

Sustainable value report

2014





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

Identità e valori

**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 Brutland attraverso i propri comportamenti e i propri prodotti.

Illycaffè è un'azienda nata da un sogno, il sogno del fondatore di offrire il migliore caffè al mondo. Da qui è nata la missione di illycaffè che è deliziare gli amanti del buono e del bello in tutto il mondo con il migliore caffè che la natura possa dare, esaltato dalle migliori tecnologie e dalla bellezza. Quindi questo benessere che si crea per il consumatore crea delle opportunità di sviluppo per chi lo produce, che sono le comunità rurali di più di 70 paesi nel Sud del mondo, più di 25 milioni di famiglie alcune delle quali sono ancora povere, comunque in via di sviluppo, per le quali il caffè è la prima fonte di sostentamento.

In virtù di questa corresponsabilità tra consumatori e produttori la illycaffè ha deciso innanzitutto di essere una stakeholder company. In italiano gli stakeholder sono i portatori di interesse che sono una gerarchia molto chiara di portatori di interesse: i consumatori, sono i veri padroni dell'azienda perché sono coloro che pagano, i clienti, che sono i partner dell'azienda nel deliziare i consumatori, i talenti dell'impresa senza i quali non potremmo avere clienti soddisfatti e neanche un prodotto eccellente, i fornitori senza i quali non potremmo avere un prodotto eccellente, le comunità, tutte le comunità con le quali l'azienda interagisce e infine l'azionista che è qui per sostenere l'attività di impresa. Quindi lo scopo dell'impresa non è fare profitti, ma è quello di essere un'istituzione sociale che fa da cerniera tra le famiglie dei portatori di interessi e la società. Per tutti questi portatori di interesse perseguiamo la sostenibilità, la triplice sostenibilità, perché c'è sostenibilità economica, sostenibilità sociale e la sostenibilità ambientale. Ecco, questo nell'ambito di due valori fondamentali che ha la illycaffè: il primo valore è quello della passione per l'eccellenza quindi fare tutto al massimo livello, il migliore caffè che esista, il migliore caffè al mondo, quindi la passione per l'eccellenza intesa come amore per il bello e per il ben fatto. Il secondo valore fondamentale è l'etica, intesa come costruzione di valore nel lungo termine attraverso la trasparenza, la sostenibilità e la valorizzazione delle persone. La sostenibilità economica per il consumatore significa una qualità superiore al giusto prezzo. Per i clienti la sostenibilità economica significa poter avere maggiori guadagni nel trattare la marca illy di quanti se ne potrebbero avere da un'altra marca. Per i collaboratori significa avere maggiore sicurezza dell'impiego: quindi il concetto del lavoro a vita con una remunerazione leggermente superiore alla media del mercato. La sostenibilità economica per i fornitori significa nuovamente avere un maggiore ritorno economico che deriva non solamente dai margini superiori che possono fare con illy ma anche da una relazione più duratura, longeva nel tempo. La sostenibilità economica per le comunità è l'indotto che la illy riesce a generare sia nella nostra città di Trieste sia nelle comunità di riferimento come quella dei caffècoltori, come quella degli esercenti, come quella degli artisti e quant'altro. E infine la sostenibilità economica per gli azionisti è quella della crescita del valore dell'impresa. La sostenibilità sociale come abbiamo detto viene perseguita prevalentemente attraverso l'attività di divulgazione della conoscenza quindi non solamente una conoscenza – la cosiddetta cultura del caffè che è di tipo più sociale – ma proprio le conoscenze di dettaglio di quella che è l'arte e la scienza del caffè. Quindi abbiamo fondato una Università del Caffè che vede ormai quasi 30.000 partecipanti ogni anno, anzi quest'anno saranno più di 30.000 perché questo è l'anno dell'EXPO. E l'Università del Caffè è organizzata in 3 dipartimenti: un dipartimento per i caffècoltori, quindi gli agricoltori, un dipartimento per gli esercenti, quindi i professionisti dell'ospitalità, e un dipartimento per gli intenditori, quindi i consumatori che vogliono diventare degli esperti. Infine la sostenibilità ambientale, attraverso appunto il concetto del rispetto, per quello che riguarda il consumatore il focus è sul packaging: un packaging che sia

riciclabile, riutilizzabile e riciclabile. Per quanto riguarda il cliente il fatto di metterlo in condizione di utilizzare risorse come le macchine da caffè oppure le procedure che utilizza che sono rispettose dell'ambiente. Infine sostenibilità ambientale per gli agricoltori significa le pratiche agronomiche insegnate attraverso l'Università del Caffè, pratiche agronomiche che consentono non solo di migliorare la qualità del prodotto in maniera di estrarne più valore economico ma anche di produrlo in condizione di minore impatto ambientale. E tutti questi contenuti fanno parte di una road map che viene aggiornata ogni anno in funzione anche dei risultati ottenuti e delle nuove emergenze, delle nuove necessità. Viviamo in un periodo in cui risulta ormai chiaro che la caffècultura è colpita dal riscaldamento climatico quindi siamo alla ricerca di strategie di adattamento della caffècultura. Questo è un lavoro da fare con tutta la comunità internazionale del caffè e quindi siamo molto attivi in delle ricerche scientifiche che spaziano dalla mappatura del genoma del caffè arabica che è l'unico che utilizziamo, mappatura del genoma che dovrebbe permettere di instradare dei lavori di ricerca applicata per lo sviluppo di nuove varietà resistenti agli effetti del clima. Stiamo lavorando con l'Earth Institute della Columbia University che è l'istituto più autorevole che esista al mondo sul tema del cambiamento climatico. E questi sono solo alcuni degli esempi di attività che illy fa non solo pro domo sua, per illycaffè medesima, ma nell'interesse generale per l'economia del caffè. Ecco tutto questo ha portato la illycaffè a conquistare una certa reputazione di azienda sostenibile, reputazione che è stata riconosciuta sia da autorevoli organismi consumeristi sia da istituti che si occupano specificamente dell'etica di impresa come Ethisphere dalla quale illycaffè è stata riconosciuta come una delle most ethical company in the world negli ultimi tre anni. Ecco, quest'anno è un anno speciale, il 2015 è l'anno dell'EXPO. EXPO, MILANO 2015, l'esposizione universale. Per la prima volta nella storia è incentrata sul tema dell'alimentazione: Feeding the planet, energy for life. E l'Italia è stata scelta perché è il campione mondiale del trionfo cibo, vino, caffè. E quindi ci voleva una celebrazione degna di questo primato, dell'Italia e del caffè, celebrazione che facciamo appunto all'EXPO. Questa celebrazione del caffè culminerà a fine settembre, dal 30 settembre al 1° di ottobre, con una grande conferenza mondiale che si chiamerà Global Coffee Forum, la prima di questo tipo, in cui andremo a sostanzare le tre virtù del caffè: piacere, salute e sostenibilità che contribuiscono a rendere così positiva questa bevanda e a farne crescere i consumi. Il 1° di ottobre sarà anche la prima Giornata Mondiale del Caffè in cui celebrare in tutto il mondo il caffè, promuoverne i consumi sensibilizzando i consumatori a questo circolo virtuoso che c'è tra il benessere per i consumatori e lo sviluppo per i produttori. L'International Coffee Organisation che è la padrona di casa di questi due eventi ha quindi affidato alla Oxfam l'incarico di global fund raiser per raccogliere dei fondi con la tradizione del caffè sospeso napoletano in omaggio alla cultura italiana del caffè. E quel giorno i consumatori di caffè di tutto il mondo potranno donare per ogni caffè che consumano un caffè in più da utilizzare per alleviare la povertà nei Paesi e nelle comunità che lo producono. Ecco, in tutte queste attività di impegno sociale, di sostenibilità, illycaffè collabora a tutto campo con tutti gli istituti sia a livello pubblico sia a livello privato, compreso anche i colleghi dell'industria che sono desiderosi di collaborare con noi.

