via Flavia e non ha fonti di emissioni in atmosfera.

Le sorgenti responsabili delle emissioni in atmosfera sono le seguenti:

- impianto di torrefazione del caffè;
- impianto aspirazione polveri del caffè;
- impianto pressa pellicole.

I fumi prodotti, composti da polveri e sostanze organiche volatili, sono convogliati in una camera catalitica e purificati per effetto dell'alta temperatura e dell'azione ossidante del catalizzatore, così da rendere gli impatti addirittura inferiori di venti volte il limite richiesto dalla normativa vigente. illycaffè intende migliorare ulteriormente e, a tal fine, ha avviato il progetto di recupero del calore dai camini della tosteria apportando un ulteriore beneficio ambientale.

Conformemente al processo produttivo illycaffè, non vi sono altre emissioni di sostanze nocive nell'aria.

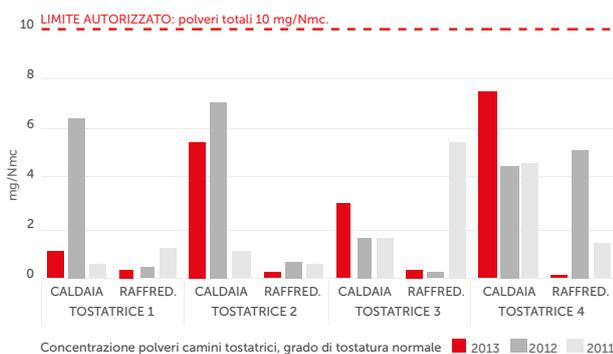
Stabilimenti Via Flavia-Malaspina-Caboto	2012	2013
Energia elettrica: emissioni indirette (derivante dall'utilizzo di energia elettrica) di gas ad effetto serra (ton)*	5.585	261
Gas naturale: emissioni indirette (derivante da combustione in impianti e macchinari fissi) di gas ad effetto serra significative (ton)**	2.740	2.782
Polveri (PM10) (KG)	1.666	809

* Fattore mix elettrico italiano 0,531 kg/CO₂/kWh (Fonte: Ministero dell'Ambiente 2012); dal 2013 il fattore usato è 0,0242 poiché l'azienda impiega solamente energia proveniente da fonti rinnovabili

** Coefficiente per inventario delle emissioni di CO₂. Inventario nazionale UNFCCC (valido fino a dicembre 2012) tCO₂/Un = 1,961 - coefficiente di ossidazione = 0,995

Le analisi della concentrazione delle polveri relative agli otto camini (tostatrici e camini di raffreddamento) dell'impianto di tostatura hanno riportato risultati ampiamente al di sotto dei limiti autorizzati, 10 mg/Nmc di polveri totali secondo quanto imposto dall'autorità competente (Regione Friuli Venezia Giulia)

CONCENTRAZIONE POLVERI IN MG/NMC (limite di legge 10 mg/nmc)



Il 7 giugno 2012 illycaffè ha siglato un accordo volontario con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare finalizzato all'analisi, riduzione e neutralizzazione dell'impatto sul clima del settore caffè.

Obiettivo di questo programma è la definizione di un sistema di gestione delle emissioni di carbonio che possa fungere da modello per tutte le industrie che operano nel settore caffè. Il calcolo dell'impronta di carbonio (carbon footprint) riguarderà tutto il ciclo di vita del caffè destinato al consumo attraverso la rete della grande distribuzione e dei bar.

Il progetto è stato illustrato dall'allora Ministro Corrado Clini e da Andrea Illy il 18 giugno 2012 a Rio De Janeiro in occasione di RIO +20 nell'incontro "The carbon foot printing public-private project". In particolare, Andrea Illy ha presentato uno studio innovativo sul calcolo delle emissioni di gas ad effetto serra associate alla produzione di caffè, realizzato in Brasile grazie alla collaborazione con Carlos Clemente Cerri dell'Università di San Paolo. Il lavoro ha portato ad all'individuazione delle aree di inefficienza energetica su cui intervenire, che saranno confermate da una più approfondita raccolta di dati.

I primi risultati del progetto sono giunti all'inizio del 2013 e riguardano alcuni dei principali prodotti di illycaffè.

Grazie alla collaborazione tra i tecnici illycaffè e la task force del Ministero dell'Ambiente, l'azienda ha introdotto alcune innovazioni sia in termini di packaging che di materiali utilizzati lanciando prodotti con una minore impronta ambientale (refilly e cube). Tali prodotti sono entrati in commercio all'inizio dell'anno 2014.

Il Coffee Working Group del Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform ha individuato nelle emissioni di gas serra legate alla produzione di caffè verde una causa di notevole impatto sulla sostenibilità. A dicembre 2013, grazie alla collaborazione dell'Iniziativa Olandese del Commercio Sostenibile (IDH), il Gruppo ha pubblicato le prime Regole Specifiche di Prodotto (Product Category Rule-PCR) a livello mondiale per il caffè verde. Tale strumento punta a comunicare correttamente il risultato di un'analisi del ciclo di vita nelle dichiarazioni ambientali. illycaffè è un membro attivo del progetto sia all'interno del comitato direttivo sia all'interno del gruppo di lavoro tecnico cui contribuisce con la sua rete di esperti interni ed esterni.

Non vi sono altre fonti di emissioni di gas inquinanti quali NO_x, SO_x, SOV (sostanze organiche volatili) o altre sostanze nocive per l'ozono (Il combustibile di condizionamento è l'R410, a basso impatto ambientale).

L'azienda sta operando, inoltre, su diversi fronti per la valutazione degli impatti e delle emissioni dei trasporti e la successiva implementazione di azioni di miglioramento anche attraverso la metodologia del Life Cycle Assessment.

Altri tipi di emissioni che illycaffè monitora e gestisce costantemente sono quelle sonore (inquinamento acustico) e quelle odorose: per entrambe le tipologie l'azienda rispetta i limiti di legge.



Materie prime

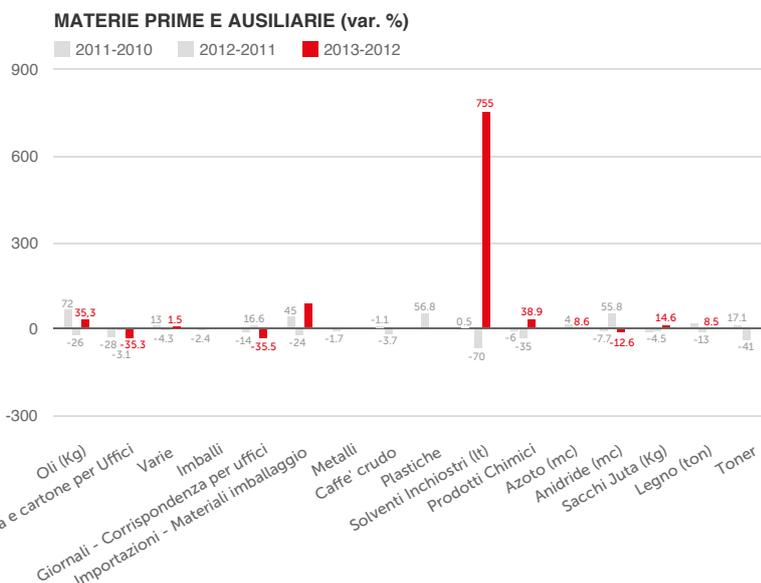
La materia prima principale per la produzione è il caffè verde.

Illycaffè ogni anno acquista migliaia di sacchi di caffè Arabica, dai produttori dell'America Latina (Brasile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua,...), dei Paesi africani (principalmente Etiopia e Tanzania) e dei Paesi del Sud Est asiatico (India e Cina).

L'azienda riconosce la produzione della materia prima come una parte rilevante del proprio impatto ambientale indiretto e, al fine di contribuire positivamente a minimizzare e migliorarne le performance, ne monitora le fasi dal cuore delle piantagioni al trasporto.

Oltre al caffè verde, l'azienda monitora i consumi di tutti i materiali di imballaggio e confezionamento utilizzati.

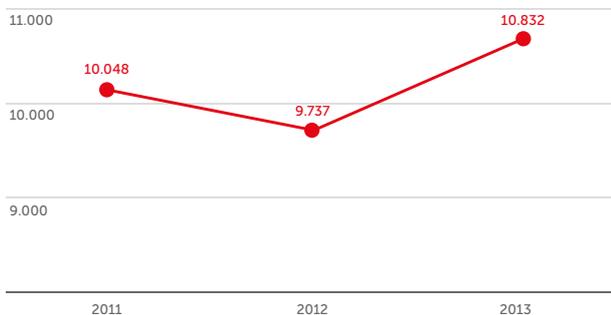
Si segnalano alcune iniziative per la riduzione delle materie prime e l'utilizzo di materiali eco-compatibili nelle sedi delle società estere del gruppo. Ad esempio, illy North America è passata ai bicchieri di carta realizzati con carta certificata FSC (Forest Stewardship Council), che certifica il materiale proviene da foreste gestite in maniera responsabile. La carta FSC è utilizzata anche per stampare i materiali commerciali di marketing. Si utilizzano inoltre inchiostri a base di soia. Anche il Brasile ha ridotto l'utilizzo della carta negli uffici grazie all'incentivazione del suo riutilizzo per le stampe interne. In Francia, oltre a una specifica campagna sulla riduzione della carta stampata, è stata distribuita a tutti i dipendenti una bottiglia di acqua di plastica riciclabile per evitare l'uso di bicchieri usa e getta. Inoltre, è stato realizzato uno specifico raccoglitore di rifiuti per la carta: per ogni raccolta, ai dipendenti viene indicato quanti alberi hanno salvato.



* Il rilevante aumento percentuale dei consumi di solventi inchiostri deriva dall'esaurimento delle scorte degli anni precedenti e dal conseguente importante acquisto di questi prodotti nel corso del 2013.

Energy management

Energia elettrica (MWh)



	2010	2011	2012	2013
Totale MJ/t prodotto finito	6.479	6.283	5.781	5.709

Le risorse energetiche utilizzate da illycaffè sono l'elettricità e il metano e, per il parco auto aziendale, benzina e gasolio. Nel 2013 sono state allestite nuove linee di produzione ed introdotti nuovi prodotti. Sono continuate le iniziative rivolte all'efficientamento ed al migliore utilizzo delle energie disponibili (building automation, impianto di recupero calore, gruppo frigorifero ad assorbimento da recupero calore). Pur aumentando il totale del prodotto finito, l'indicatore di efficienza totale MJ/prodotto finito è ulteriormente migliorato. Il sistema di energy management di illycaffè in Italia è coordinato e monitorato da un energy manager interno: questa figura è stata predisposta volontariamente dall'azienda che non ha obblighi in tal senso in base alla normativa vigente.

Per quanto riguarda l'energia elettrica, nel 2013 si è registrato un consumo totale pari a 38.854.800 MJ (+2,6% SUL 2012) nei siti di via Flavia, via Malaspina e via Caboto (Fonte di calcolo: GRI 3.1 indicatore EN3, 1Kwh=0,0036GJ).

Il metano è utilizzato per circa il 91% nella fase di torrefazione, mentre il restante per il riscaldamento e per la produzione di acqua calda. Il consumo nel 2013 è stato di 55.344.423 MJ (+1,5% sul 2012 -fonte: come sopra) nei siti di via Flavia e via Caboto (nel polo logistico di via Malaspina, non vi è consumo di metano). Gli unici consumi per produzione di energia termica sono funzionali alle giornate di fermo dell'impianto di torrefazione nei weekend e negli altri festivi.

illycaffè, volendo massimizzare il riutilizzo dai cascami termici, ha introdotto un sistema di recupero calore dalla sala compressori ad uso riscaldamento per alcuni ambienti dello stabilimento, stimando in circa 50 tonnellate/anno di CO2 equivalenti. L'impianto è in funzione dalla prima settimana di gennaio 2012 e fino al 31/12/2013 l'energia recuperata ed utilizzata era pari a 3.120 MWh. In questo modo, in due anni di messa in funzione è stata evitata l'emissione di 805 tonnellate di CO2 equivalenti.

Dall'estate del 2013, è in funzione un impianto frigorifero ad assorbimento che trasforma l'energia termica recuperata dai camini della tosteria (e visto il periodo altrimenti poco utilizzata) in acqua refrigerata per raffrescamento. L'impianto non impiega fonti fossili.

Con riferimento alla gestione della flotta aziendale (composta da un totale di 89 automezzi tutti alimentati a gasolio) nel 2013 sono stati consumati 267.648 litri di carburante (benzina/diesel) per un totale di 3.345.600 Km percorsi (media consumo vettura diesel 8%). Si stima che le emissioni in termini di CO2 siano state pari a 522 tonnellate.

Sul versante delle energie rinnovabili è stato mantenuto lo stato di efficienza dell'impianto fotovoltaico di 1 megawatt di potenza che si estende per 11.000 metri quadrati sulla copertura del polo logistico Distripark di via Malaspina a Trieste. illycaffè non è proprietaria dell'impianto ma ha concesso in locazione parte delle sue coperture ad una terza parte con l'obiettivo di dare un contributo allo sviluppo delle energie rinnovabili. L'impianto è connesso alla rete di distribuzione dal 1° luglio 2011 e da allora al 31 dicembre 2013 ha prodotto 2.467.184 kWh (misure trasmesse a GSE) evitando in atmosfera l'equivalente di 1.310 ton di CO2 (coefficiente utilizzato 0,531 Kg CO2 per ogni kWh di energia elettrica consumata, fonte rapporto Ministero Ambientale 2012).

illycaffè ha deciso di utilizzare completamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili. Dal 1° gennaio 2013, tutto il fabbisogno di energia elettrica utilizzato dalla illycaffè proviene da fonte rinnovabile comprovata da idonea Garanzia di origine come previsto dalla Delibera dell'Autorità per l'Energia elettrica e il Gas ARG/elt104/11 per tutti punti di prelievo ubicati a Trieste.

Le società estere del gruppo illycaffè sono tutte impegnate per migliorare la gestione energetica: in Olanda, ad esempio, è stata avviato un monitoraggio dei dati utili al fine di ridurre il consumo di energia ed è stato realizzato uno studio di fattibilità per l'installazione di energia solare. Inoltre, sono state ridotte le stampanti aziendali del 50%, esternalizzano il servizio con un contatto basato sul concetto "pay per use".

Water management

L'acqua nel sito di via Flavia è utilizzata in minima parte all'interno del ciclo produttivo, per il collaudo dei barattoli di caffè. L'acqua utilizzata alla illycaffè è prelevata esclusivamente dall'acquedotto comunale di Trieste. Il quantitativo totale di acqua consumata nel 2013 nei siti di via Flavia, via Malaspina e via Caboto è di 34.773 metri cubi, 22% in meno rispetto all'anno precedente.

Per ciò che concerne l'uso sanitario e potabile, è stata completata la sostituzione degli erogatori delle docce e gli sciacquoni con sistemi a maggiore efficienza.

L'irrigazione degli spazi verdi è affidata a dei sistemi automatici e programmabili l'obiettivo di migliorare i contributi d'acqua in funzione del settore da irrigare.

L'azienda ha completato il progetto di modifica della rete fognaria, così da eliminare la miscela tra acque civili e acque industriali. Annualmente le acque di scarico sono soggette all'analisi, condotta da un laboratorio esterno, dei parametri individuati come significativi in funzione delle fasi di processo e della tipologia degli effluenti quali: pH; cloruri; BOD; COD; ammoniaca; idrocarburi; solidi sospesi e oli e grassi vegetali. I valori di questi inquinanti rientrano in ogni caso nei limiti definiti dall'autorità competente.

illycaffè non fa uso di acqua riciclata e/o riutilizzata; tutta l'acqua viene scaricata nelle fognature pubbliche, secondo le indicazioni di legge.

ACQUA SCARICATA	2011	2012	2013
Volume acqua prelevata da rete (mc)	31.725	37.397	29.219
Volume acqua scaricata (mc)	26.966	31.787	24.836

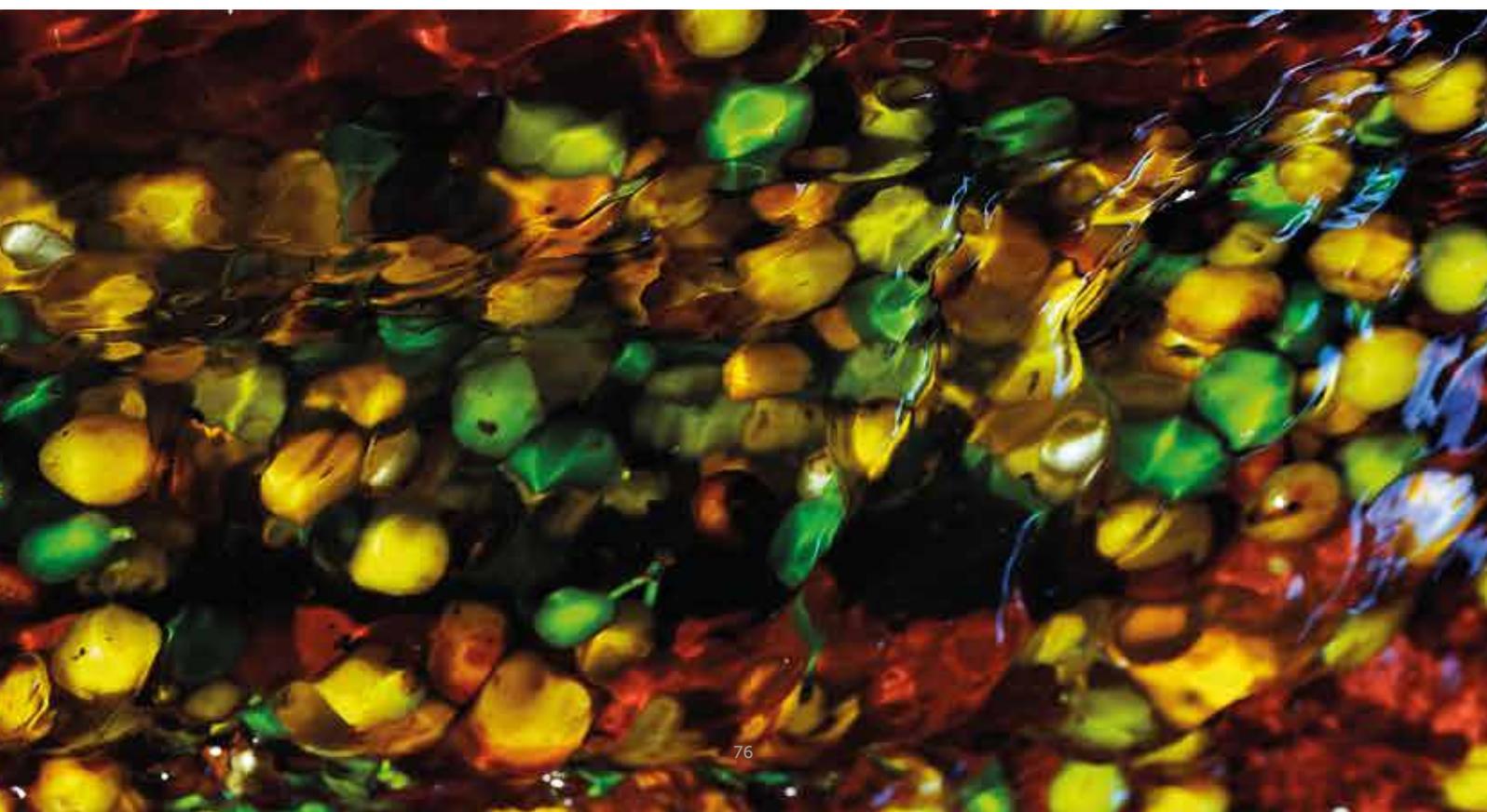
Lo scarico industriale proveniente dallo stabilimento è autorizzato secondo il Prot. gen. n. 160845, Prot. corr. n. 41/200/32-99-17623. Annualmente le acque di scarico sono soggette all'analisi, condotta da un laboratorio esterno, dei parametri individuati come significativi in funzione delle fasi di processo e della tipologia degli effluenti:

Gli inquinanti monitorati con periodicità annuale – scarico industriale

Parametro unità di misura = mg/l	Limiti di legge	n° RP	n° RP	n° RP
		12/6025 del 05/01/2012	13/184067 del 03/06/2013	14/123449 del 31/03/2014
		2012	2013	2014
PH	5,50 – 9,50	7,79	7,90	7,82±0,14
CLORURI	1200	7,9	16,7	15,0±5,2
BOD	250	n.r	n.r	n.r
COD	500	n.r	n.r	n.r
AZOTO AMMONIACALE	30	n.r	n.r	0,27±0,09
IDROCARBURI	10	n.r	n.r	n.r
SOLIDI SOSPESI	200	n.r	n.r	n.r
OLI GRASSI VEGETALI	40	n.r	n.r	<0,50

Anche le misurazioni effettuate a marzo 2014 hanno rivelato parametri al di sotto dei limiti di legge.

A questi risultati si aggiunge quanto illycaffè riesce a ottenere dai coltivatori, trasferendo loro tecniche che abbattano l'utilizzo dell'acqua nel lavaggio del caffè raccolto.



Gestione dei rifiuti

La gestione dei rifiuti nel sito produttivo e nel polo logistico di Trieste - Italia è regolata nelle fasi produttive e resi di produzione, nelle azioni svolte all'interno degli uffici e nelle fasi post-produzione, comprese quelle relative al trasporto e allo smaltimento. Le attività soddisfano la normativa vigente e sono conformi al Sistema di Gestione Ambientale.

L'azienda ha implementato diverse procedure per migliorare la gestione dei rifiuti come l'identificazione delle diverse tipologie per migliorarne la raccolta differenziata, la dislocazione, all'interno degli stabilimenti e degli uffici, di contenitori differenziati e la formazione del personale sul tema. illycaffè nel 2013 ha recuperato il 95,6% dei rifiuti prodotti. I rifiuti prodotti dall'azienda sono stati pari a 1.806.692 chili di cui 92,1% sono considerati speciali, ovvero provenienti dall'attività produttiva e dai resi di produzione e lo 0,1% del totale prodotto sono considerati pericolosi e smaltiti a norma di legge.

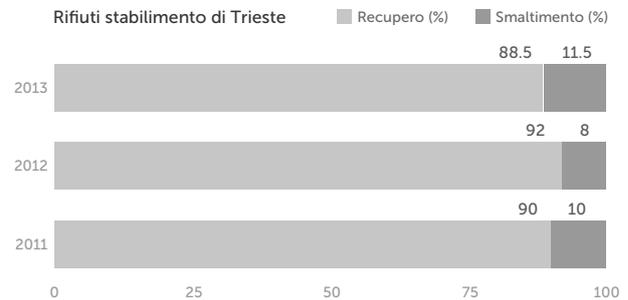
La percentuale dei rifiuti solidi urbani nel 2013 è pari a 7,8% dei rifiuti totali prodotti ed è l'8,5% del totale dei rifiuti speciali. illycaffè è riuscita ad ottenere un vantaggio competitivo dalla differenziazione efficiente: dalla vendita di alcuni rifiuti, come rottami, sfridi di rame e di banda stagnata, l'azienda ha ottenuto 118.164 euro.

illycaffè ha ideato un sistema per separare le capsule facenti parte degli scarti di produzione dal caffè e recuperare le capsule esauste post percolazione. Tale attività consente non solo di ridurre le capsule deputate allo smaltimento, ma anche di indirizzare le varie componenti nel rispettivo destino di fine vita: la plastica verso il riciclaggio ed il caffè al compostaggio. Nella Dichiarazione Ambientale di illycaffè, disponibile su richiesta, viene riportato l'elenco completo dei rifiuti generati nell'ultimo triennio.

Totale rifiuti scaricati stabilimenti di Trieste - Italia (kg)	2012		2013	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Avviati a smaltimento	3.358	141.090	1.790	208.770
Avviati a recupero	8.608	1.767.784	5.692	1.590.440
TOTALE	11.966	1.908.874	7.482	1.799.210

All'estero tutte le società sono impegnate attivamente nella raccolta differenziata dei rifiuti: in Spagna il toner viene riciclato attraverso una azienda locale; in Olanda, oltre a separare, carta, plastica e rifiuti organici, sono state adottate soluzioni eco compatibili (air cushion) per il riempimento e l'imbottitura per l'imballaggio dei prodotti. Anche Austria, Francia e Nord America differenziano i rifiuti o riducono l'utilizzo di carta nei meeting e nelle comunicazioni.

La riduzione dei rifiuti avviati al recupero nel 2013 è conseguente alla diminuzione del totale dei rifiuti prodotti. illycaffè ha ridotto gli scarti provenienti dagli impianti produttivi grazie alle migliorie eseguite negli ultimi due anni ed il miglior consumo di carta uffici dovuto all'implementazione dei sistemi informatici.



Contaminazione del suolo che una fonte di inquinamento del suolo potrebbe essere lo sversamento dell'acido delle batterie, nelle postazioni di ricarica dei muletti e carrelli elevatori. L'azienda ha pertanto recepito il Decreto Ministeriale ambiente 24 gennaio 2011 n. 20, recante l'individuazione della misura delle sostanze assorbenti e neutralizzanti di cui devono dotarsi gli impianti destinati allo stoccaggio, ricarica, manutenzione, deposito e sostituzione degli accumulatori. La gestione della documentazione in essere alla illycaffè, descrittiva della attività del sistema (manuale, procedure e istruzioni), è stato dato al personale aziendale, in quanto contiene le corrette regole di esecuzione delle attività chiave per la tutela dell'ambiente consente la prevenzione e/o la riduzione degli impatti di contaminazione del suolo. Difatti non si sono verificati versamenti di nessun genere fatto salvo ai piccoli gocciolamenti d'olio nell'ambito delle manutenzioni nell'officina meccanica.



Smaltimento prodotti e pack riciclabili

illycaffè progetta e implementa soluzioni per rendere lo smaltimento dei prodotti più efficienti possibile dal punto di vista ambientale attraverso un approccio basato su:

- **Prevenzione e minimizzazione:** nella fase di progettazione vengono presi in considerazione gli imballi primari e secondari più leggeri, basso consumanti e, dove possibile, di origine riciclata o riciclabile ed ecologica per l'intero ciclo di vita.
- **Riutilizzo (REUSE):** attraverso appositi programmi di rinnovamento è possibile aumentare la funzionalità e la vita delle macchine espresso. I componenti ancora idonei delle macchine non utilizzabili, inoltre, vengono raccolti e riutilizzati.
- **Riciclo (RECYCLE):** vengono sempre incentivate le iniziative di raccolta degli imballi primari e secondari e dei componenti delle macchine espresso per poterli riciclare. L'azienda, poi, ha accuratamente selezionato partner con politiche "rifiuti zero".

Con riferimento agli imballi dei propri prodotti, illycaffè adotta soluzioni eco-compatibili: utilizza la banda stagnata per i confezionamenti in barattoli (3 chili, 250 grammi, serving) e il polipropilene per le capsule Ipero, tutti materiali riciclabili al 100%. Per gli imballi secondari e terziari si predilige l'acquisto di materiali riciclati: l'80% della carta e del cartone acquistato e il 90% dei bancali utilizzati.

Un'importante innovazione nel packaging del caffè macinato studiata per ridurre l'impatto ambientale è Refilly, la nuova ricarica di blend illy macinato per il consumo domestico. Refilly è una cartuccia che si inserisce all'interno del barattolo illy da 250 grammi, per venire poi richiusa con il tappo originale, preservandone intatta la qualità e la freschezza. Refilly è coperta da due brevetti proprietari e costituisce un'importante innovazione, poiché rappresenta l'unica confe-

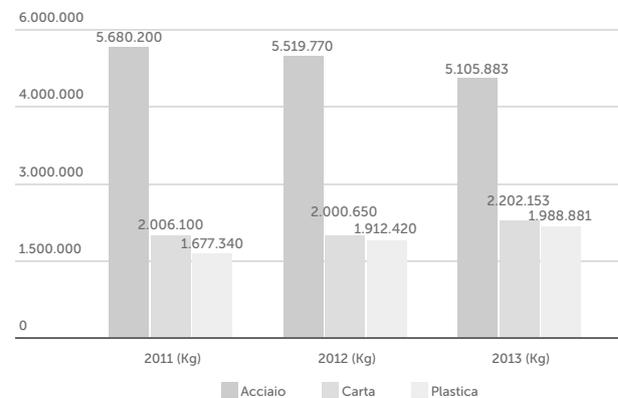


zione in poliaccoppiato Polipropilene-Alluminio a 5 strati in grado di mantenere la pressurizzazione, il sistema di conservazione del prodotto e degli aromi.

L'innovativa confezione, dopo essere stata consumata, si smaltisce nella raccolta differenziata della plastica, riducendo l'impatto ambientale.

Il grafico seguente rappresenta per tipologia e quantità di materiali di imballaggio venduti in Italia e all'estero nell'ultimo triennio.

Quantità di materiali di imballaggio venduti



Anche le capsule Iperespresso rispondono ai modelli di sostenibilità di illycaffè: dal 2011 l'azienda è entrata nel gruppo di lavoro di AIIPA Settore caffè, che comprende varie aziende produttrici di capsule in plastica, per trovare una soluzione alla raccolta e trattamento delle capsule esauste. Lo stesso gruppo di lavoro ha commissionato all'Università Federico II di Napoli uno studio LCA e LCE con l'obiettivo di delineare un modello operativo di smaltimento da sperimentare su un campione di tre città italiane.