ANDREA ILLY
Presidente e amministratore delegato

Profilo del gruppo

Numeri chiave di illycaffè

140

i Paesi in cui è presente

100.000

esercizi pubblici in cui è servito il caffè illy

200 e oltre

gli Espressamente illy nel mondo

1400

Artisti del Gusto nel mondo

1.084

dipendenti al 31 dicembre 2014 a livello consolidato,
+ 2,7% rispetto al 2013

390,8

milioni di euro di fatturato (+4,5% sul 2013)

5

Certificazioni: 4 di qualità e 1 di sostenibilità

5

laboratori specializzati

4

innovazioni radicali frutto della ricerca illy

23

sedì di Università del Caffè

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 ingredienti 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 caffè illy 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.

illycaffè SpA al 31 dicembre 2014 è composta dalla Capogruppo con le sue 6 stabili organizzazioni (Spagna, Germania, Paesi Bassi, Austria, Honk Hong, Dubai - costituita del 2014), da 15 società controllate e da 11 collegate direttamente o indirettamente: opera a livello internazionale ed è presente nei mercati di riferimento in Europa, Americhe e Asia, impiega circa 1.080 persone, fattura 390 milioni di euro e ricava il 62% delle vendite totali dall'export.

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.

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 illycaffè SpA al 31 dicembre 2014

ILLYCAFFÈ SPA

ILLYCAFFÈ SPA

Capogruppo: torrefazione e distribuzione (Trieste)
n. dipendenti al 31/12/14: 756

ILLYCAFFÈ S.P.A. NIEDERLASSUNG ÖSTERREICH

Succursale di distribuzione, Vienna (Austria)
n. dipendenti 31/12/14: 13

ILLYCAFFÈ S.P.A. - NIEDERLASSUNG DEUTSCHLAND

Succursale di distribuzione, Monaco (Germania)
n. dipendenti 31/12/14: 44

ILLYCAFFÈ S.P.A. VESTIGING NEDERLAND

Succursale di distribuzione, Rotterdam (Paesi Bassi)
n. dipendenti 31/12/14: 39

ILLYCAFFÈ SPA ASIA PACIFIC BRANCH

Marketing e retail area asiatica, Honk Kong (Cina)
n. dipendenti 31/12/14: 8

ILLYCAFFÈ SPA SUCURSAL EN ESPANA

Succursale di distribuzione, Barcellona (Spagna)
n. dipendenti 31/12/14: 23

ILLYCAFFÈ SPA DWC BRANCH

Marketing e retail Emirati Arabi e Medio Oriente
n. dipendenti 31/12/14: 0

SOCIETÀ COLLEGATE

MITACA SRL

Produzione sistemi a capsule per caffè espresso, Milano
Società partecipata (50%); n. dipendenti: 41

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: 4

SOCIETÀ CONTROLLATE

ILLYCAFFÈ FRANCE SAS

Distribuzione in Francia
n. dipendenti 31/12/14: 43

ESPRESSAMENTE FRANCE S.A.S.

Gestione esercizi somministrazione in Francia
n. dipendenti 31/12/14: 43

ILLYNL BV

Reperimento di fonti finanziarie anche da mercati esteri, Olanda
n. dipendenti 31/12/14: 4

MAGIC L'ESPRESSO SL

Produzione macchine espresso (Spagna)
n. dipendenti 31/12/14: 18

ILLYCAFFÈ NORTH AMERICA INC.

Distribuzione negli Stati Uniti, New York
n. dipendenti 31/12/14: 91

ESPRESSAMENTE ILLY AMERICA INC.

Sviluppo franchising negli Stati Uniti
n. dipendenti 31/12/14: 1

ILLY ESPRESSO CANADA INC.

(controllata da Illycaffè North America Inc) Distribuzione in Canada
n. dipendenti 31/12/14: 3

ILLYCAFFÈ SHANGHAI CO. LTD

Distribuzione in Cina
n. dipendenti 31/12/14: 55

ILLYCAFFÈ SUD AMERICA L.T.D.A.

Distribuzione in Brasile
n. dipendenti 31/12/14: 21

EXPERIMENTAL AGRICOLA DO BRASIL L.T.A.

Intermediazione caffè verde - Ricerca caffè verde
n. dipendenti 31/12/14: 13

BAR FINANCE INTERNATIONAL SPA

Società finanziaria, Trieste (Italia)
n. dipendenti 31/12/14: 0

ENTERPRISE Srl

Società immobiliare, Trieste
n. dipendenti 31/12/14: 0

ILLY REAL ESTATE Srl

Società Immobiliare, Trieste
n. dipendenti 31/12/14: 0

ELTRADE Srl

Società Immobiliare, Trieste
n. dipendenti 31/12/14: 0

ESPRESSAMENTE RETAIL LONDON LTD

Sviluppo franchising in UK
n. dipendenti 31/12/14: 25

ESPRESSAMENTE LONDON LTD

Società immobiliare, Londra
n. dipendenti 31/12/14: 0



Storia, missione e valori

Missione

Grazie al nostro entusiasmo, al nostro lavoro in team e ai nostri valori, vogliamo deliziare tutti coloro che, nel mondo, amano la qualità della vita, attraverso il migliore caffè che la natura può offrire; esaltato dalle migliori tecnologie, dall'emozione e dal coinvolgimento intellettuale che nascono dalla ricerca del bello in tutto quello che facciamo.

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

Etica: creiamo e condividiamo con gli stakeholder valori di lungo termine tramite il nostro impegno nel miglioramento, nella trasparenza, nella sostenibilità e nello sviluppo personale.

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

IL PRIMO BREVETTO

Richiesto in Italia il brevetto per la pressurizzazione (verrà rilasciato nel 1934).
Nel 1933 il brevetto viene rilasciato in Germania.

NASCE ILLYCAFFÈ

Francesco Illy fonda illycaffè.

NASCE ILLETTA

Francesco Illy inventa illetta, prototipo delle macchine per il caffè e la pressurizzazione, metodo di conservazione rivoluzionario.

ERNESTO ILLY ENTRA IN AZIENDA

Ernesto Illy, figlio di Francesco, entra in azienda: rafforza la ricerca scientifica e tecnologica e stringe alleanze con altre imprese, istituzioni, università.

LA SEDE DI TRIESTE

Viene inaugurata l'attuale sede a Trieste, a tuttora unico stabilimento produttivo di illycaffè.

CIALDE: ILLY È LA PRIMA

Prima al mondo, illycaffè lancia sul mercato le cialde, per preparare ovunque un caffè come al bar.

RICCARDO ILLY ENTRA IN AZIENDA

Riccardo Illy, figlio di Ernesto, porta in azienda un innovativo approccio al marketing, alla distribuzione e all'apertura di nuovi mercati.

CONTATTO DIRETTO COI PRODUTTORI

illycaffè acquista il caffè direttamente dai produttori, incentivando la qualità attraverso un surplus economico.