A fine 2013, il progetto non è ancora stato avviato poiché vi è la possibilità che la capsula usata e svuotata del caffè possa essere considerata un imballo (esiste apposita raccomandazione della Commissione Europea in tal senso). Quando gli Operatori Nazionali per il riciclo e recupero degli imballaggi recepiranno tale Direttiva, per i consumatori sarà possibile smaltire le capsule nella raccolta differenziata (plastica e umido/indifferenziato).

illy North America, per il solo mercato degli Stati Uniti, ha avviato il programma "IperEspresso Capsule Recycle Program" insieme a Terracycle per la raccolta e il riciclaggio delle capsule attraverso un programma di coinvolgimento dei consumatori. Ufficialmente lanciato in aprile 2013, il programma ha permesso di raccogliere 226.000 capsule a fine 2013, per circa 4.670kg.

Attualmente permangono due possibilità per lo smaltimento della plastica di cui sono composte le capsule: il riciclo oppure la termovalorizzazione, con conseguente produzione di energia. In Italia la normativa attualmente vigente prevede che il riciclo di tale materiale sia possibile solo per gli oggetti appartenenti alla categoria degli imballi: le capsule, non rientrando in tale categoria, non possono essere conferite insieme ad altri prodotti, come ad esempio le bottiglie. In tutte le province in cui sono attivi i termovalorizzatori è possibile conferire la capsula nell'indifferenziata, consentendo di utilizzare tale plastica e il caffè esausto contenuto al suo interno come combustibile, producendo energia elettrica e termica.

Continua il test di sperimentazione a Trieste del progetto di raccolta di capsule esauste alla boutique illyteca e in alcuni punti vendita. All'interno degli esercizi, sono state posizionate delle "reverse vending machine" nelle quali i clienti possono



conferire le capsule esauste e i barattoli, che poi vengono raccolti e smaltiti.

illycaffè sta inoltre sperimentando diversi modelli di macchine in grado di tritare le capsule e di separare la plastica dal caffè.

Continua la proficua collaborazione con il Centro Ricerca Rifiuti Zero del Comune di Capannori in tema di innovazione capsule di caffè, riciclo, recupero e riuso.

L'azienda collabora con Università, centri di ricerca, associazioni di categoria e tavoli precompetitivi per trovare alternative valide, come l'uso di materiali biodegradabili o eco-compatibili.

Anche le macchine da caffè possono essere smaltite completamente. illycaffè persegue questo obiettivo fin dalla progettazione e dalla produzione delle macchine stesse, ricorrendo a soluzioni adeguate che permettano a fine vita un agevole riciclo dei materiali di cui sono composte.

L'azienda ha apportato importanti cambiamenti per tutti gli attori coinvolti nella filiera dei propri prodotti in funzione del decreto legge 151 del 2005 inerente ai Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE). Per la progettazione e la produzione delle nuove macchine di caffè, invece, l'azienda sta completando una serie di attività relative alla componentistica delle macchine: l'eliminazione dei boiler in ottone nei vari modelli e l'eliminazione di tutta la raccorderia zincata.

Trasporti e logistica

I trasporti e la logistica in ingresso delle materie prime e dei materiali nonché la logistica distributiva dei prodotti finiti verso i clienti rappresentano processi che illycaffè monitora attentamente per il potenziale impatto in tema di emissioni: l'azienda sta operando su diversi fronti per la valutazione degli impatti e la successiva implementazione di azioni di miglioramento anche attraverso la metodologia del Life Cycle Assessment.

La voce trasporto per la distribuzione dei prodotti, invece, è ancora fortemente legata ai combustibili fossili: l'azienda si è posta l'obiettivo di monitorare questi flussi e di valutare scelte innovative. Sul fronte della distribuzione, illycaffè sottopone periodicamente ai propri fornitori qualificati (cioè quelli legati agli acquisti industriali non caffè) questionari sui temi ambientali specifici quali il consumo di risorse idriche e di energia; le emissioni in atmosfera; la produzione di rifiuti; gli effluenti liquidi; la contaminazione del suolo e l'inquinamento acustico. Nel 2011 sono state misurate le performance ambientali di una primaria azienda attiva nella logistica distributiva a cui illycaffè affida gran parte delle sue consegne nel territorio italiano: l'analisi ha fatto emergere come sia per l'elevata numerosità e capillarità delle consegne sul territorio che per l'impiego di mezzi ad energia elettrica (funzionali ai centri urbani con traffico limitato) le emissioni in termini di grCO2/Km siano state estremamente contenute.

Nonostante l'impatto dovuto alla logistica non sia prevalente, illycaffè ha attivato alcune politiche per il miglioramento della performance logistica.

LOGISTICA IN ENTRATA

Provenienza: Italia

In Italia il trasporto avviene quasi esclusivamente via gomma a causa della scarsità di sviluppo della rete ferroviaria, che comporta per le aziende costi elevati e livelli inferiori di servizio. La merce in entrata viene acquistata con clausola DAP (delivery at place), per cui illycaffè non ha il controllo dei corrieri utilizzati. L'eccezione è il caso delle componenti per le capsule che vengono acquistate con pagamento delle spese di trasporto.

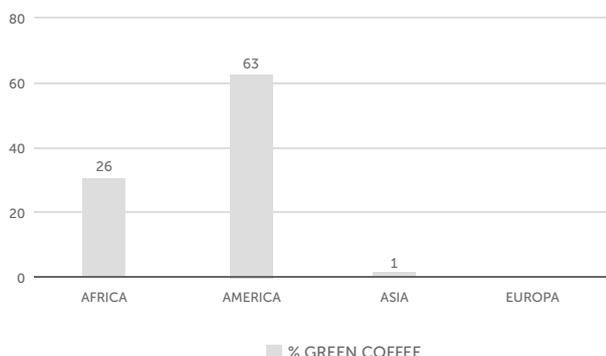
Un progetto innovativo avviato da illycaffè è il cosiddetto Progetto Milk Run: per ottimizzare i flussi e lo stock a magazzino illycaffè coordina il trasporto delle componenti per le capsule da tutti i fornitori in maniera da ottimizzare il flusso quindi guadagnare cubatura industriale. Ad oggi sono stati guadagnati 250 metri cubi di area industriale.

Provenienza: Estero

Il peso maggiore del trasporto in ingresso è dovuto al caffè verde (82,2%).

Tutto il materiale in ingresso viene trasportato via mare, il mezzo di trasporto a minor impatto. La selezione delle compagnie di navigazione sulla base del servizio qualitativo ha permesso di identificare importanti fornitori di servizi e grandi colossi della navigazione mercantile che hanno politiche di sostenibilità chiare relativamente all'abbattimento dell'impatto.

Caffè verde in entrata per area geografica di provenienza



gomma/treno/gomma verso la Norvegia e verso la Grecia (il trasporto Intermodale è il trasporto effettuato con diversi mezzi in combinazione): questi due casi permettono di evitare circa 0,1 kg CO₂/ton-Km (WEF, 2009).

Grazie a questi risultati, l'azienda ha valutato la possibilità di estendere l'uso del trasporto ferroviario anche in altri Paesi Europei. Dall'analisi è emersa, però, la non fattibilità in quanto non viene garantita la qualità del servizio a causa degli alti tempi di transito e del costo del servizio che è sensibilmente più alto. Quindi il progetto non risponde a due dei tre pilastri della sostenibilità: sociale perché non aggrega valore qualitativo per la filiera, economico perché sottrae valore economico alla filiera.

Per incentivare spedizioni full container esporta con resa CIF solo se il compratore carica il container completo o resa FCA (franco vettore) se il compratore carica il camion completo. Questo vale per le filiali illycaffè (Francia, Germania, Olanda, Spagna, Austria, USA e Canada, Asia Pacifico, Brasile) e per i distributori in Svezia, Gran Bretagna, Svizzera, Slovenia, Norvegia, Romania, Repubblica Ceca, Danimarca.

LOGISTICA IN USCITA

Destinazione: Italia

illycaffè si incarica della spedizione della merce ai propri clienti in Italia. Il totale delle spedizioni viaggia in Italia su gomma poiché il trasporto ferroviario non è vantaggioso dal punto di vista economico e qualitativo. 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 esistono magazzini intermedi che permettono di ottimizzare la distribuzione ai punti vendita.

Destinazione: Estero

Tutto il trasporto verso i paesi EMEA (67,4%) avviene via gomma con determinate eccezioni (vedi sotto) mentre tutto il trasporto nel resto del mondo (32,6%) avviene via mare utilizzando 3 importanti vettori internazionali. Di questi, due principali vettori utilizzati, che rappresentano quasi il 90% delle spedizioni, hanno chiare e dettagliate politiche di sostenibilità.

illycaffè ha adottato alcune soluzioni di trasporto intermodale



Impegno ambientale nelle piantagioni

L'impegno ambientale di illycaffè non si ferma all'impatto generato dalla propria attività, ma va oltre, con il monitoraggio e il miglioramento delle performance legate alla produzione della materia prima: il caffè verde.

Grazie ai progetti di sviluppo internazionale avviati con i Paesi produttori di caffè, l'impegno di illycaffè è stato riconosciuto, nel 2006, con il Premio Impresa Ambiente ideato dai Ministeri dell'Ambiente e delle Attività Produttive, Unioncamere e Camera di Commercio di Roma, che rappresenta il più alto riconoscimento italiano per le imprese che abbiano dato, nello svolgimento della loro attività produttiva, un contributo innovativo in termini di sostenibilità ambientale e responsabilità sociale.

Nelle zone dove si produce il caffè, illycaffè promuove tecniche agronomiche a basso impatto ambientale, intervenendo sugli impatti più rilevanti durante la coltivazione:

- Consumo di acqua. L'azienda fornisce utili indicazioni ai produttori su macchinari che consumino meno di mezzo litro d'acqua per ogni chilo di caffè verde prodotto (in genere si consumano dai 5 ai 10 litri).
- Trattamento delle acque residuali. Le acque che fuoriescono dalle stazioni di lavaggio presentano alte cariche di materia organica e necessitano di un trattamento prima di essere immesse nei sistemi naturali. L'azienda diffonde conoscenze su sistemi di calcolo per sapere quando le acque sono pronte per essere immesse nei sistemi naturali e insegna come riutilizzare l'acqua per la produzione di compost e biogas.
- Fertilizzazione azotata e utilizzo prodotti chimici. illycaffè promuove principi di agricoltura integrata limitando l'utilizzo dei mezzi chimici e favorendo le buone pratiche agricole, come ad esempio, l'uso di copertura vegetale del terreno; la riduzione dell'erosione del suolo per mezzo di coltivazioni lungo le curve di livello; la riduzione della lavorazione del terreno per mantenerne inalterata la fertilità e l'applicazione di macronutrienti, anche attraverso concimazione organica.

illycaffè diffonde la cultura del rispetto ambientale anche attraverso l'Università del Caffè, che aggiorna costantemente gli agricoltori sulle tecniche di coltivazione più avanzate. Sostiene, inoltre, attività di organizzazioni non profit come l'Istituto Terra per la tutela della Foresta Atlantica.

L'azienda prevede appositi programmi di incentivazione e riconoscimento per quei produttori che promuovono la qualità e la sostenibilità ambientale come il Premio Ernesto Illy de Qualidade do café para Espresso, il Clube illy do Café, il Diploma di sostenibilità.

Nel 2013, inoltre, è proseguito il percorso di studio dell'efficienza energetica nelle piantagioni grazie alle collaborazioni con il Prof Cerri in Brasile, con il Ministero dell'Ambiente italiano e all'interno della piattaforma Sustainable Agriculture Initiative.

Dal 2013 la Fondazione Ernesto Illy sta sviluppando un progetto di riforestazione a Támara, in Colombia, in collaborazione con Cenicafé e Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.



Obiettivi di miglioramento relativi al valore ambientale

Cosa, come e quando

illycaffè sta sviluppando e implementando una Road Map per la Sostenibilità che permetterà di definire e perseguire in modo sistemico gli obiettivi strategici per il 2020. Seguono alcuni degli obiettivi di miglioramento di breve periodo.



RICICLO PIÙ FACILE DELLE CAPSULE IPERESPRESSO

Ricerca e progettazione di soluzioni innovative per riciclaggio capsule.

Quando: 2015



ENERGIA

Verifica fattibilità di soluzioni per un maggiore efficientamento energetico.

Quando: 2015



GESTIONE DELLE EMISSIONI

Ricerca e applicazione di soluzioni impiantistiche e sui macchinari per ridurre le emissioni di gas serra.

Quando: 2015



RICERCA SUI MATERIALI

Ridisegno e affinamento dei prodotti: riduzione del peso degli imballi e sostituzione materiali.

Quando: 2014



CARBON E WATER FOOTPRINT

Prosecuzione e aggiornamento di studi e ricerche avanzate per il calcolo dell'impronta di carbonio e dell'acqua.

Quando: 2014 - 2017



PIANETA 20

Riduzione del 20% delle emissioni di gas serra

Quando: entro 2020



In equilibrio sopra un chicco di caffè

Il benessere è prima di tutto questione di equilibrio. illy è un universo che cresce nel nome della sostenibilità e del benessere comune, che crea valore non soltanto deliziando i consumatori e valorizzando le persone, i collaboratori e i fornitori, ma anche migliorando la vita delle comunità in cui opera.

Desidero cominciare parlandovi della nostra definizione del valore economico.

illy è un universo che cresce nel nome della sostenibilità e del benessere comune, che crea valore non soltanto deliziando i consumatori e valorizzando le persone, i collaboratori e i fornitori ma anche migliorando la vita delle comunità in cui opera.

L'etica è il principale pilastro dell'azienda, una bussola che indica le direzioni per creare i valori economici e sostenibili.

Il valore economico è basato sulla fiducia e sulla trasparenza attraverso comportamenti di tutta l'azienda e soprattutto nei confronti dei nostri stakeholders.

illycaffè promuove la sostenibilità economica attraverso comportamenti rigorosi nei confronti di tutti i nostri clienti. In particolare i nostri consumatori, che pagano un prezzo superiore per il nostro prodotto, ma riconoscono sia la qualità dello stesso che i processi che portano ad ottenere questo livello di qualità.

Ci sono poi i nostri produttori con i quali negoziamo in base alla qualità del prodotto che ci offrono e quindi, in relazione ai risultati che otteniamo nella qualità del prodotto stesso riconosciamo a loro un prezzo migliore affinché essi possano godere di un maggiore benessere e al tempo stesso sviluppare la comunità in cui operano e il Paese in cui operano.

Abbiamo i collaboratori, ai quali garantiamo un ambiente di lavoro sicuro, stimolando attraverso la nostra filosofia il lavoro di gruppo e al tempo stesso la riduzione del consumo di risorse.

In seguito abbiamo le comunità di riferimento dei Paesi produttori e consumatori che beneficiano attraverso le attività promosse dalle partnership e collaborazioni della nostra Università del Caffè e nonché della Fondazione Ernesto Illy.

Infine abbiamo gli azionisti che sono premiati attraverso il maggiore valore dell'azienda oltre che dal valore della maggiore notorietà del marchio.

Questa creazione di valore genera vantaggi sia nel medio che nel lungo periodo non solo per la illycaffè ma soprattutto per le comunità in cui la illycaffè opera.

Giovanni Loser
General Manager

Highlights



+7,1%

il valore aggiunto generato e distribuito a livello consolidato rispetto al 2012



100%

dei produttori di caffè hanno ricevuto un audit specifico secondo il Responsible Supply Chain Process



5.000

oltre 5.000 coltivatori coinvolti dal 2010 al 2013 con corsi, convegni, visite di tecnici



3,2

milioni di euro gli investimenti realizzati nel triennio 2011-2013 per monitoraggio e supporto della filiera del caffè verde

“Siamo orgogliosi di aver ottenuto questa certificazione, un riconoscimento al modus operandi che da venti anni caratterizza la nostra azienda ed è alla base dell'eccellenza del nostro prodotto”

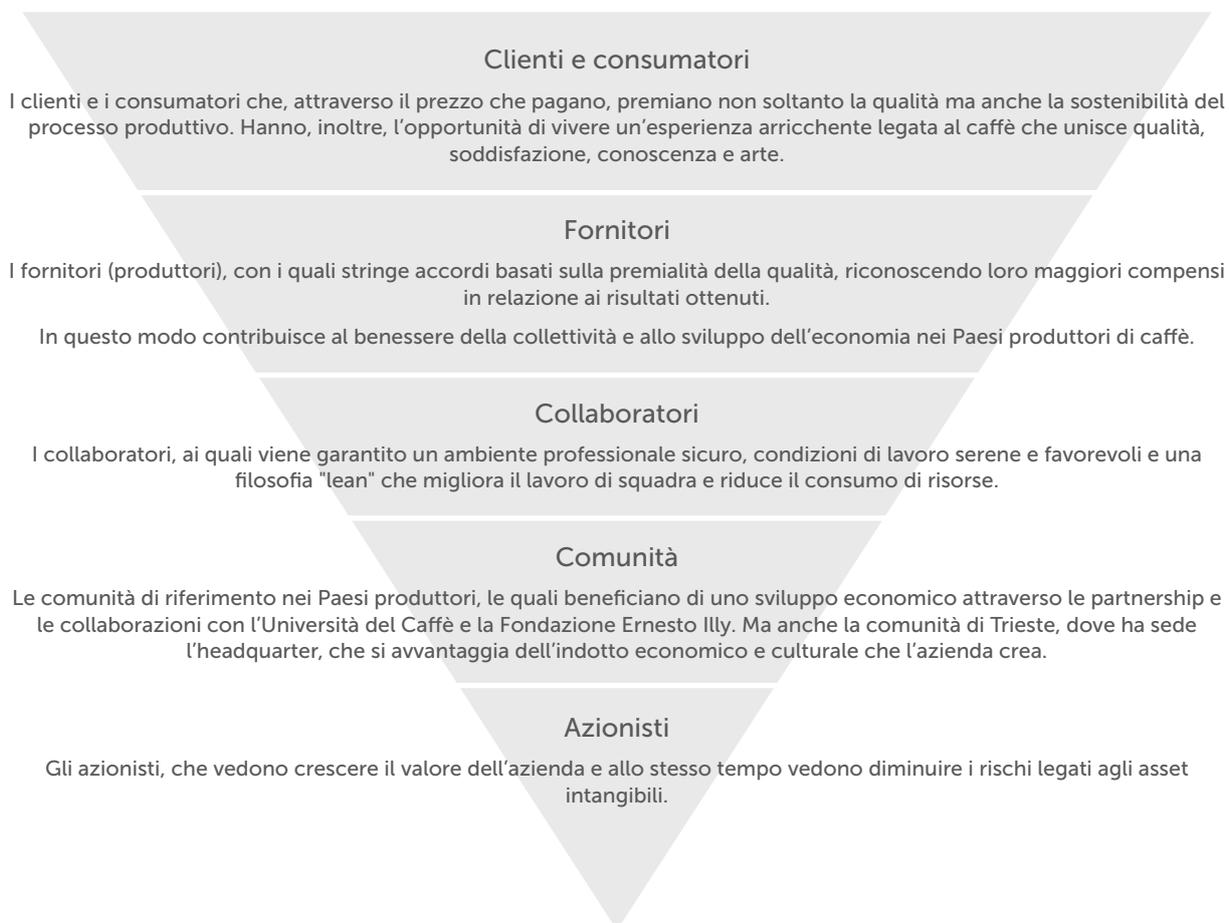
Andrea Illy



La creazione di valore economico

illycaffè favorisce la sostenibilità economica
che comporta benefici nel breve e lungo periodo
sia per l'azienda che per le comunità di riferimento nelle quali opera.

Questo valore viene condiviso con:



“illycaffè una stakeholder company fondata sull'etica e ha come obiettivo il miglioramento della qualità della vita”

L'etica è da sempre il principio fondante dell'impresa: la bussola che indica all'azienda la direzione da prendere per creare valore sostenibile da condividere con i propri stakeholder.

La qualità economica si fonda sulla fiducia e sulla reputazione, tutelate attraverso comportamenti trasparenti e rigorosi.

— Manifesto della Sostenibilità illycaffè



*“We cannot rely on intermediaries.
We go directly to the grower –otherwise
there is no traceability.
We select the best possible growers, we
transfer knowledge to them, and then we
buy directly from that grower even though
we are paying more than the market price”*

— Anna Illy

Member of illycaffè's Executive Board,
noted that some farmers have been supplying illy for more than 20 years



illycaffè gestisce l'intera filiera del caffè in ottica di sostenibilità. Tale approccio è certificato da un Ente terzo e indipendente attraverso la Responsible Supply Chain Process che certifica che illycaffè:

- acquista il 100% del caffè verde direttamente dai produttori (si veda l'eccezione del caso Etiopia);
- trasferisce ai produttori le conoscenze per il continuo miglioramento della qualità del prodotto;
- garantisce un compenso superiore rispetto alla media del mercato per premiare i produttori.
- L'investimento per le attività di monitoraggio e supporto specifiche sulla filiera di approvvigionamento del caffè verde è stato pari a 3,2 milioni di euro nel triennio 2011-2013.

illycaffè sostiene tutte le spese relative a certificazioni e ispezioni, tramite propri tecnici, presso i produttori, la certificazione Responsible Supply Chain Process non comporta costi di certificazione per questi ultimi.

Per ottenere un caffè di qualità illy è necessario operare a stretto contatto con i coltivatori nelle origini dove la più pregiata Arabica cresce. La politica di approvvigionamento dell'azienda poggia su tre pilastri: selezionare e lavorare con i migliori produttori; aggiornare la loro conoscenza; premiarli economicamente per la qualità ottenuta. Una visione che viene da lontano: è dalla fine degli anni '80, infatti, che illycaffè acquista il 100% della materia prima direttamente alla fonte (ad eccezione dell'Etiopia dove la legge locale attualmente non lo consente), saltando l'intermediazione e i mercati internazionali delle commodity.

Grazie a questo impegno, illycaffè è la prima azienda al mondo ad aver ottenuto, nel marzo 2011, la Certificazione "Responsible Supply Chain Process", che assegna un ruolo cruciale alla qualità e alla creazione di valore per gli stakeholder di tutta la filiera del caffè verde. L'azienda ha deciso di intraprendere tale percorso per introdurre soluzioni gestionali e misurazioni capaci di evidenziare e comunicare la creazione di valore responsabile lungo tutta la filiera.

L'orientamento strategico alla base di tale certificazione si fonda sui principi della tracciabilità, reciprocità, qualità.

A partire dal 2013 alcune origini che costituiscono una quota marginale della filiera del caffè verde sono entrate a far parte della certificazione di filiera RSCP, ampliando e migliorando il sistema. In tal senso, sono stati svolti audits nelle seguenti nuove origini: Messico, Nicaragua e Honduras.

La certificazione Responsible Supply Chain Process non implica costi diretti per i produttori di caffè: è illycaffè a sostenere tutte le spese relative a certificazioni e ispezioni presso i produttori.

La certificazione Responsible Supply Chain Process

illycaffè è da sempre una stakeholder company fondata sull'etica e ha come obiettivo il miglioramento della qualità della vita. Il concetto di qualità è centrale nella filosofia dell'impresa. E proprio la ricerca continua della qualità mette in moto un circuito virtuoso che crea valore per tutti gli interlocutori coinvolti, dal coltivatore di caffè fino al consumatore della tazzina.

Qualità e sostenibilità sono per l'azienda un binomio inscindibile: un prodotto eccellente per essere tale non può che essere sostenibile. Negli ultimi vent'anni illycaffè ha messo a punto un sistema di relazioni dirette con i propri fornitori basato su tre pilastri: selezionare i coltivatori migliori; trasferire a questi coltivatori, attraverso l'Università del Caffè e il lavoro quotidiano sul campo di agronomi specializzati, tutte quelle conoscenze maturate in ottant'anni di storia d'impresa e di ricerca necessarie per raggiungere i picchi d'eccellenza richiesti dagli standard illy; acquistare le produzioni migliori dai coltivatori, pagando loro prezzi superiori a quelli di mercato per premiare la qualità prodotta e stimolare il miglioramento continuo.

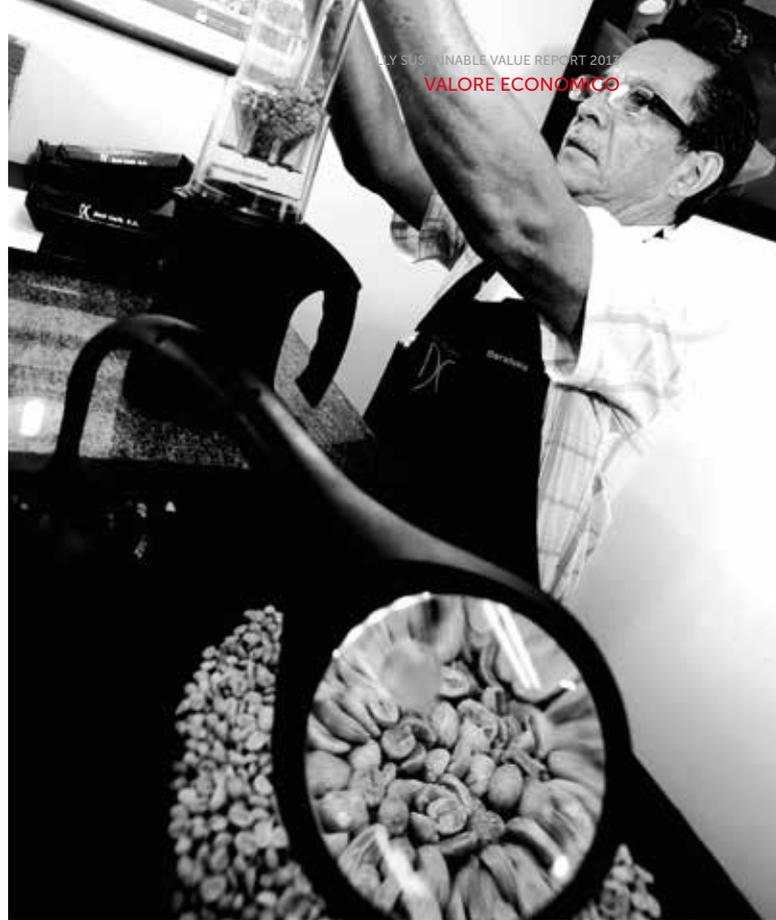
DNV GL, ente internazionale certificatore indipendente leader di mercato, ha sviluppato il nuovo standard "Responsible Supply Chain Process" prendendo in considerazione proprio il modello della catena di fornitura di illycaffè, integrandolo con le linee guida attuali ed emergenti in tema di sostenibilità e responsabilità d'impresa, nonché gli standard di riferimento per le attività di certificazione e di accreditamento.

Lo standard contiene sia requisiti riguardanti la sostenibilità dell'azienda che si certifica (con aspetti, tra l'altro, sulla business ethics, l'ambiente, i rischi relativi ai lavoratori, i rischi sociali) sia requisiti specifici sulla filiera del caffè verde (con aspetti sulla relazione con i fornitori; il processo di produzione; il monitoraggio di opportuni indicatori; le verifiche da parte dei tecnici illycaffè sul campo e sul prodotto). Durante il processo di certificazione, illycaffè si è impegnata a perfezionare i propri processi interni per soddisfare i requisiti richiesti, attraverso il forte coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali: Consiglio di Amministrazione, management, risorse operative. La certificazione si basa sul principio e i processi di miglioramento continuo. Il processo è partito con la mappatura delle filiere del caffè, delle legislazioni Paese e dei fornitori e rischi associati alla fornitura del caffè per ogni singolo Paese.

A fine 2013 illycaffè ha valutato il lavoro svolto durante i primi anni di certificazione RSCP ed ha realizzato un apposito documento di risk assessment. Sono stati presi in considerazione environmental risks, business ethics risks, employment risks e product risks, analizzandoli sia a livello paese che a livello della supply chain di illycaffè.

Obiettivo del 2014 è di concentrare il monitoraggio in quei Paesi che presentano potenziali rischi.

Il processo seguito da illycaffè per ottenere la certificazione è riassunto nella figura seguente.



A seguito della mappatura sono stati redatti e distribuiti manuali di migliori pratiche specifici per ogni filiera. Fanno inoltre parte del processo le verifiche e le visite di controllo che servono ad alimentare i parametri della performance della filiera di illycaffè.

Questi parametri possono essere classificati in:

- minimum actions requirements, requisiti minimi che i produttori sono tenuti a rispettare, come la legislazione in materia di ambiente e lavoro; questi sono requisiti del fornitore e le non conformità possono causare la lista nera per il fornitore.
- Indicatori chiave della performance (KPI) che descrivono la filiera di illycaffè e si dividono in:
 - Core KPI, requisiti che vanno oltre i minimi di legge ma che illycaffè reputa fondamentali;
 - Recommended KPI, requisiti ulteriori ed aggiuntivi, non obbligatori ma altamente qualificanti.

I KPI riguardano il processo di illycaffè e non rappresentano dei target per i fornitori: rappresentano in particolare il modo per valutare le performance di illycaffè nei confronti delle proprie filiere. In tal senso essi sono basati sugli indicatori (core e recommended) che sono raccolti dai tecnici illycaffè durante le visite in campo. In base alle rilevazioni, l'azienda si pone l'obiettivo di innalzare le performance delle filiere in relazione a tematiche specifiche; individua pertanto dei propri KPI e target da raggiungere identificando delle azioni (formazione in particolare) da implementare nella filiera per innalzare le performance (in coerenza con il kpi/target).