PROGRAMMI IN GUATEMALA

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

CREAZIONE DI SENSORYLAB, TECHLAB E BIOLAB

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

1932 1933 1934 1947 1965 1974 1980 1988 1991 1992 1994 1996 1997 1999 2002

PREMIO PER LA QUALITÀ DEL CAFFÈ

Prima edizione del Premio Ernesto Illy per la Qualidade do Café para Espresso in Brasile, da sempre coordinato da Anna Illy jr.

NASCONO LE ILLY ART COLLECTION

Da un'idea di Francesco Illy nascono le illy Art Collection, una reinterpretazione artistica della tazzina bianca disegnata da Matteo Thun.

CERTIFICAZIONE QUALITÉ FRANCE

illycaffè ottiene la certificazione di conformità di prodotto rilasciata da Qualité France SAS.

ANDREA ILLY NUOVO AMMINISTRATORE DELEGATO

Andrea Illy, nuovo Amministratore Delegato, dà all'azienda un impulso incentrato sull'espansione internazionale, l'innovazione dei processi e la cultura d'impresa.

NASCE L'ATTUALE LOGO

L'artista James Rosenquist disegna il nuovo logo illy.

PRIMI A OTTENERE LA ISO 9001

illycaffè è la prima azienda di caffè ad ottenere la certificazione ISO 9001 per il sistema di gestione della qualità.

NASCE AROMALAB

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

NASCE L'UNIVERSITÀ DEL CAFFÈ

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

ACQUA, BENE PREZIOSO

illycaffè migliora le tecniche di coltivazione e lavorazione del caffè dei produttori riducendo fino al 90% il consumo di acqua.

NASCE ESPRESSAMENTE ILLY

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

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO14001

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

TOSTATURA A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

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

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE EMAS

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

NASCE L'ERNESTO ILLY SCIENZE PRIZE

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

EMAS AWARD

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

PROGRAMMI IN ETIOPIA

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

CERTIFICAZIONE BRC - BRITISH RETAIL CONSORTIUM

illycaffè incrementa il suo impegno nelle certificazioni per alimenti e prodotti sicuri.

NASCE FOOD SCIENCE LAB

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

1° SUSTAINABLE VALUE REPORT

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

GLOBAL COMPACT

illycaffè aderisce al Global Compact delle Nazioni Unite.

CARBON FOOTPRINT

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

EXPO 2015

illycaffè diventa partner ufficiale di EXPO 2015 e curerà l'ideazione e la gestione dei contenuti nell'area dedicata al Cluster caffè.

WORLD MOST ETHICAL COMPANY

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

WORLD MOST ETHICAL COMPANY

illycaffè riceve il riconoscimento World's Most Ethical Company, per il secondo anno consecutivo.

EXPO 2015

illycaffè Official Coffee Partner, anche nel segno della sostenibilità. illy, Official Coffee Partner di Expo Milano 2015, è stata scelta da Expo come curatore esclusivo del Cluster Caffè, occupandosi dell'ideazione e della gestione di contenuti ed eventi, ospitando e valorizzando la partecipazione dei dieci Paesi produttori all'interno del Cluster. La ricerca dell'eccellenza, la passione, l'innovazione, l'orientamento allo sviluppo sostenibile di illy sono i motori dell'iniziativa. Interamente dedicato alla nera bevanda e ai Paesi che producono i preziosi chicchi, il Cluster Caffè ospita la più grande celebrazione del caffè della storia. Creato in comunione d'intenti con l'International Coffee Organization (ICO), si propone di essere luogo d'incontro tra produzione e consumo.

2003 2004 2005 2006 2007 2008 2010 2011 2012 2013 2014 2015

NASCONO ILLYSHOP E ILLYTECA

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

FORESTA ATLANTICA IN BRASILE

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

ACCREDITAMENTO ISO 17025

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

NASCE ILLY ISSIMO

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

NASCE LA FONDAZIONE ERNESTO ILLY

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

UNIVERSITÀ DI OXFORD

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

FORESTA ATLANTICA IN BRASILE

illycaffè avvia una collaborazione con l'Istituto Terra per un progetto di riforestazione

PREMI IN BRASILE PER LA SOSTENIBILITÀ

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

CERTIFICAZIONE IFS

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

IPERESPRESSO

Arriva il sistema a capsule Iperespresso.



Strategia di sostenibilità

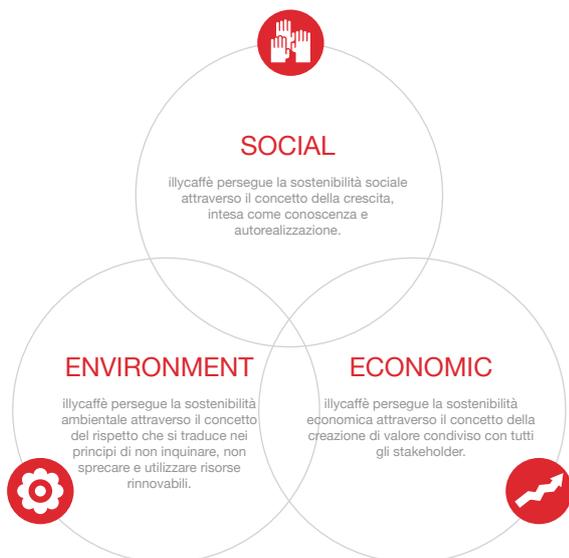
Cultura e governance della sostenibilità

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.



Per illycaffè 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 l'impegno alla gestione responsabile del business nella sua triplice accezione economica, sociale ed ambientale.

Nel 2014 illycaffè 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, e l'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 Gruppi di lavoro per lo sviluppo sostenibile nei Paesi Produttori.

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 Chief Sustainability Officer.

SOSTENIBILITÀ COME VALORE



PROGRAMMAZIONE IN FUNZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ



PROGETTI SPECIFICI



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

Nel 2014 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;
- impatto ambientale delle capsule;
- studi di fattibilità per ridurre l'impatto ambientale e migliorare l'efficienza energetica.

Il Chief Sustainability Officer di illycaffè effettua la supervisione delle questioni relative alla sostenibilità e facilita e coordina le relazioni con gli stakeholder aziendali. E' anche membro del Comitato Strategico (che a fine 2014 ha assunto il nome di riunione Prima Linea) 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.

La strategia di illycaffè è coerente con la sostenibilità come orientamento strategico di fondo e il prossimo esercizio sarà particolarmente concentrato su EXPO Milano 2015 ([link](#)) in cui illycaffè, in qualità di partner ufficiale, porta concrete riflessioni e testimonianze all'interno del grande Padiglione del Caffè.



Global Compact e World's most ethical ranking

illycaffè ha aderito al Global Compact il 5 luglio 2012. 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 12.000 le organizzazioni che hanno sottoscritto finora il codice etico volontario del Global Compact in oltre 145 Paesi.