I KPI servono ad illycaffè per valutare le proprie performance nei confronti delle filiere e non vanno intesi come dei target per i singoli fornitori. In tal senso essi sono basati sugli indicatori (core e recommended) che sono raccolti dai tecnici illycaffè durante le visite in campo. In base alle rilevazioni, l'azienda

si pone obiettivi specifici per innalzare le performance delle filiere in relazione a tematiche specifiche identificando le azioni più adeguate (formazione in particolare) in coerenza con il KPI/target individuati.

Il monitoraggio degli indicatori target, la risoluzione di eventuali criticità e l'individuazione di progetti e percorsi di miglioramento sulla filiera dei produttori rappresentano, di fatto, un piano di sostenibilità per la gestione della catena di fornitura.

A titolo di esempio, la tabella seguente riporta alcuni indicatori che i tecnici illycaffè raccolgono durante le visite in campo per il monitoraggio della sostenibilità lungo la propria catena produttiva

AREA	Key Performance Indicators (specifici per ogni Paese)
Rischi ambientali	Quantità di acqua utilizzata durante la lavorazione post-raccolta Trattamento delle acque residuali Riserva naturale e protezione specie endemiche Ombreggiamento del caffè Fertilizzazione organo-minerale
Rischi lavorativi	Salari maggiori rispetto ai minimi di legge
Rischi etici	Partecipazione e coinvolgimento lungo la filiera Diffusione dei Manuali sulle buone pratiche agricole Analisi dei costi Gestione del rischio finanziario legato alla volatilità dei prezzi
Rischi di prodotto	Agricoltura integrata Caffè raccolto dal suolo Corrette pratiche di essiccazione del caffè Pulizia dei magazzini Utilizzo di sacchi di iuta nuovi

Risultati al 31 dicembre 2013

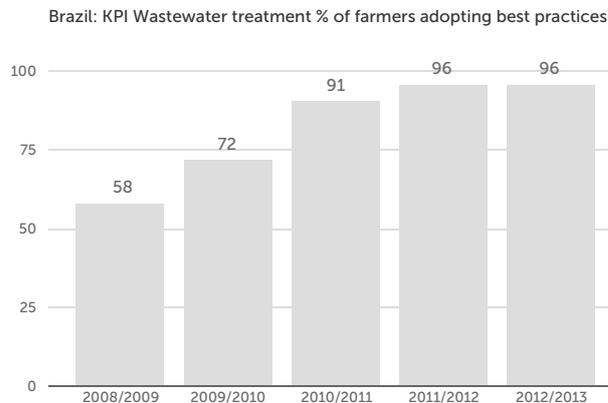
Nel triennio 2010-2013 sono stati redatti e distribuiti i manuali in tutte le filiere del caffè.

In questi anni sono stati visitati direttamente in campo più di 1400 produttori, il che significa il 100% dei fornitori visitati almeno una volta e il 70% visitati due volte. I tecnici illycaffè hanno impiegato oltre 950 giornate per la realizzazione delle visite.

Dal 2010 al 2013 illycaffè tra azioni dirette (corsi di formazione) e indirette (partecipazioni e realizzazioni di convegni) ha raggiunto un numero di partecipanti stimabile in oltre 5.000.

Nell'ambito della diffusione dei concetti dell'agricoltura integrata è stata realizzata un'azione di sensibilizzazione alla riduzione dell'uso dei presidi fitosanitari, che è stata veicolata da tutta l'attività formativa intrapresa.

L'azione che illycaffè ha intrapreso fin dal 2009 in Brasile per promuovere un miglioramento nei sistemi utilizzati per il trattamento delle acque residuali ha avuto risultati nell'ultimo anno simili a quelli del 2011/2012. Ciò indica che il programma così concepito è giunto a maturità e devono quindi essere intraprese azioni diversificate.



Risultati dell'anno 2013

Nel 2013 sono state realizzate visite in campo a 313* produttori, di cui il 99,04% è risultato conforme al modello di certificazione. Alcuni produttori sono stati coinvolti per il terzo anno consecutivo.

* Alcuni sono al terzo giro

Il programma formativo per i produttori per l'anno 2013, erogato in 250 ore, è stato il seguente, nell'ambito del programma dell'Università del Caffè rivolta ai produttori:

Brasile:

11 seminari nelle regioni produttrici sui temi della qualità, della protezione delle risorse idriche e sulle buone pratiche ambientali.

India:

3 corsi nelle regioni produttrici sui temi della qualità, del consumo di acqua e del corretto trattamento delle acque residuali del caffè.

Colombia:

1 seminario sull'andamento del mercato internazionale del caffè.

Guatemala

1 evento riguardante il tema della ruggine.



Benefici della certificazione

Il Responsible Supply Chain Process promuove lo sviluppo di una filiera sostenibile, il monitoraggio e la tracciabilità, in un'ottica di miglioramento continuo.

Una delle innovazioni principali di tale norma è che è l'azienda a certificarsi, e non i coltivatori. Il costo delle verifiche e della certificazione è dunque sostenuto da illycaffè. La certificazione genera benefici per tutti gli stakeholder di illycaffè.

Benefici per i produttori

Oltre a non comportare costi legati agli audit la Responsible Supply Chain Process genera significativi vantaggi per i coltivatori di caffè:

- un dialogo continuo con illycaffè atto a incrementare la qualità del prodotto, la produttività nel lungo periodo e la condivisione di conoscenza, secondo una logica di continuo miglioramento. Sono state erogate più di 250 ore di lezione maggiore sintonia con illycaffè perché pienamente rispondente ai criteri di sostenibilità ricercati dall'azienda; questo genera, quindi, benessere, derivante dal premium price pagato dall'azienda per l'eccellenza qualitativa. Va sottolineato come la partecipazione al processo sia volontaria e quindi non un prerequisito per poter vendere a illy il proprio caffè.

Benefici per i consumatori ed i clienti

I clienti e i consumatori godono ora di una serie di benefici che rafforzano e si sommano a quanto già illycaffè persegue da anni sul fronte della qualità e della sicurezza:

- l'acquisto di un prodotto sicuro e certificato;
- il rispetto delle leggi in materia di ambiente e lavoro;
- la tracciabilità del prodotto in tutta la filiera. Questo ad eccezione dell'Etiopia dove un decreto nazionale impedisce di acquistare il caffè direttamente dai produttori, ma obbliga a servirsi di rappresentanti governativi. illycaffè sta lavorando assieme ad altre organizzazioni del settore per chiedere al governo Etiope una maggiore tracciabilità dei lotti di caffè acquistati;
- la consapevolezza e la gratificazione provenienti dall'acquisto di un prodotto che contribuisce allo sviluppo economico e sociale delle comunità dei produttori.

Benefici organizzativi

Il processo di certificazione ha coinvolto molte aree e funzioni aziendali, consentendo al personale di aumentare la propria conoscenza sui temi della sostenibilità e di diventare parte attiva del cambio culturale, con un aumento dell'integrazione inter funzionale.

La certificazione, inoltre, ha introdotto ulteriori miglioramenti organizzativi quali:

- l'avvio di attività sistemiche di dialogo con gli stakeholder per garantire il collegamento tra le strategie di illycaffè e gli interessi degli stakeholder, a partire dai processi di comunicazione già esistenti, in un'ottica di progressivo miglioramento;
- interventi per migliorare ulteriormente la governance della sostenibilità, attraverso la redazione del Manifesto della Sostenibilità e lo sviluppo di meccanismi di governo e controllo;
- la razionalizzazione e messa a sistema di tutte le attività sviluppate nel corso degli anni per garantire la sostenibilità del processo di fornitura;
- azioni specifiche e budget strutturati per una gestione sempre più responsabile, quali: il potenziamento dell'attività di verifica presso i coltivatori; lo sviluppo di una comunicazione interna ed esterna e il monitoraggio periodico delle questioni legate alla sostenibilità.

Interventi realizzati nella filiera del caffè

illycaffè rende concreto il suo impegno lungo la filiera attraverso programmi di trasferimento di know how ai produttori, la diffusione della cultura della qualità e della sostenibilità, attività di studio, ricerca e innovazione per migliorare le conoscenze sul caffè e si adopera inoltre per migliorare le condizioni di vita e produttive dei produttori.

BRASILE

Studio sulla decomodizzazione del caffè. Uno studio realizzato dal professore Pierpaolo Andriani della Durham Business School ha messo in evidenza la relazione dell'aumento della qualità del caffè in diverse zone del Brasile con l'ingresso di illycaffè nel Paese.

Progetto misurazione delle emissioni di gas effetto serra associate alla coltura brasiliana. Dal 2010 in collaborazione con la società di consulenza specializzata DeltaCO2, si sta realizzando uno studio sul calcolo delle emissioni di gas ad effetto serra associate alla produzione di caffè in tre diverse regioni del Brasile.

Progetto Foresta Atlantica in Brasile. In collaborazione con l'Istituto Terra (creato nel 1998 da Sebastião Salgado e Lélia Wanick Salgado per sviluppare e sostenere un progetto di riforestazione di una vasta area della foresta Atlantica nella regione della valle del Rio Doce, in Brasile), illycaffè ha sponsorizzato (per un totale di 231.000 euro) la creazione di campi sperimentali per lo studio dei sistemi di riforestazione della foresta atlantica (sono stati piantati più di 8.000 alberi nei 9 ettari sperimentali). Il progetto è partito nel 2008 e terminato nel 2012.

Manuale ambientale per la gestione delle riserve naturali nella foresta atlantica. Nel 2009 sono stati diffusi 800 manuali teorici sulla gestione ambientale della foresta atlantica a produttori, enti di ricerca, biblioteche e università in Brasile. Nel 2013 illycaffè ha diffuso 800 manuali pratici sulla gestione ambientale e ripopolazione della foresta atlantica nelle piantagioni.

Formazione e aggiornamento:
11 seminari nelle regioni produttrici sui temi della qualità, della protezione delle risorse idriche e sulle buone pratiche ambientali.

Università del Caffè Brasile. 1741 produttori coinvolti nel 2013 con una serie di corsi brevi sui temi della qualità del prodotto e della qualità ambientale nelle zone di produzione.
2 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013).

COLOMBIA

Progetto caffè e miele in Colombia. In collaborazione con il gruppo di coltivatori di caffè Calarama di Chaparral, nella regione del Tolima, Fondazione Ernesto Illy ha introdotto la produzione di miele come fonte alternativa di reddito e come progetto pilota per la creazione di un modello da diffondere in altre zone del caffè. Il progetto è partito nel 2010 e non si è ancora concluso.

Progetto triennale 2013-2016 di riforestazione. In collaborazione con Cenicafé e Federación Nacional de Cafeteros Colombia, illycaffè sta sviluppando un progetto di riforestazione a Tamara, nel dipartimento di Casanare
2 studenti al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2012)

Formazione e aggiornamento: 8 seminari sulle buone pratiche di coltivazione, lavorazione e gestione della proprietà agricola.

COSTA RICA / PANAMA

Formazione e aggiornamento: 1 evento riguardante i temi della qualità e le buone pratiche per la gestione dei residui della coltivazione.

EL SALVADOR

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)

KENYA

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)

TANZANIA

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)





ETIOPIA

Progetto germoplasma in Etiopia. In collaborazione con la University of Addis Ababa e la Universität Bonn, Fondazione Ernesto Illy sponsorizza il progetto di conservazione e studio del germoplasma del caffè Arabica in situ nelle foreste primarie del Paese. Il progetto è iniziato nel 2010 e proseguirà per 5 anni.

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)

GLOBAL

Visite tecniche agronomi illy. Nel 2013 i tecnici di illycaffè hanno dedicato più di 400 giornate di attività dirette in campo a favore dei produttori in tema di sostenibilità. Nel 2013 sono stati visitati 313 produttori per le verifiche relative alla certificazione RSCP.

SAI Platform. illycaffè è membro attivo della SAI Platform, piattaforma del settore privato che lavora in fase precompetitiva sull'agricoltura sostenibile e nel 2013 ha presieduto il Coffee Working Group. A dicembre 2013, grazie alla collaborazione dell'Iniziativa Olandese del Commercio Sostenibile (IDH), il Gruppo ha pubblicato le prime Regole Specifiche di Prodotto (Product Category Rule-PCR) a livello mondiale per il caffè verde. Tale strumento punta a comunicare correttamente il risultato di un'analisi del ciclo di vita nelle dichiarazioni ambientali.

GUATEMALA

2 studenti al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)

INDIA

Formazione e aggiornamento: 238 produttori coinvolti in
- 5 corsi nelle regioni produttrici sui temi della qualità, del consumo di acqua e del corretto trattamento delle acque residuali del caffè.
- 1 corso in azienda agricola sui temi della qualità, delle varietà

di caffè e sulla fertilizzazione.

- 1 corso a Bangalore sui temi della qualità e del corretto trattamento delle acque residuali del caffè.

Manuale per il corretto uso dell'acqua. Nel 2011 è stato consegnato a 500 produttori di caffè in India di un manuale per la gestione delle risorse idriche durante la coltivazione e lavorazione del caffè (scarica il manuale "Water and coffee - don't waste your resources).

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)

LONDRA

International Coffee Organization (ICO). illycaffè partecipa attivamente alle attività dell'ICO, la più grande organizzazione intergovernativa avviata in collaborazione con l'ONU per migliorare la cooperazione tra le nazioni che consumano, distribuiscono e producono caffè. Ernesto Illy ha presieduto il Coffee Promotion Committee. Dal 2012 Andrea Illy è Chairman del Promotion and Market Development Committee.

PERÙ

1 studente al Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2013)



Premi
e incentivi
per i produttori

illycaffè valorizza e premia la qualità del caffè attraverso diverse iniziative e riconoscimenti: in questo modo, non solo crea le condizioni per ottenere una materia prima eccellente, ma stimola la crescita imprenditoriale e culturale dei produttori, trasferendo e praticando i principi della sostenibilità. La selezione dei fornitori è rigorosa ed effettuata con metodiche diverse che tengono conto delle realtà dei singoli Paesi.

In Brasile, ad esempio, per avviare un meccanismo di identificazione dei migliori produttori e di incentivazione alla qualità, nel 1991 illycaffè ha istituito un riconoscimento: il Prêmio Brasil de Qualidade do Café para Espresso che oggi è diventato Prêmio Ernesto Illy de Qualidade do Café para Espresso. All'inizio degli Anni '90 la produzione brasiliana di caffè garantiva ingenti quantità, ma scarsa qualità. Il Premio ha contribuito a cambiare questa situazione, consentendo ad alcune regioni del Paese, come il Cerrado, a torto considerate poco adatte alla coltivazione di caffè, di affermarsi. Il chicco brasiliano è oggi riconosciuto dal mercato internazionale come uno dei migliori al mondo.