La Communication on Progress (LINK per Download) riporta, per ognuno dei 10 principi, le azioni realizzate da illycaffè e un link alla sezione del Value Report ove è possibile trovare informazioni dettagliate

WORLD'S MOST ETHICAL COMPANIES

Nel 2015 per il terzo anno consecutivo illycaffè è nella lista delle "World's Most Ethical Companies" (inserire link) promossa all'Istituto Ethisphere. Alla lista appartengono le aziende che hanno ottenuto i più alti standard dal punto di vista della corporate governance, della responsabilità sociale aziendale e della sostenibilità. Il riconoscimento colloca illycaffè tra imprese di eccellenza leader di settore, a dimostrazione del suo impegno all'agire secondo pratiche e standard etici che creano valore a lungo termine per le parti interessate: clienti, dipendenti, fornitori, comunità e investitori.

illycaffè è l'unica azienda italiana ad avere ricevuto il riconoscimento

IRT

Un'inchiesta indipendente sui maggiori marchi di caffè al mondo condotta dal consorzio internazionale Icrt (International Consumer Research & Testing - www.international-testing.org) che raggruppa diverse associazioni dei consumatori afferma che illycaffè ha ottenuto il punteggio più alto per l'impegno nella responsabilità sociale e ambientale nei confronti di chi coltiva il caffè in America Latina, Africa e Asia.

Questo risultato deriva dall'analisi compiuta da Icrt verso le politiche sociali, economiche e ambientali attuate dai principali player del mondo del caffè nelle relazioni con i coltivatori nei paesi produttori: per ogni produttore e ciascuna marca ad esso applicabile, gli analisti dell'associazione hanno analizzato i documenti interni, report, sito internet. L'inchiesta si è completata con sopralluoghi nelle piantagioni di caffè in Brasile ed Etiopia, due tra i maggiori produttori di caffè.

illycaffè ha ottenuto il punteggio più alto in assoluto fra tutti i valutati, in particolare per le relazioni dirette che l'azienda ha costruito con i piccoli coltivatori, inserendoli in attività di formazione volte ad aiutarli a migliorare la qualità del proprio caffè e conoscendo loro un prezzo profittevole. L'azienda ha ricevuto il voto buono (corrispondente a un +) in tutte le aree analizzate (sostenibilità sociale, sostenibilità ambientale, trasparenza, coinvolgimento attivo), raggiungendo il punteggio 73 che rappresenta quello più alto fra tutti i torrefattori analizzati.

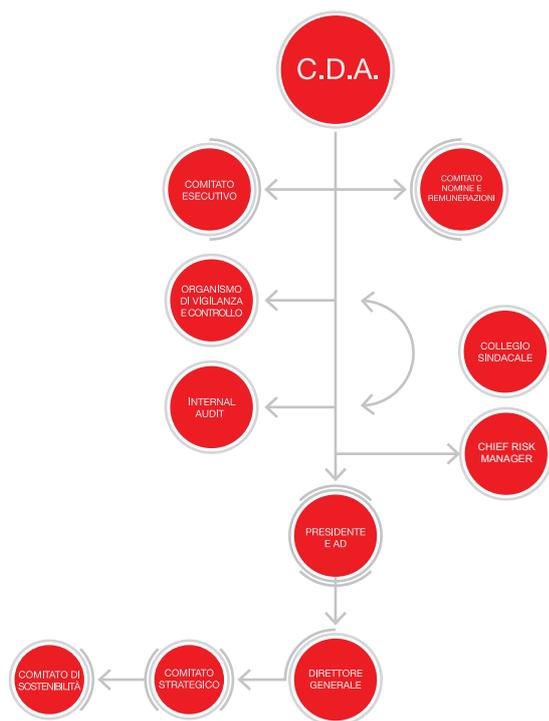


A close-up photograph of several dark brown coffee beans resting on a light-colored wooden surface. The beans are in sharp focus, showing their characteristic shape and the central groove. The background is softly blurred, emphasizing the texture of the wood and the smooth surface of the beans.

Corporate governance e risk management

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.



Consiglio di Amministrazione

Espressione degli azionisti, i Consiglieri sono nominati anche in base a competenze e qualifiche in linea con l'orientamento alla sostenibilità di illycaffè S.p.A. 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 Consiglio di Amministrazione ricopre anche la carica di Amministratore Delegato mentre i componenti indipendenti sono 5 e, complessivamente, quelli non esecutivi sono 9. Tre 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

L'Amministratore Delegato informa il Consiglio di Amministrazione circa le decisioni che hanno un impatto rilevante per la sostenibilità del business; l'approvazione del Sustainable Value Report avviene su base volontaria da parte dell'Amministratore Delegato, non essendo ad oggi prescritto in via obbligatoria da norme di legge o regolamentari. Con riferimento a rischi e opportunità, inclusi quelli strategici e operativi ambientali, sociali e di governance, il Consiglio di Amministrazione esamina e approva annualmente la reportistica prodotta dall'Organismo di Vigilanza dalle altre funzioni di controllo interno. I progetti che hanno particolare impatto in termini di sostenibilità sono coerenti con gli obiettivi del piano strategico aziendale.

Comitato Esecutivo

Composto da Consiglieri indipendenti (1) e dipendenti (2) è investito di poteri per la gestione ordinaria della società, e ha la facoltà di compiere atti per l'attuazione e il raggiungimento degli scopi sociali, con esclusione di quelli che la legge, lo statuto e la governance riservano all'Assemblea dei Soci, al Consiglio di Amministrazione e all'Amministratore Delegato.

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. Nel 2014 non si sono verificati casi di contenziosi aperti a seguito di segnalazioni relative alle materie disciplinate dal Codice Etico e dal Modello 231.

Comitato Nomine e remunerazioni

Composto da Consiglieri indipendenti (2) e dipendenti (1) formula proposte al Consiglio di Amministrazione sui compensi dell'Amministratore Delegato e degli Amministratori, sui criteri per la determinazione dei compensi dell'alta direzione della società. Nel processo per la determinazione dei compensi dell'alta direzione, illycaffè si avvale anche del supporto di consulenti esterni indipendenti.

Chief Risk Manager

Si occupa della 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. Predisponde un Programma di Valutazione dei Rischi, con redazione di periodiche relazioni al Presidente, Collegio Sindacale, Organismo di Vigilanza e Controllo.

Internal Audit

Svolge attività di audit rivolta all'analisi e verifica dell'adeguatezza, regolarità, affidabilità e funzionalità dei processi nonché dell'efficacia dei sistemi di controllo.

Scenario macroeconomico, situazione competitiva e materia prima

illycaffè opera in circa 140 Paesi: nel corso dell'anno l'andamento dei vari Paesi ha avuto segnali discordanti, connessi con le situazioni macroeconomiche. Le aspettative sul ritorno alla crescita economica per il 2014 sono state disattese in particolare nell'Area Euro (il Pil a +0,8% a/a nel terzo trimestre), dove le difficoltà riguardano soprattutto i tre principali Paesi: Germania, Francia e Italia.

Secondo i dati IRI, società che rileva dati di punto vendita nel Modern trade italiano, illycaffè ha una quota a valore del 4,2% nel totale caffè (stabile rispetto al 2013) e del 12,6% nel macinato espresso, segmento in cui si conferma secondo player.

A inizio 2015, l'organizzazione International Coffee Organisation (ICO) stima la produzione mondiale di caffè verde per la campagna 2014/15 a 141 milioni di sacchi, circa 5 milioni di sacchi in meno rispetto alla produzione della campagna precedente (minore produzione in Brasile dovuta alla nuova possibile siccità nel Paese, buoni raccolti in Centroamerica, Asia, Colombia). L'anno 2014 si chiude con il record storico di esportazioni in volume pari a 111,7 milioni di sacchi, in particolare dei maggiori produttori mondiali, Brasile (36,3 milioni) e Vietnam (25 milioni). Continua il leggero declino in valore delle esportazioni (4,1%), che rispecchia la tendenza di un prezzo medio più basso negli ultimi due anni, in particolare per le esportazioni di Robusta.

La situazione di incertezza ha alimentato la volatilità dei prezzi. La grande rivalutazione del dollaro ha creato ripercussioni nei paesi produttori stimolando le vendite, e il record di esportazione soprattutto nel secondo semestre del 2014 ne è la conseguenza. La possibile crisi dei prezzi del caffè che era stata prevista alla fine del 2013 non è avvenuta; la siccità brasiliana dell'inizio 2014 ha alimentato nuovamente la speculazione dei mercati consentendo ai produttori di vendere a prezzi ben al di sopra di quelli previsti. Gli stock nei paesi consumatori sono aumentati con il record di esportazioni mondiali trainato dai paesi leader di mercato.





Sistemi di gestione e certificazioni

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



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:

- illycaffè S.p.A. (Sviluppo, torrefazione, confezionamento e commercializzazione di miscele di caffè, formazione ed acculturamento dei clienti sul processo di trasformazione. Progettazione di nuovi prodotti relativamente ai promopubblicitari, imballaggi primari e secondari, kit e macchine per caffè espresso)
- Experimental (Erogazione di servizi di analisi fisiche e sensoriali sul caffè)



CERTIFICATO DI CONFORMITA' PRODOTTO

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

Ente di Certificazione: Bureau Veritas Certification France SaS

Campo di applicazione:

prodotti destinati all'alimentazione umana

CAFFÈ NON DECAFFEINATO e DECAFFEINATO

Selezione individuale dei lotti di caffè verde 100% Arabica, concentrazione e conservazione degli aromi attraverso un processo di pressurizzazione, contenuto di caffeina inferiore a 0,05% (PER DECAFFEINATO)

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 6 del 2012

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

Campo di applicazione:

Selezione, tostatura e confezionamento caffè in atmosfera modificata. Tostatura e confezionamento caffè decaffeinato in atmosfera modificata



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. Versione 6 del 2011

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

Campo di applicazione:

Selezione, tostatura e confezionamento caffè in atmosfera protettiva utilizzando barattoli, capsule, cialde, sacchetti in poliaccoppiato e contenitori sigillati composite. Tostatura e confezionamento caffè decaffeinato in atmosfera protettiva 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 Accreditamento

Campo di applicazione:

Laboratori AromaLab e Sensorylab. Prove chimiche e prove sensoriali.



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 miscelazione 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.



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:

- Protocollo A, protocollo B, Regulation Rev. 2
- Per le filiere: Brasile, India, Colombia, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Messico, Costa Rica / Panama

Università del Caffè

Highlights 2014

23

sedi attive nel mondo

2

nuove sedi inaugurate nel 2014 (Ungheria ed Estonia)

159.080

persone formate dal 2000

24.481

corsisti nel 2014 (di cui 655 produttori, 18.583 professionisti e 5.243 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.

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. L'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.

L'apertura delle filiali dell'Università del Caffè in quasi tutti i continenti permette di essere presenti sul territorio con docenti specializzati non solo da un punto di vista tecnico e di competenze didattiche ma anche di soddisfare le locali esigenze specifiche. L'Università del Caffè conferisce una certificazione a tutti i formatori operativi nelle 23 filiali (ad oggi 110) che nell'arco della loro carriera hanno dimostrato di possedere le conoscenze necessarie per rispondere alle esigenze di particolari ambiti e settori relativi ai processi di trasformazione del caffè. Il programma didattico è basato su 3 diversi livelli di insegnamento, crescente per complessità e competenze: istruttore (ad oggi 27), professore associato (ad oggi 39), professore ordinario (ad oggi 44).

ALTA FORMAZIONE

Nel 2014: formati 655 Produttori e 16 Professionisti.

L'obiettivo di queste attività formative è quello di creare e consolidare un percorso di eccellenza nella produzione 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) e si rivolge ai coltivatori e tutti i partner della filiera, oltre che per i laureati interessati a lavorare nel mondo del caffè.

Attraverso le Attività di supporto - che consistono principalmente in approfondimenti tecnici e teorici su ogni aspetto del lavoro, curato da docenti ed esperti internazionali - l'Università affianca coltivatori, produttori e professionisti del caffè.

Dal 2010 oltre 1000 produttori hanno partecipato ai programmi formativi. Le attività di supporto ai produttori sono nate dalla collaborazione avviata nel 2000 con PENZA, The Agrobusiness Intelligence Center dell'Università di San Paolo. Oggi l'Università del Caffè del Brasile è un punto di riferimento per la formazione dei coltivatori e degli imprenditori locali. 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. Alcuni programmi sviluppati sono:

- Brasile: corso on-line di Agribusiness Management, che fornisce allo studente una panoramica del Sistema Agroalimentare brasiliano, le sue origini, le sue tendenze evolutive.
- Centro America: sviluppo di materiale didattico da distribuire tramite corsi di e-learning per raggiungere un maggior numero di utenti.

L'Università del Caffè promuove 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 multidisciplinare per lavorare nel mondo del caffè - e più in generale nel settore agroalimentare - lungo tutta la filiera produttiva, dalla coltivazione fino alla ristorazione e al retail, passando attraverso la logistica, il trading e il processo industriale.

Nell'ambito dell'Alta Formazione l'Università del Caffè vanta collaborazioni con prestigiosi partner italiani e internazionali, come l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche 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 MCI Management Center Innsbruck (Aut) - Master in "Food & Bioresource Technologies".

CORSI DIVULGATIVI

Nel 2014: formati 5.243 consumatori.

Per gli appassionati e curiosi, l'Università 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.

CORSI DI FORMAZIONE

Nel 2014: formati 18.567 professionisti.

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 affianca 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. I docenti dell'Università del caffè affiancano i partecipanti nelle attività in aula e direttamente nel proprio locale con consulenze costruite su misura per le singole esigenze. Le consulenze sono svolte da docenti specifici a seconda della tematica affrontata: tecnica o gestionale.

Università del Caffè si occupa anche della validazione delle attrezzature per la trasformazione del caffè; in collaborazione con il dipartimento interno di Ricerca e Sviluppo si occupa della creazione di nuove ricette e prodotti aventi il caffè come ingrediente base e con varie funzioni aziendali il supporto nella realizzazione di materiali fotografici e video oltre a materiali promozionali.





Fondazione Ernesto Illy

Highlights
2014

370.000 euro

fondo di dotazione da illycaffè s.p.a.

2%

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

64

studenti per le edizioni 2011, 2012, 2013 e 2014 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 2014 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, 17 nel 2012 e 16 nel 2013, 16 nel 2014 è promosso e organizzato da un gruppo di partner di eccellenza nella formazione: l'Università di Trieste, l'Università di Udine, la Fondazione Ernesto Illy, l'Università del Caffè di illycaffè, 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 si è concentrato sulla riforestazione della regione di Tamara (Colombia) con alberi nativi nei pressi delle sorgenti d'acqua. Il progetto di riforestazione ha avuto luogo in un'area idonea alla produzione di caffè, ma con seri problemi ambientali. Sono stati raggiunti importanti risultati: 69,2 ettari conservati, riforestati e isolati con 15 diverse specie di piante/alberi per un totale di 12.290 piante/alberi nativi piantati. Sono state aiutate 80 famiglie di coltivatori di caffè e 320 persone appartenenti alla comunità di Tamara. Il progetto prosegue anche per metà del 2015, includendo nel modello educativo la gestione delle acque reflue e l'assistenza tecnica per assicurare lo sviluppo delle piante e degli alberi.