In Etiopia, data la particolare realtà locale, costituita da migliaia di piccolissimi produttori di caffè, assieme a un partner locale sono state costruite stazioni di lavaggio per ottenere maggiore omogeneità nella fase di lavorazione delle piccolissime quantità di ciliegie di caffè portate dai tanti produttori e dove venivano - prima della pubblicazione del decreto nazionale di regolamentazione del mercato interno - condotte regolarmente delle sessioni formative per insegnare loro a produrre qualità sempre migliore. Questo progetto ha saputo far crescere la cultura del caffè, della qualità e del mercato in tutta la nazione. illycaffè ha inoltre partecipato insieme al Ministero dell'Agricoltura Etiope ad un progetto volto a identificare un processo di lavorazione che, con un modestissimo investimento, permette un notevole miglioramento qualitativo dei raccolti e, nel contempo, l'incremento dei ricavi dei singoli produttori.

Durante il 2013 illycaffè ha proseguito nel riconoscimento dei produttori brasiliani più partecipativi al programma di sostenibilità (il criterio della sostenibilità rientra tra i requisiti fondamentali per la selezione del fornitore dell'anno). Tra le iniziative più significative che illycaffè ha realizzato per premiare la qualità dei Produttori, si ricordano:

PRÊMIO ERNESTO ILLY DE QUALIDADE DO CAFÉ PARA ESPRESSO

L'iniziativa promuove i coltivatori più virtuosi, contribuendo con premi in denaro allo sviluppo rurale e ambientale di intere regioni del Brasile, come le zone intorno a Piraju, nello stato di San Paolo, come gli altipiani del Cerrado e la Zona da Mata nello stato di Minas Gerais. Dal momento in cui illycaffè ha introdotto il premio, nel 1991, più di 10.000 produttori hanno partecipato all'iniziativa, con un totale di premi distribuiti negli anni di circa due milioni di dollari. Inoltre, riconosce un Premio al miglior Fornitore Brasiliano dell'anno sulla base delle prestazioni in termini di qualità, tempi di consegna e sosteni-

bilità, illycaffè mette a disposizione dei fornitori vincitori e delle loro famiglie un viaggio in Italia, che include una visita alla illycaffè.

CLUBE ILLY DO CAFÉ

Nasce nel 1999, sulla scia del successo del Prêmio Ernesto Illy de Qualidade do Café para Espresso, con lo scopo di rafforzare le relazioni con i migliori produttori di caffè del Brasile e promuovere buone pratiche di coltivazione. I coltivatori ammessi al Clube ricevono delle tessere di fedeltà che variano a seconda della durata del rapporto di fornitura e della qualità del prodotto. Nel 2013 i membri del Clube illy erano 475. Inoltre, riconosce un Premio al miglior Fornitore Sostenibile Brasiliano dell'anno sulla base delle prestazioni in termini di qualità, tempi di consegna e sostenibilità, illycaffè mette a disposizione dei fornitori vincitori e delle loro famiglie un viaggio in Italia, che include una visita alla illycaffè.

Dal 2011, inoltre, illycaffè consegna speciali targhe di riconoscimento da esporre nelle aziende dei produttori brasiliani più virtuosi. Fino a oggi ne sono state consegnate 20.

Il sistema premiante di illycaffè ha apportato diversi benefici all'azienda, ai produttori e alle comunità di riferimento. È migliorata la qualità del caffè prodotta in Brasile, anche in zone che prima erano considerate inadatte alla coltivazione. I produttori hanno acquisito nuove tecniche di coltura sostenibili e responsabili: il know how e le capacità di cui dispongono grazie all'intervento di illycaffè possono così essere valorizzate sul mercato anche indipendentemente dalla fornitura realizzata all'azienda. Una ricerca realizzata dalla Durham Business School descrive e analizza l'evoluzione della decommo-dizzazione della qualità del caffè in Brasile: piccole variazioni introdotte nel mercato del caffè brasiliano hanno prodotto grandi variazioni nel comportamento a lungo termine di tutto il settore a livello mondiale. La ricerca dimostra come la creazione del Premio abbia portato ad una progressiva rivalutazione del caffè verde (decommoditization) e sviluppato un network di produttori di eccellenza. Dimostra, inoltre, che le aziende possono contribuire a modificare gli equilibri esistenti in un mercato e innescare meccanismi virtuosi, il cosiddetto effetto butterfly, che producono profitto attraverso lo sviluppo di una visione di lungo termine, capace di coniugare sostenibilità e qualità.

Profitto equo per i coltivatori

illycaffè calcola il prezzo minimo equo per il caffè che acquista attraverso una complessa serie di variabili. Tale approccio è stato sviluppato in anni di esperienza e di stretta collaborazione con i coltivatori. Queste variabili comprendono il Paese d'origine, la tipologia di mercato, la qualità del prodotto e i costi di produzione.

Il prezzo minimo si basa sullo standard dell'international stock market (ICE), sui costi di produzione e sulla garanzia di un equo margine di profitto. illycaffè riconosce ai coltivatori una media del 30% in più rispetto ai prezzi di mercato.

Questo margine ripaga i produttori per l'estrema cura dedicata alle coltivazioni e garantisce loro un profitto, anche quando il prezzo del caffè verde scende sul mercato internazionale.

Valore aggiunto economico

Nel corso del 2013, seppure in un contesto di contrazione dei consumi, illycaffè ha migliorato i risultati sia a livello reddituale sia a livello finanziario. Il fatturato risulta in crescita del 3,7% rispetto al 2012, principalmente in seguito all'aumento dei volumi di vendita.

In sintesi i dati economico-finanziari evidenziano per l'anno 2013 un margine operativo lordo (EBITDA) e netto (EBIT) in deciso aumento rispetto all'anno 2012 ed un utile netto del Gruppo migliorato rispetto all'esercizio precedente, ancorché quest'ultimo avesse beneficiato di componenti straordinarie positive legate al riconoscimento della deduzione dell'IRAP relativa alle spese del personale dipendente ed assimilato dall'IRES per gli esercizi 2007-2011.

La posizione finanziaria netta risulta in netto miglioramento rispetto all'esercizio precedente e si attesta a euro -111,9 milioni.



Dati economici e patrimoniali riclassificati	2013	2012	2011
FATTURATO	373.973	360.618	341.931
MARGINE OPERATIVO LORDO (EBITDA)	53.996	47.583	48.969
MARGINE OPERATIVO NETTO (EBIT)	25.786	20.314	22.231
UTILE NETTO	7.968	6.403	8.617
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (PFN)	-111.941	-130.317	-131.460

* Dati in migliaia di euro

Indicatori di sintesi	2013	2012	2011
ROI	12,03%	9,73%	12,5%
ROE	8,13%	6,58%	8,8%
ROS	6,90%	5,63%	6,50%
PFN / Equity	1,14	1,34	1,34
PFN / EBTDA	2,07	2,74	2,88



illycaffè, al fine di rendere evidente il valore economico che le attività di impresa hanno generato e distribuito ad alcune importanti categorie di stakeholder, utilizza il parametro del Valore Aggiunto

Il Valore Aggiunto viene inteso come la differenza tra i ricavi e i costi della produzione che non costituiscono una remunerazione per gli stakeholder aziendali. Da questo punto di vista, tale concetto si distingue dalla definizione più strettamente contabile.

La determinazione del Valore Aggiunto evidenzia la capacità dell'azienda di generare ricchezza, nel periodo di riferimento, a vantaggio dei diversi stakeholder, nel rispetto dell'economicità di gestione e delle aspettative degli interlocutori stessi. Al 31 dicembre 2013, il Valore Aggiunto del Gruppo illycaffè, a livello consolidato, era pari a 123,3 milioni di euro (+7.1% rispetto al 2012).

PROSPETTO SINTETICO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO CONSOLIDATO Gruppo illycaffè - dati in Euro

	2013	2012	2011
Valore della produzione	379.900.657	369.096.472	353.873.047
Costi intermedi della produzione	-238.735.736	-251.457.081	-250.093.807
Saldo della gestione accessoria	6.785.247	-4.404.684	-1.370.208
Saldo della gestione straordinaria	315.599	1.897.750	-268.625
Valore aggiunto globale lordo	123.337.202	115.132.457	113.498.478

* I dati degli anni precedenti sono stati modificati rispetto alle edizioni precedenti del Sustainable Value Report per maggiore coerenza con lo standard GBS adottato per il calcolo del Valore aggiunto

Il prospetto seguente (distribuzione del Valore Aggiunto) esprime, in quantità monetarie, i rapporti tra l'azienda ed il sistema socio-economico con cui interagisce, con particolare riferimento ad alcuni tra i principali stakeholder:

- Risorse Umane: remunerazioni dirette e indirette dei collaboratori (dipendenti e non);
- Pubblica amministrazione: pagamento di tasse e tributi
- Banche e finanziatori: remunerazione del capitale di credito;
- Azionisti: remunerazione del capitale di rischio;
- Sistema impresa: remunerazione dell'azienda tramite gli accantonamenti a riserva e gli ammortamenti;
- Collettività: Quote associative, liberalità.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2011	2012	2013
A) Remunerazione del Personale	65.223.095	68.982.040	75.324.908
Personale dipendente (salari e stipendi, TFR, oneri sociali, altri costi)	59.767.518	63.814.383	69.701.604
Altre remunerazioni per i dipendenti (costi di formazione, costi per la mensa, personale distaccato)	1.656.595	1.656.617	1.687.205
Amministratori e collegio sindacale	3.798.982	3.511.040	3.936.099
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	11.921.170	10.543.130	12.146.223
Imposte sul reddito dell'esercizio	8.397.673	7.024.362	8.425.198
- contributi in c/esercizio	-136.130	-258.640	335.790
Altre imposte e tasse	3.659.627	3.777.408	4.056.815
C) Remunerazione del Capitale di Credito	3.300.175	3.768.946	3.051.912
Interessi passivi su mutui	2.520.043	2.881.911	2.459.360
Interessi passivi v/banche	490.427	357.846	208.779
Int. passivi v/altri finanziatori (es. leasing finanziario)	289.705	529.189	383.773
D) Remunerazione degli Azionisti	6.277.257	6.610.577	5.871.025
Dividendi distribuiti azionisti della Capogruppo	5.999.805	5.999.805	5.999.806
Utile/Perdita di pertinenza di terzi	277.452	610.772	128.781
E) Remunerazione del Sistema Impresa	25.985.427	24.338.673	26.238.828
Utili non distribuiti	2.616.855	403.361	1.968.328
Ammortamenti	23.368.572	23.935.312	24.270.500
F) Remunerazione alla Collettività	791.354	889.091	704.306
Contributi Liberali a Enti e Associazioni * (oneri utilità sociale)	507.178	503.546	320.865
Quote associative	284.176	385.545	383.441
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	113.498.478	115.132.457	123.337.202

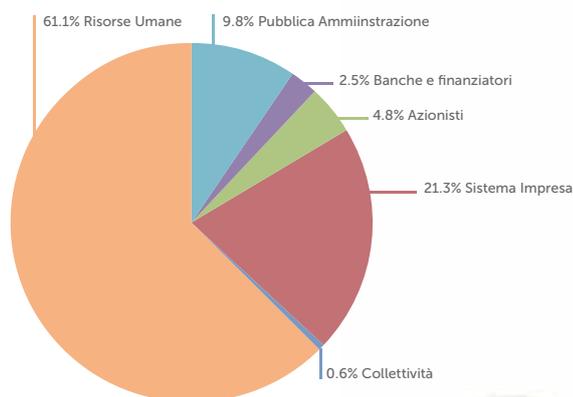
*Affidabilità solo consolidato: ITALIA



Dall'analisi del valore aggiunto prodotto e distribuito nel 2013 dal Gruppo illycaffè a livello consolidato emerge che:

- la quota più rilevante risulta destinata alla retribuzione delle Risorse Umane (+9.2% rispetto al 2012), soprattutto per le assunzioni effettuate. In questa voce è ricompreso sia tutto 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.
- Il 21,3% del valore aggiunto creato nel 2013 è stato reinvestito all'interno dell'azienda; questa quota comprende gli utili che non vengono distribuiti agli azionisti e gli ammortamenti degli investimenti fatti dalle aziende del gruppo.
- Circa il 9,8% è stato destinato alla Pubblica Amministrazione (Stato ed Enti Locali) sotto forma di imposte e tasse, con un aumento del 15,2% rispetto all'anno precedente.
- Gli azionisti hanno ricevuto dividendi per una somma pari al 4,8% del V.A.
- Alle banche e altri finanziatori vengono destinate le risorse per effetto degli interessi corrisposti per mutui e finanziamenti (2,5% del Valore aggiunto).
- Lo 0,6% del Valore aggiunto, infine, viene destinato alla collettività sotto forma di oneri per utilità sociale (il dato riguarda per larga parte i contributi che illycaffè spa (Italia) ha erogato a favore della Fondazione Ernesto Illy e quote associative).

La distribuzione del Valore Aggiunto agli stakeholder (2013)



Investimenti

Gli investimenti realizzati nell'anno 2013 a livello di gruppo ammontano a 31,6 milioni € (+5% rispetto al 2010), di cui 8,0 milioni € per immobilizzazioni immateriali.

	2011	2012	2013
Impianto e ampliamento		368.064	14.112
Costi di ricerca sviluppo e di pubblicità	1.191.183	255.478	2.623.326
Diritti di brevetto industriale e di utilizzo delle opere dell'ingegno	598.932	786.140	754.986
Concessioni, licenze e marchi e diritti simili	469.725	366.563	389.160
Immobilizzazioni in corso e acconti	3.118.886	1.184.540	1.404.014
Avviamento	2.585.515	2.323.094	215.000
Altre immobilizzazioni immateriali	1.586.002	4.270.252	2.611.806
Terreni e fabbricati	316.405	1.091.117	256.577
Impianti e macchinari	5.844.526	1.640.243	4.044.105
Attrezzature industriali e commerciali	9.759.814	10.537.997	9.459.681
Altri beni	3.095.645	2.656.412	2.479.021
Immobilizzazioni in corso e acconti	2.962.694	4.634.276	7.361.419
Totale	31.529.327	30.114.177	31.613.206



Obiettivi di miglioramento relativi al valore economico

Cosa, come e quando

illycaffè sta sviluppando e implementando una Road Map per la Sostenibilità che permetterà di definire e perseguire in modo sistemico gli obiettivi strategici per il 2020. Seguono alcuni degli obiettivi di miglioramento di breve periodo.



Filiera di caffè verde

Coinvolgimento di un numero crescente di produttori direttamente monitorati in campo per la certificazione di filiera, estendendo la certificazione anche in altri Paesi e a nuove origini

Quando: 2014 - 2017



Migliore qualità del caffè verde

Sviluppo ulteriore di iniziative per premiare i produttori di caffè verde e nuove forme di collaborazione

Quando: 2015



Standard

Nota metodologica

Il Value Report di illycaffè è alla sua terza edizione e nasce come strumento per rendere conto della gestione responsabile dell'azienda, volta ad accrescere la capacità di generare valore nel rispetto degli equilibri di sostenibilità (economici, sociali ed ambientali), prestando la dovuta attenzione alle aspettative di tutti gli stakeholder che, direttamente o indirettamente, sono interessati dall'attività di illycaffè. Il Value Report, inoltre, risponde all'esigenza di comunicare un percorso responsabile, fatto di comportamenti, pratiche e prodotti sostenibili, che l'azienda ha avviato già da diversi anni.