Progetto Jülich/Aachen - Science of Coffee

A luglio 2013 è stato firmato l'accordo del progetto “Science of Coffee” di 5 anni tra la Fondazione Ernesto Illy – Forschungszentrum Jülich. 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 l'University Hospital Düsseldorf; l'Istituto Cécile e Oskar Vogt per la ricerca sul cervello e l'Istituto di Neurologia.

Jacques Attali – il Club dell'Economia Positiva

A seguito del successo riscosso dal primo Forum dell'Economia Positiva in Italia, svoltosi a San Patrignano, il gruppo Planet Finance di Jacques Attali ha proposto di creare un Club dell'Eco-

nomia Positiva, il cui obiettivo principale è la costituzione di un gruppo virtuoso di rappresentanti di importanti aziende, economisti e imprenditori, che diventino gli ambasciatori dell'economia positiva in Italia. La Fondazione Ernesto Illy ha partecipato alla traduzione e pubblicazione del rapporto per l'economia positiva in Italia. Il gruppo di Jacques Attali ha invitato la Fondazione Ernesto Illy a far parte del Club dell'Economia Positiva in qualità di membro co-fondatore.

Apicoltura e produzione di miele nelle piantagioni di caffè

Quaranta coltivatori di caffè di Calarama di Chaparral (Colombia) hanno ricevuto l'istruzione e la formazione necessarie per diventare apicoltori. Sono state svolte quasi 400 ore di addestramento, realizzate 120 arnie e prodotti circa 60 chili di miele. illycaffè ha contribuito analizzando il miele proveniente dal progetto ed è stato presentato un poster sulla caratterizzazione della caffeina e teobromina nel miele dal fiore di caffè. Il progetto avrà un seguito con il coinvolgimento di apicoltori locali della Regione Friuli Venezia Giulia per cercare quali pratiche della avanzata apicoltura italiana possono essere inserite nei protocolli per diffondere l'apicoltura nelle regioni produttrici di caffè.

La metodologia di "reciproca collaborazione" utilizzata da Proapis per formare i partecipanti, inoltre, è risultata a tal punto efficiente da indurre Calarama a sviluppare una propria organizzazione per la gestione dell'apicoltura all'interno delle piantagioni di caffè, trovando l'interessamento e supporto finanziario dal Comune di Chaparral.

Calarama oggi capitalizza i propri precedenti sforzi avendo avviato un'azienda per la produzione di miele e polline per il mercato locale e per l'auto-consumo, con la futura intenzione di espandersi nel mercato internazionale (<http://goo.gl/F5Phij>).

Ricerca, conservazione e sviluppo del germoplasma originario del caffè dell'Etiopia

L'attività si è concentrata sull'analisi comparativa di diverse qualità di caffè grazie alla ricognizione compiuta in diverse aree forestali con presenza spontanea di piante di caffè. Tale presenza si è rilevata ad altitudini fino a 2200 metri nella zona di Illubabor.

L'attività ha consentito di recuperare e risanare le aree di foresta degradata nella zona interessata e stabilire il modello attivo di banca gene. Sono state piantate e distribuite circa 30.000 piantine di caffè e 5.000 alberi ombra e fruttiferi.

Il progetto si è concluso nel gennaio 2014.

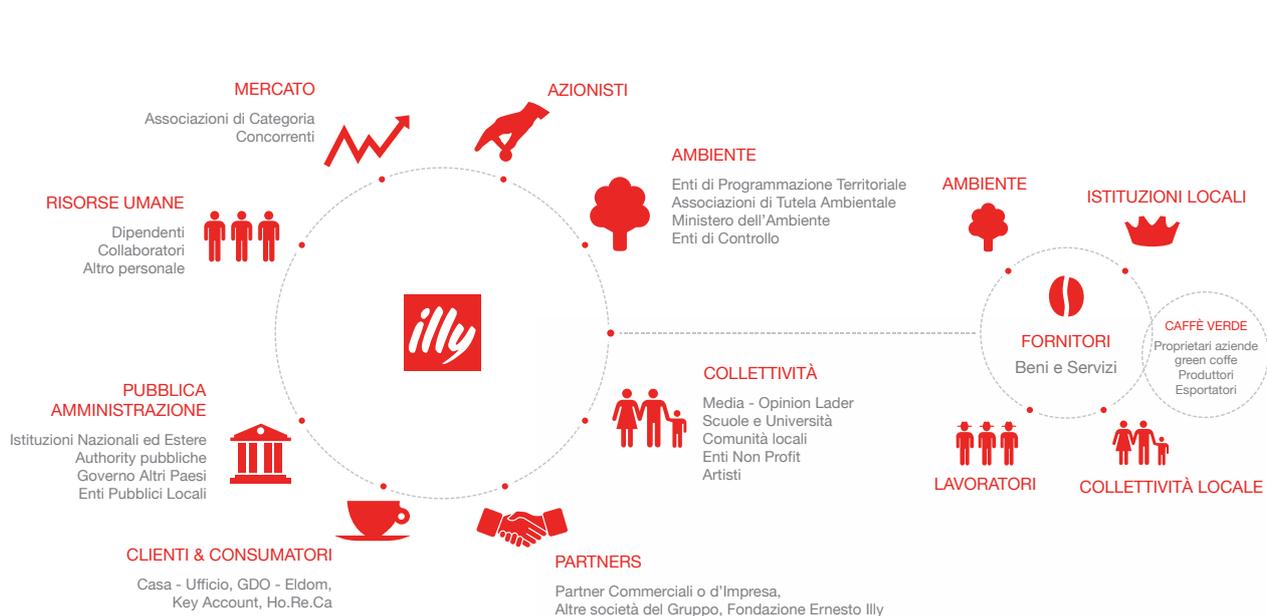


**Stakeholder
di illycaffè**

Mappa degli stakeholder e canali di dialogo

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.



L'attenta mappatura degli stakeholder e l'attivazione di canali di ascolto e dialogo permettono all'azienda di individuare e analizzare le loro indicazioni e aspettative considerandole nei propri obiettivi e 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 principali canali e strumenti di comunicazione con gli stakeholder che anche nel 2014 illycaffè ha utilizzato sono:

Stakeholder	Principali canali e strumenti di comunicazione
CLIENTI E CONSUMATORI	<ul style="list-style-type: none"> • Customer care: <ul style="list-style-type: none"> • Assistenza pre e post vendita • Visite in azienda ad hoc • Social network • Ricerche di customer satisfaction o indagini di mercato • Formazione all'Università del caffè • Risposta alle richieste delle associazioni dei consumatori • Il team dei Quality Promoter e dei Consulenti Tecnici, interagiscono
FORNITORI CAFFÈ VERDE	<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 • Premio Brasile • 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 • Expo 2015
ALTRI FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di vendor evaluation (avviata nel 2014) • Meccanismi previsti dal sistema qualità per la qualificazione dei fornitori
RISORSE UMANE	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di Team building • Progetto illy citizens • 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 • Meccanismi per raccolta di segnalazioni sul codice etico
AZIONISTI	<ul style="list-style-type: none"> • Assemblea e rappresentanza ai CdA • partecipazione ad eventi interni • coinvolgimento per formulazione e revisione del codice etico
AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogo con le Istituzioni per autorizzazioni • Gruppi di studio presso istituzioni autorevoli in materia ambientale • Partecipazione a tavoli di categoria o in associazioni pre competitive (Consorzio ESE, AIIPA..) • Supporto ad attività realizzate da clienti in favore dell'ambiente • Supporto alla gestione ambientale della coltivazione di caffè (riduzione del consumo di acqua, ricerca con l'Università di Oxford,...)
PARTNER	<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 • Partecipazione ai CdA delle diverse società del Gruppo • Co-organizzazione di eventi

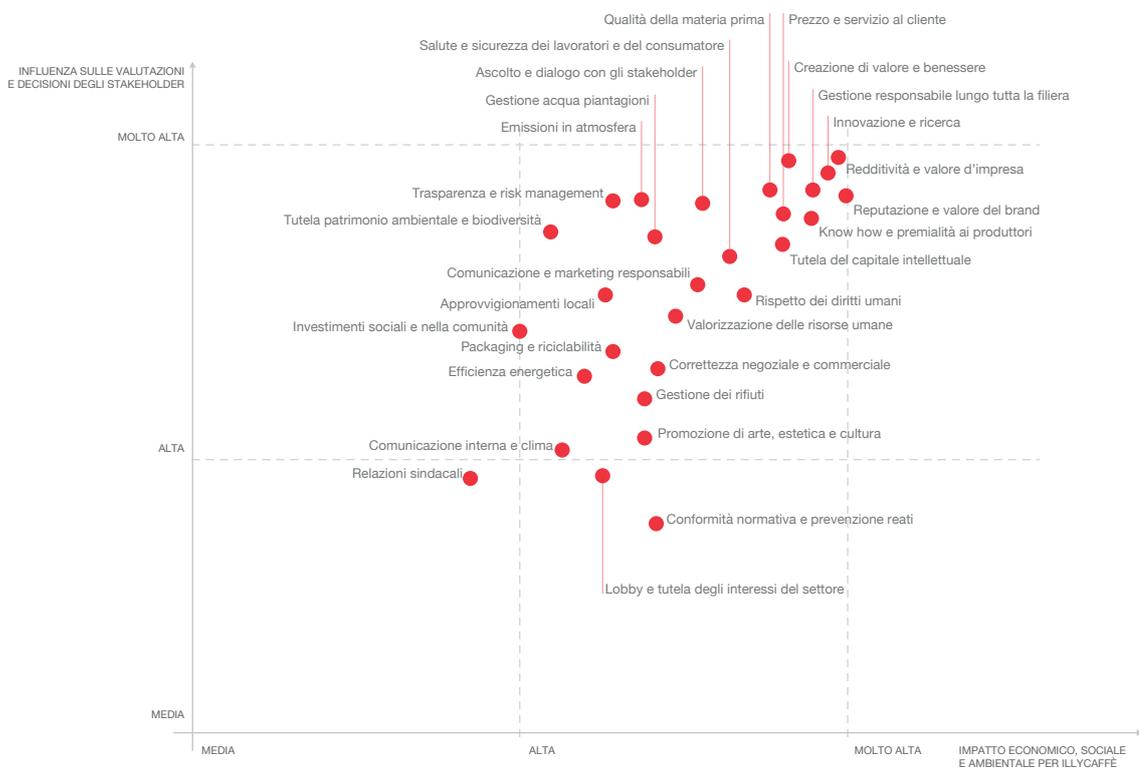
Stakeholder	Principali canali e strumenti di comunicazione
COLLETTIVITA'	<ul style="list-style-type: none"> • Progetti e collaborazioni con scuole e Università in Italia e all'estero • Master universitario in economia e scienza del caffè • Inviti periodici alle istituzioni locali in azienda • Concorsi e borse di studio per giovani artisti italiani e internazionali • Media trip per i giornalisti nei paesi produttori di caffè e in azienda • Progetti comuni con le principali istituzioni culturali internazionali • Galleria illy e altre iniziative culturali
ISTITUZIONI PUBBLICHE	<ul style="list-style-type: none"> • 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
MERCATO	<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, Altgamma, ASIC, ISIC, FERPI) • Partecipazione a convegni





**Stakeholder
di illycaffè**

L'engagement e la materialità



I processi di stakeholder engagement sviluppati da illycaffè vengono sempre più impostati secondo un approccio sistemico che segue le indicazioni dello standard internazionale 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.

Nel 2014 illycaffè per aggiornare l'analisi di materialità delle tematiche più rilevanti, ha realizzato, in Italia, due specifiche iniziative di engagement, una interna ed una esterna: internamente, 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. Esternamente, nell'aprile 2014, ha realizzato un workshop multistakeholder attraverso 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 di questo engagement hanno avuto un immediato riflesso sulla matrice di materialità, già realizzata in passato da illycaffè per i precedenti report di sostenibilità, che rappresenta i principali temi di responsabilità sociale e che ha come variabili gli impatti economici, ambientali e sociali significativi per l'azienda e la loro influenza sulle decisioni degli stakeholder. In particolare è emerso come illycaffè sia 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 leggermente meno rilevanti dagli stakeholder, in quanto pratiche consolidate da tempo oppure perché il livello di compliance è già elevato.

Tramite la Tabella di correlazione con lo standard Global Reporting Initiative è possibile verificare dove gli aspetti materiali sono rendicontati.

Nella tabella seguente viene analizzato il perimetro entro il quali si manifestano gli impatti relativi agli aspetti materiali emersi:

- **illycaffè:** gli impatti si verificano soprattutto all'interno della capogruppo e alle società ricomprese nel perimetro del Value Report, così come descritto in Nota Metodologica
- **Coffee producers:** aspetti che sono maggiormente rilevanti per la filiera del caffè verde
- **Suppliers:** aspetti rilevanti nel rapporto con gli altri fornitori
- **Customers/consumers:** tematiche rilevanti nei processi di vendita, distribuzione, consumo dei prodotti/servizi
- **Community/environment:** aspetti con rilevanti ricadute sulla collettività, le istituzioni, l'ambiente

Tematiche materiali	GRI aspect (specific standard disclosure)	illycaffè	Coffee producers	Suppliers	Customers / consumers	Community / environment
Approvvigionamenti locali	Procurement Practices			•		
Comunicazione e Marketing responsabili	Product and Service Labeling	•			•	
Conformità normativa e prevenzione reati	Compliance (SO)	•				•
Correttezza negoziale e commerciale	Marketing communication	•	•	•	•	
Creazione di valore e benessere	Economic performance	•	•	•		
Efficienza energetica	Energy	•	•	•	•	•
Emissioni in atmosfera	Emissions	•	•	•		•
Gestione acqua piantagioni	Water		•			
Gestione dei rifiuti	Effluents and Waste	•				•
Gestione responsabile lungo tutta la filier	Procurement Practices + Supplier Environmental Assessment + Supplier Assessment for Labor Practices + Supplier Human Rights Assessment		•	•		
Innovazione e Ricerca		•			•	
Investimenti sociali e nella comunità	Local Communities					•
Know how e premialità ai produttori	Indirect Economic Impacts		•			
Lobby e tutela degli interessi del settore	Public Policy	•				•
Packaging e riciclabilità	Products and Services	•			•	•
Prezzo e servizio al cliente	Product and Service Labeling	•			•	
Promozione di arte, estetica e cultura	Local Communities	•				•
Qualità della materia prima		•	•		•	
Redditività e valore d'impresa	Economic performance	•				
Reputazione e valore del brand		•				
Diritti umani nelle filiere del caffè e fornitori critici	Investment + Non Discrimination + Freedom of Association and Collective Bargaining+Child Labor + Forced of Compulsory Labor + Security Practices + Indigenous Rights	•	•	•		
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	Occupational Health and Safety	•	•	•		
Tutela del capitale intellettuale	Employment	•				
Tutela della salute per il consumatore	Customer Health and Safety				•	
Tutela patrimonio ambientale, biodiversità	Biodiversity		•			•
Valorizzazione delle risorse umane	Training and Education + Diversity and Equal Opportunity + Equal Remuneration for Women and Men	•				

Valore sociale

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.