Linee guida e standard utilizzati per la realizzazione del Report

I contenuti del Value Report sono stati predisposti secondo le indicazioni dello standard "Global Reporting Initiative: Sustainability Reporting Guidelines versione 3.1" e relativo supplemento per il settore della produzione di beni alimentari. Obiettivo, è stato rispondere ai requisiti previsti dal livello A dello standard GRI-G3. Sono state inoltre utilizzate le linee guida di redazione del Bilancio Sociale elaborate dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (G.B.S.) per il calcolo del Valore Aggiunto.

Il processo di reporting

Per realizzare il Sustainable Value Report è stato attuato un processo interno di coinvolgimento della struttura con i contributi delle diverse aree organizzative. Le informazioni sono state raccolte utilizzando apposite schede di rilevazione per reperire i dati provenienti in parte da documenti interni ed in parte da fonti esterne: sono stati considerati gli impatti più rilevanti ed è stato costruito un sistema di rilevazione di base per rendere possibile lo sviluppo del processo negli anni futuri e, soprattutto, per rendere ricostruibile e verificabile il procedimento di raccolta e rendicontazione dei dati e delle informazioni che risultano principalmente generate dai sistemi di gestione esistenti (qualità, sicurezza alimentare e delle persone e ambientale).

Il processo di reporting e l'individuazione dei contenuti da inserire nel Report hanno tenuto conto delle attività di stakeholder engagement realizzate da illycaffè e dell'analisi di materialità previsto dalle linee guida GRI-G3 per l'individuazione degli argomenti più rilevanti.

Periodicità e perimetro di rendicontazione

La periodicità e il perimetro di rendicontazione coincidono con quello del bilancio consolidato del gruppo illycaffè SpA e comprende tutte le società del Gruppo consolidate con il metodo integrale nel bilancio consolidato. L'allargamento del perimetro rispetto alla prima edizione del report ha comportato una rielaborazione dei dati relativi al 2011.

In alcuni casi le informazioni e i dati relativi alle performance sono riferite ad alcune società del Gruppo: in questo caso nel report viene riportato un esplicito riferimento alla variazione di perimetro. Poiché lo standard GRI richiede che vengano considerate le attività che abbiano un significativo impatto in termini di sostenibilità (materialità), laddove possibile, il report sviluppa approfondimenti anche lungo la catena del valore (ad esempio per le attività nelle piantagioni di caffè). È stata prevista la verifica del Bilancio di Sostenibilità da parte del soggetto terzo indipendente Det Norske Veritas – DNV Business Assurance.

Una copia della Dichiarazione pubblica è presente al seguente link: <http://goo.gl/1GuHR8>



Canali di ascolto e dialogo con gli stakeholder

illycaffè considera, nella formulazione delle proprie strategie, le indicazioni e aspettative di una molteplicità di stakeholder, sottoposti a una attenta mappatura.

Per ciascuno di essi l'azienda attiva specifici canali di ascolto e dialogo per individuare le tematiche fondamentali alla base del rapporto e rispondere al meglio ai loro bisogni e alle loro aspettative.

Per la terza edizione del Sustainable Value Report, l'azienda ha realizzato un apposito workshop multistakeholder al fine di aggiornare l'analisi di materialità delle questioni rilevanti per la propria sostenibilità.

Oltre a tale iniziativa specifica, illycaffè anche nel 2013 ha realizzato molteplici attività di dialogo e consultazione; le principali sono state:

CLIENTI E CONSUMATORI	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Reputazione - del prodotto e del marchio (valore del brand) › Qualità › Trasparenza e correttezza commerciale › Soddisfazione - ascolto - gestione reclami › Tutela della salute › Prezzo › Innovazione › Servizi pre-post vendita › Comunicazione corretta e attività promozionale responsabile › Conformità regolamenti e informativa - leggi sul prodotto - a tutela del consumatore finale › Packaging e riciclabilità › Sostenibilità del prodotto - responsabilità associate 	<ul style="list-style-type: none"> › Customer care: oltre 55.800 contatti gestiti nel 2013 › Visite in azienda ad hoc › Social network › Ricerche di customer satisfaction › Formazione all'Università del Caffè caffè (27.900 corsisti nel 2013) › Supporto ad attività realizzate da clienti in favore dell'ambiente o più in generale della sostenibilità (come "cup of kindness" che raccoglie fondi per la costruzione di scuole in Etiopia, "Jane Goodgall Gala dinner" della catena Marriott in favore dell'ambiente, Share our Strength, ..) › Assistenza pre e post vendita › Risposta alle richieste delle associazioni dei consumatori › Il team dei Quality Promoter e dei Consulenti Tecnici, interagiscono attivamente con operazioni e/o attività di informazione direttamente nel locale del cliente

FORNITORI CAFFÈ VERDE	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Continuità di lavoro - rapporto duraturo › Reputazione › Collaborazione per attività di ricerca e sviluppo - trasferimento know how › Arricchimento sociale e ambientale › Sicurezza intesa come benessere › Tematiche inerenti alla qualità 	<ul style="list-style-type: none"> › Attività di verifica prevista dalla certificazione Responsible Supply Chain Process › Sito del Clube in Brasile, con focus group e forum su argomenti di attualità › Formazione in loco con agronomi e/o Università del Caffè › Visite tecniche, periodiche e incontri con i coltivatori › Progetti condivisi come il progetto con l'Università di Oxford per migliorare la sostenibilità ambientale › Premio Brasile › Progetti a favore delle comunità dei produttori › Risposta sistematica (feed back) relativa alla qualità del caffè una volta testato in sede o presso laboratori illycaffè al fine di migliorare la produzione (anche senza acquisto) › Relazioni e collaborazioni con le associazioni di categoria, enti governativi e altre rappresentanze dei produttori a livello locale

RISORSE UMANE	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Crescita professionale e apprendimento continuo › Meritocrazia, delega › Stabilità del posto di lavoro › Clima interno - benessere e collaborazione - condivisione conoscenza › Remunerazione e benefit › Pari opportunità, conciliazione vita e lavoro › Salute e Benessere nei luoghi di lavoro › Comunicazione interna spirito di appartenenza 	<ul style="list-style-type: none"> › Canale riservato e casella e-mail per segnalazioni sub. 231 › Programma di formazione interno illy citizen e patto di corresponsabilità fra tutti i cittadini illy finalizzato a definire gli impegni reciproci dei collaboratori, dei dirigenti e della proprietà › Eventi interni: "Un caffè con i manager", testimonial esterni, ecc. › Team building › Comitato interno per l'organizzazione di attività ricreative e sociali › Gruppi di lavoro per il miglioramento della sicurezza e benessere nella produzione Redazione dell'Exchange con "giornalisti" dipendenti illycaffè

AZIONISTI	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Sostenibilità e Continuità aziendale › Redditività e valore d'impresa › Tutela reputazionale › Trasparenza/Correttezza nella gestione › Indipendenza economica e autonomia 	<ul style="list-style-type: none"> › Assemblea e rappresentanza ai CdA › Partecipazione ad eventi interni coinvolgimento per formulazione e revisione del codice etico
AMBIENTE	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Emissioni atmosferiche › Responsabilità nell'utilizzo di materiali riciclati o con caratteri di sostenibilità ambientale › Adozione di comportamenti responsabili › Conservazione e valorizzazione del patrimonio ambientale - biodiversità › Packaging e riciclabilità 	<ul style="list-style-type: none"> › Autorizzazioni e convenzioni › Studio presso istituzioni autorevoli in materia ambientale › Audit sistema di gestione ambientale › Partecipazione a tavoli di categoria o in associazioni pre competitive (Consorzio ESE, AIIPA..) › Supporto ad attività realizzate da clienti in favore dell'ambiente (la raccolta fondi del Jane Goodgall Gala dinner della catena Marriott per piantare alberi,..) › Supporto alla gestione ambientale della coltivazione di caffè (riduzione del consumo di acqua, ricerca con l'Università di Oxford,...) › Confronto con task force del Ministero dell'Ambiente per progetto di riduzione delle emissioni di CO2
PARTNER	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Condivisione vision e sviluppo partnership › Correttezza commerciale e coerenza › Trasferimento know how e condivisione conoscenza 	<ul style="list-style-type: none"> › Global PR meeting e international commercial meeting › Meeting di presentazione dei progetti (es Sustainable Value Report) alle singole consociate e branch › Meeting annuali › Partecipazione ai CdA delle diverse società › Co-organizzazione di eventi
COLLETTIVITÀ	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Indotto - investimenti e creazione di valore sul territorio › Tutela dell'ambiente e della qualità della vita › Rispetto dei diritti umani › Trasparenza e completezza della comunicazione verso i media e la collettività › Supporto a iniziative di ricerca e sviluppo - capacità innovativa › Educazione, arte e cultura 	<ul style="list-style-type: none"> › Progetti per le scuole in Italia e in alcuni Paesi esteri › Supporto a progetti e collaborazione con le Università (es. Università di Durham) › Master universitario in economia e scienza del caffè › Inviti periodici alle istituzioni locali in azienda › Concorsi e borse di studio per giovani artisti italiani e internazionali › Media trip nei paesi produttori di caffè e in azienda › Progetti comuni con le principali istituzioni culturali internazionali (La Biennale di Venezia, PS1/ Moma di New York, Frieze di Londra, Arco di Madrid, Ucca di Pechino,...) › Galleria illy › Dialogo e collaborazione con le principali scuole di arte e design internazionali (Eina di Barcellona, Muthesius Academy of arts di Kiel in Germania, Ensad di Parigi, Nka/ICA Independent Centre for Art di Belgrado, Peking University - Graduate Center of Architecture) › Progetto illy sustain art per dare supporto e visibilità ai giovani artisti del sud del mondo › Dialogo e collaborazione con le principali istituzioni dell'enogastronomia (James Beard Foundation a NY, Gambero Rosso a Roma) › Partecipazione degli azionisti e del top management a convegni internazionali su tematiche riguardanti il mondo del caffè, la sostenibilità (illy è considerata una best practice) le strategie e gli strumenti di comunicazione (illy è considerata una best practice), le strategie imprenditoriali.

ISTITUZIONI PUBBLICHE	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Regolarità amministrativa › Imposizione fiscale › Indotto - investimenti e creazione di valore sul territorio 	<ul style="list-style-type: none"> › Partecipazione a eventi illy › Inviti periodici alle principali autorità e cariche istituzionali a visitare l'azienda › Premi e riconoscimenti istituzionali per il buon operato illycaffè nel mondo › Partecipazione a tavoli tematici › Partecipazione a progetti o ricerche istituzionali promossi da istituzioni dei Paesi coltivatori

MERCATO	
Argomenti chiave	Principali iniziative di dialogo
<ul style="list-style-type: none"> › Concorrenza leale › Tutela immagine del settore e del brand › Crescita domanda › Privacy - protezione del know how 	<ul style="list-style-type: none"> › Contatti diretti in occasione di eventi di settore, fiere › Partecipazione attiva ai tavoli precompetitivi con competitors e istituzioni universitarie (ISIC; ASIC; Distretto del caffè) › Partecipazione attiva nell'ambito delle principali associazioni di categoria (Confindustria, Associazione Industriali di TS, Distretto del caffè, SCAE Italia, Centromarca, Altagamma, ASIC, ISIC, FERPI) › Partecipazione a convegni

Tabella di correlazione con lo standard Global Reporting Initiative

La tabella seguente contiene le informazioni utili per valutare la copertura dei requisiti previsti dallo standard di rendicontazione GRI - G3.1 indicando, inoltre, il codice corrispondente all'indicatore, una nota esplicativa, quando la complessità dei dati la richiede, e il link alla sezione del Report in cui è trattato l'argomento.

Inoltre, coerentemente con il protocollo di settore elaborato dal GRI, sono stati inseriti specifici indicatori relativi al settore della produzione dei beni alimentari (FP - Food Processing Sector).

STRATEGIA E ANALISI		
Codice	Indicatore	Pagina
11	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	2
12	Principali impatti, rischi e opportunità	9
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE		
Codice	Indicatore	Pagina
2.1	Nome dell'organizzazione	4
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	4
2.3	Assetto organizzativo	16
2.4	Ubicazione sede generale	4
2.5	Presidio territoriale	4
2.6	Assetto proprietario e forma legale	16
2.7	Mercati serviti	4
2.8	Dimensioni dell'organizzazione	4
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura e nell'assetto proprietario. Nota: non sono avvenuti cambiamenti significativi nel periodo di riferimento. E' variato il perimetro di rendicontazione	16
2.10	Riconoscimenti e premi ricevuti nel periodo	17
PARAMETRI DEL REPORT		
Codice	Indicatore	Pagina
3.1-3.3	Periodo, data e periodicità di rendicontazione	102
3.4	Contatti e indirizzi	102
3.5-3.7	Processo di reporting, perimetro e limitazioni	102
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing e altro	4
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo	102
3.10	Spiegazioni effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni Nota: non rilevante, il presente è il primo Report	102
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati	102
3.12	Tavola dei contenuti G3	106
3.13	Politiche e pratiche legate alla revisione esterna	102

GOVERNANCE, IMPEGNI E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
Codice	Indicatore	Pagina
4.1	Struttura di governo di illycaffè Spa	16
4.2, 4.3	Esecutività del Presidente - Indipendenza e/o non esecutività degli organi di governo	16
4.4	Meccanismi per fornire indicazioni agli organi di governo	16
4.5	Legame tra compensi dei componenti del più alto organo di governo, senior manager e executive e la performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale). Nota: non applicato fatta salva l'attività del Comitato Nomine e remunerazioni	16
4.6	Attività per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	16
4.7	Determinazione qualifiche del più alto organo di governo per indirizzare la strategia della società in tema di gestione responsabile Attività del Comitato Nomine e remunerazioni	16
4.8	Mission, valori e Codice di condotta	7
4.9	Procedure e comitati per la gestione delle performance legate alla sostenibilità	10
4.10	Procedure per valutare i più alti organi di governo in merito alla performance di sostenibilità Nota: non applicato	10
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale Nota: il processo di rendicontazione adotta il principio introdotto dall'articolo 15 dei Rio Principles	10
4.12	Sottoscrizione e adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da organizzazioni esterne	46, 17
4.13	Partecipazione ad Associazioni di categoria	15
4.14	Elenco degli stakeholder con cui la società interagisce	28
4.15	Principi di identificazione degli stakeholder	28
4.16	Approccio adottato per l'attività di coinvolgimento degli stakeholder	28
4.17	Risultati del coinvolgimento	28

MODALITÀ DI GESTIONE E INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA		
Codice	Requisito	Pagina
Modalità di Gestione	Fornire un'informativa sintetica sugli elementi dell'approccio di gestione definiti di seguito rispetto agli aspetti economici seguenti: Performance economica, Presenza sul mercato; Impatti economici indiretti.	86
EC1 Core	Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazione ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nelle comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	97
EC2 Core	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	82
EC3 Core	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	47, 54
EC4 Core	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione.	97
EC5 Add	Rapporto tra lo stipendio dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative Nota: l'azienda applica i livelli retributivi di previsti dal CCNL di riferimento	47
EC6 Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	56
EC7 Core	Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	47
EC8 Core	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità" attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono	57
EC9 Add	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità	26, 61, 95

MODALITÀ DI GESTIONE E INDICATORI DI PERFORMANCE SULLE PRATICHE DI LAVORO E SULLE CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE		
Codice	Requisito	Pagina
Modalità di Gestione	Informativa sintetica sugli elementi dell'approccio di gestione in riferimento ai seguenti aspetti: Occupazione; Relazioni industriali; Salute e sicurezza sul lavoro; Formazione e istruzione; Diversità e pari opportunità; Equità salariale donne-uomini	47
LA1 Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto, distribuzione territoriale e genere	47
LA2 Core	Numero totale dipendenti, tasso di nuovi assunti e turnover del personale suddiviso per età, genere e area geografica	47
LA3 Add	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno ma non per i lavoratori part-time e a termine, suddivisi per principali siti produttivi	47
LA15 Core	Tasso di ritorno al lavoro e di abbandono dopo congedi parentali, per genere	47
LA4 Core	Percentuale di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	47
LA5 Core	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi), specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva Nota: l'azienda si attiene alle indicazioni di legge e contenute nel CCNL di riferimento	47
LA6 Add	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza	52
LA7 Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi per regione e decessi	52
LA8 Core	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi	52
LA9 Add	Accordi formali con sindacati relativi alla salute e alla sicurezza	52
LA10 Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categorie di lavoratori e genere	50
LA11 Add	Programmi per gestione delle competenze e per promuovere una formazione e aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale della propria carriera	50
LA12 Add	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera, per genere	50
LA13 Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	16, 47
LA14 Core	Rapporto dello stipendio base e delle remunerazioni delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di categoria Nota: l'azienda applica i livelli retributivi di base previsti dal CCNL di riferimento	47

MODALITÀ DI GESTIONE E INDICATORI DI PERFORMANCE SUI DIRITTI UMANI		
Codice	Requisito	Pagina
Modalità di Gestione	Informativa sintetica sugli elementi dell'approccio di gestione in riferimento ai seguenti aspetti: pratiche di investimento e approvvigionamento; non discriminazione; libertà di associazione e contrattazione collettiva; abolizione del lavoro minorile; prevenzione del lavoro forzato; pratiche di reclamo e risoluzione; pratiche di sicurezza; diritti delle popolazioni indigene	64
HR1 Core	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento e contratti che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione. Nota: l'azienda applica le indicazioni contenute nel proprio Codice Etico in tutti i rapporti di collaborazione e i requisiti del Responsible Supply Chain Process lungo la filiera produttiva	64
HR2 Core	Percentuale dei principali fornitori, appaltatori o business partner che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese. Nota: l'azienda applica le indicazioni contenute nel proprio Codice Etico in tutti i rapporti di collaborazione e i requisiti del Responsible Supply Chain Process lungo la filiera produttiva	64
HR3 Core	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti tutti gli aspetti dei diritti umani rilevanti per l'attività dell'organizzazione e percentuale dei dipendenti formati	64
HR4 Core	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese Nota: nessun episodio rilevato	64
HR5 Core	Identificazione delle attività e fornitori significativi in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	64

HR6 Core	Identificazione delle operazioni e fornitori significativi con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	64
HR7 Core	Attività e fornitori significativi con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro eliminazione	64
HR8 Add	Percentuale di personale Addetto alla sicurezza che ha ricevuto formazione su procedure e politiche riguardanti i diritti umani.	64
HR9 Add	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese - Nota: nessuna violazione rilevata	64
HR10 Core	Percentuale e numero totale di attività sottoposte a revisione e valutazione degli impatti sui diritti umani	64
HR11 Add	Numero di reclami ricevuti, trattati e risolti relativamente ai diritti umani - Nota: nessun reclamo pervenuto	64

MODALITÀ DI GESTIONE E INDICATORI DI PERFORMANCE SULLA SOCIETÀ

Codice	Requisito	Pagina
Modalità di Gestione	Informativa sintetica sugli elementi dell'approccio di gestione in riferimento ai seguenti aspetti: comunità locali; corruzione; contributi politici (approccio nei confronti di politica/istituzioni); comportamenti anti-collusivi; conformità (compliance).	34, 57
SO1 Core	Percentuale di attività/operazioni con programmi di coinvolgimento della comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	57
SO9 Core	Operations con impatti negativi per la comunità locale, attuali o potenziali	81
SO10 Core	Misure di prevenzione e di mitigazione attuate in operations con significativi impatti negativi , potenziali o reali, sulle comunità locali.	81
SO2 Core	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per i rischi legati alla corruzione	16
SO3 Core	Percentuale di lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione	64
SO4 Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione - Nota: nessun caso rilevato	64
SO5 Core	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	57, 15
SO6 Add	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	63
SO7 Add	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro eliminazione	64
SO8 Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi e regolamenti	64

MODALITÀ DI GESTIONE E INDICATORI SULLA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Codice	Requisito	Pagina
Modalità di Gestione	Informativa sintetica sugli elementi dell'approccio di gestione relativamente a: salute e sicurezza dei consumatori; etichettatura di prodotti e servizi (labeling); marketing communication; rispetto della privacy; conformità (compliance).	34, 35
PR1 Core	Fasi del ciclo di vita dei prodotti e servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuovere il miglioramento e la percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	35
PR2 Add	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita - Nota: nessuna non conformità rilevata	35
PR3 Core	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	17, 46
PR5 Add	Pratiche relative alla soddisfazione dei clienti inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	44
PR6 Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing include la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	46

PR7 Add	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	46
PR8 Add	Numero di reclami documentati relativi a violazione della privacy e a perdita dei dati dei consumatori - Nota: nessun reclamo pervenuto	46
PR9 Core	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi - Nota: nessuna sanzione	46

MODALITÀ DI GESTIONE E INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

Codice	Requisito	Pagina
Modalità di Gestione	Fornire un'informativa sintetica sugli elementi dell'approccio di gestione rispetto agli aspetti ambientali seguenti: Materie prime; Energia; Acqua; Biodiversità; Emissioni, scarichi e rifiuti; Prodotti e servizi; Conformità (compliance); Trasporti; Generale.	69, 81
EN1 Core	Materie prime utilizzate per peso e volume	74
EN2 Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	74
EN3 Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	75
EN4 Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	75
EN5 Add	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	75
EN6 Add	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguente riduzione del fabbisogno energetico come risultato di queste iniziative	75
EN7 Add	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	81
EN8 Core	Prelievo totale dell'acqua suddiviso per fonti	76
EN9 Core	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	76
EN10 Add	Percentuale e volume totale di acqua riciclata e riutilizzata	76
EN11 Core	Localizzazione e dimensioni di terreni o acque (FP) posseduti, affittati o gestiti in aree (o adiacenti ad aree) protette o in aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette	70
EN12 Core	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o ad aree ad elevata biodiversità alle aree protette	70
EN13 Add	Habitat protetti o ripristinati	70
EN14 Add	Strategie, azioni attuate, piani futuri per gestire gli impatti sulle biodiversità	70
EN15 Add	Numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione	70
EN16 Core	Emissioni totale dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	72
EN17 Core	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	72
EN18 Add	Iniziative per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	72
EN19 Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	72
EN20 Core	NOx, SOx, e altri emissioni significative nell'aria suddivise per tipologia e peso	72
EN21 Core	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	76
EN22 Core	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	77
EN23 Core	Numero totale e volumi di sversamenti significativi	77
EN24 Add	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi che sono trasportati, importati, esportati, o trattati e loro percentuale trasportata all'estero	77
EN25 Add	Identità, dimensioni, stato di salvaguardia e valore della biodiversità della fauna e della flora acquatica e i relativi habitat colpiti	70

Nota: l'azienda si attiene alle indicazioni di legge e contenute nel CCNL di riferimento

EN26 Core	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	72, 78
EN27 Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	78, 74
EN28 Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto a regolamenti e leggi in materia ambientale	70
EN29 Add	Impatti ambientali significativi del trasporto di beni/materiali utilizzati per l'attività della organizzazione e per gli spostamenti del personale	72
EN30 Add	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente suddivise per tipologia	70

INDICATORI SPECIFICI PER IL SETTORE DELLA PRODUZIONE DI BENI ALIMENTARI		
Codice	Requisito	Pagina
FP1 Core	Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'azienda	88
FP2 Core	Percentuale del volume di acquisti per i quali è stata verificata la conformità con standard produttivi di responsabilità credibili e riconosciuti a livello internazionale, distinti per standard	88
FP3 Core	Percentuale del tempo di lavoro perso a causa di vertenze, scioperi e/o serrate, per Paese. Nota: nessun giorno di lavoro perso per questi motivi	47
FP4 Core	Natura, ambito ed efficacia di qualsiasi programma e pratica che promuovano l'accesso a stili di vita sani; la prevenzione di malattie croniche, la disponibilità di alimenti sani, nutrienti ed accessibili che migliorino il benessere delle comunità svantaggiate	57, 26
FP5 Add	Percentuale dei volumi di produzione realizzati in stabilimenti certificati da un ente terzo indipendente secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale	35
FP6 Core	Percentuale dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	35
FP7 Core	Percentuali dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive quali fibre, vitamine, minerali, fitochimici o additivi alimentari funzionali	35
FP8 Core	Politiche e pratiche di comunicazione ai consumatori su ingredienti e informazioni nutrizionali che vanno oltre quanto previsto dai requisiti di legge	46
FP9-13	Indicatori di performance sul benessere degli animali per il settore della produzione di beni alimentari: non applicabili	N.A.

Glossario

A

AccountAbility 1000 – AA1000

Standard di processo di adozione volontaria predisposto dall' ISEA, Institute of Social and Ethical Accountability. L'AA1000 permette il miglioramento della responsabilità e della performance delle Organizzazioni, attraverso l'individuazione di un processo con cui costruire un rapporto comune ed una fiducia reciproca con gli stakeholder di riferimento.

Ambiente

Contesto nel quale un'organizzazione opera: aria, suolo, acqua, terreno, risorse naturali, flora, fauna, gli esseri umani e le loro interazioni.

Artisti del Gusto

Progetto ideato da illycaffè per creare una rete internazionale di baristi eccellenti.

Auditing

Attività di monitoraggio e controllo del processo di rendicontazione e, allo stesso tempo, di verifica ultima delle informazioni contenute all'interno del Bilancio Sociale.

C

Caffè Verde

Chicchi derivanti dalla lavorazione/essiccazione dei semi delle piante di caffè, situati all'interno dei frutti.

Codice etico

Dichiarazione dei principi e valori che guidano l'impresa nel suo operare quotidiano.

E

EMAS

Eco-Management and Audit Scheme, sistema comunitario di ecogestione e audit a carattere volontario, a cui possono aderire le Organizzazioni che desiderano impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale. EMAS permette di migliorare l'ambiente e fornire alle organizzazioni, alle autorità di controllo e agli stakeholder uno strumento attraverso il quale è possibile avere informazioni sulle prestazioni ambientali delle organizzazioni.

Espressamente illy

Catena internazionale di caffè design in franchising che propongono in tutto il mondo l'autentica esperienza del caffè italiano.

F

FAO

Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura che ha lo scopo di aiutare ad accrescere i livelli di nutrizione, aumentare la produttività agricola, migliorare la vita delle popolazioni rurali e contribuire alla crescita economica mondiale.

Filiera del caffè

L'insieme di organizzazioni, attività, tecnologie e risorse che concorrono alla creazione, trasformazione, fornitura, distribuzione, commercializzazione del caffè.

G

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Network multi-stakeholder composto da imprese, ONG, organizzazioni non profit, associazioni di esperti contabili, organizzazioni imprenditoriali e altri stakeholder a livello internazionale attivi sulle tematiche inerenti alla Responsabilità Sociale. La missione del GRI è quella di sviluppare, fornire e promuovere linee guida di riferimento globale per la redazione di Report di Sostenibilità che descrivano gli impatti di natura economica, ambientale e sociale che le imprese o l'organizzazioni generano attraverso le proprie attività.

Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale - GBS

Standard che definisce una serie di principi da osservare nella redazione del Report di Sostenibilità. Secondo tali principi nel BS vengono descritte l'identità, la produzione e la distribuzione del valore aggiunto, i risultati raggiunti in coerenza con gli obiettivi prefissati ed in rapporto ai differenti stakeholder. Sono altresì previste parti integrative riguardanti l'opinione degli stakeholder in merito al documento, nonché i commenti e gli obiettivi di miglioramento.

K

Key Performance Indicators – KPI

Indicatori specifici preposti a misurare e rilevare i dati quali-quantitativi che sviscerano i risultati della gestione economica sociale-ambientale dell'impresa.

I

ILO

Dichiarazione di principi e diritti fondamentali nel mondo del lavoro presentata dall'International Labor Organization.

Impatto ambientale

Qualsiasi modificazione dell'ambiente, benefica o negativa, totale o parziale, conseguente ad attività, prodotti o servizi di un'organizzazione.

Iperespresso

Il caffè in capsule di illycaffè coperto da cinque brevetti.

ISO 14001

Norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione ambientale. La Certificazione dimostra che l'Organizzazione certificata ha un sistema di gestione adeguato a tenere sotto controllo gli impatti ambientali delle proprie attività, e ne ricerca sistematicamente il miglioramento in modo coerente, efficace e sostenibile.

ISO 26000

Linea guida che si propone come il riferimento internazionale sulla Responsabilità Sociale d'Impresa. Lo standard intende aiutare le organizzazioni nell'applicazione dei principi alla base della Responsabilità Sociale e nella individuazione delle tematiche che devono essere prese in considerazione nella gestione degli impatti economici, ambientali e sociali.

S

STAKEHOLDER

Con questo termine si fa riferimento a tutti i portatori di interessi di una determinata Organizzazione.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Componente fondamentale per realizzare un approccio consapevole alla responsabilità sociale è il coinvolgimento progressivo degli interlocutori (interni ed esterni) e l'eventuale rilevazione delle aspettative legittime e del grado di soddisfazione generato dalle scelte strategiche dell'Organizzazione.

Supply Chain

Sistema di organizzazioni, persone, tecnologia, attività, informazioni e risorse coinvolte nella produzione di un prodotto o servizio.

Sviluppo Sostenibile

Quello sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri. L'obiettivo è quello di raggiungere un equilibrio tra la dimensione economica, sociale e ambientale.