**Highlights
2014**

450

degustazioni ogni giorno per garantire la qualità del prodotto

1.084

dipendenti al 31/12/2014 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)

46.500

contatti con i propri clienti tramite il customer care

742.000€

i contributi associativi e le elargizioni erogate a enti di utilità sociale nel 2014

La creazione di valore sociale

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



I consumatori, scegliendo i prodotti illy, hanno l'opportunità di vivere un'esperienza arricchente, che unisce la qualità del prodotto alla possibilità di approfondire la conoscenza e la cultura del caffè, diventando intenditori.

I clienti che decidono di proporre illy nei loro locali, hanno la possibilità, attraverso l'Università del caffè e i servizi offerti dall'azienda, di incrementare le proprie conoscenze e la propria professionalità.

I fornitori che collaborano con l'azienda beneficiano di vantaggi relativi alla reputazione e all'acquisizione di know-how. Nel caso specifico dei produttori di caffè verde, illycaffè contribuisce al miglioramento delle condizioni di vita, attraverso i progetti nelle zone di produzione di cui l'azienda è promotrice.

Ai collaboratori vengono offerte opportunità di autorealizzazione, sviluppo di competenze e crescita professionale. illycaffè favorisce una filosofia di lavoro "lean", incentrata sul miglioramento lavoro di squadra, che valorizza le capacità, l'imprenditorialità e la creatività individuale.

Le comunità in cui opera l'azienda beneficiano di un riverbero di visibilità, ma anche di contributi diretti a iniziative culturali e solidali.

Gli azionisti raccolgono i frutti della reputazione e della legittimazione ad operare che derivano dalla condivisione del valore creato lungo tutta la catena di valore.



Qualità e sicurezza dei prodotti illy

Highlights
2014

4.000

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

40.000

Nei laboratori di illycaffè sono esaminati circa 40.000 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 servire ai consumatori una tazzina perfetta in ogni luogo di consumo in tutto il mondo per proporre un'esperienza fruttiva 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. Ecco perché 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. omico, 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.

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. illycaffè ha ideato la pressurizzazione, il sistema di conservazione che prevede la sostituzione dell'aria all'interno delle confezioni con gas inerte sotto pressione. Questo sistema 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.

MATERIA PRIMA E LAVORAZIONI

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 l'azienda 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.

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 attraverso 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.

QUALITA', CERTIFICAZIONI, SICUREZZA ALIMENTARE

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:

- Certificazione di conformità di prodotto rilasciata da Qualité France (conseguita nel 1992).
- Certificazione di Sistema Qualità secondo la norma UNI EN ISO 9001:2008 (ottenuta da illycaffè nel 1994, prima azienda di caffè al mondo).
- 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).
- 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).

Nel 2014, 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 35 (28 nel 2013).

Nel corso del 2014, l'azienda ha inoltre intrapreso specifiche attività relative alla sicurezza alimentare dei prodotti e dei processi legati a nuove aperture di punti vendita, ad Expo 2015 e al caffè proveniente dal Brasile:

- Presidio delle attività inerenti la Sicurezza Igiene Alimentare illycaffè / illyshop Milano e bar illy caffè di Milano
- Predisposizione del Piano di Autocontrollo Manuale HACCP per EXPO 2015.
- Avvio e primo bilancio del nuovo protocollo di accettazione materia prima Brasile per la tematica dei pesticidi.
- Percorso di caratterizzazione scientifica del processo di tostatura atto a mantenere un più stretto controllo della costanza delle tostature in produzione e ricercare tostature che ottimizzano la resa qualitativa in tazza, in termini sensoriali, quali equilibrio, aromaticità intensa e complessa, aumento del corpo e della dolcezza.
- Per garantire una sempre maggiore conformità in tema di etichettatura (Reg. 1169/2011/CE), illycaffè ha revisionato le etichette dei propri prodotti a marchio illy e costruito un database con le informazioni obbligatorie da pubblicare sui propri siti e-shop europei per i prodotti e prodotti delle Sister Companies.

L'azienda non ha ricevuto nel 2014 alcuna sanzione per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti le tematiche di qualità, sicurezza alimentare, rintracciabilità e similari.

A close-up, artistic photograph of a person's shoulder and dark hair, with a bright window in the background. The lighting is soft and warm, creating a moody atmosphere. The person's hair is dark and voluminous, and they are wearing a light-colored, textured garment. The background is a bright, out-of-focus window, suggesting an indoor setting.

I clienti illy



Clienti e mercati serviti

Highlights
2014

390,8 milioni

390,8 milioni di euro le vendite a livello consolidato (+ 4,5% sul 2013)

40%

40% ricavi nei mercati EMEA; 38% in Italia

200

200 espressamente illy presenti in 34 Paesi nel mondo, 36 milioni di consumatori serviti ogni anno

46.500

46.500 contatti al Customer Care

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. 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. 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 che aderendo a forme più evolute e complete dell'offerta illycaffè (Artisti del Gusto, espressamente illy) i clienti possono ottenere risultati migliori.

La distribuzione dei prodotti illycaffè avviene principalmente attraverso i seguenti canali:

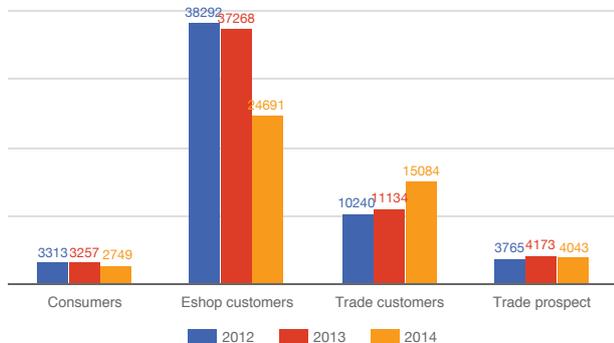
- canale Ho.Re.Ca (hotel, ristoranti, caffè) e shop:
 - Locali espressamente illy: sono oltre 200 nelle più importanti città di 34 Paesi. Nuove aperture nel 2014 a Istanbul (Turchia), Abu Dhabi (Emirati Arabi), Dalian (Cina), Busan (Sud Corea).
 - Artisti del Gusto, progetto per baristi fidelizzati per i quali illycaffè ha realizzato una rete internazionale per 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, accessori dedicati, macchina da caffè.
 - Bar illy, oltre 50.000 baristi che in tutto il mondo offrono ai loro clienti il caffè illy
 - illyshop & illyteca: 5 illyshop e 2 illyteca in Italia. Nel 2014, si segnala l'apertura di una boutique illy Caffè all'interno del Fidenza Village, uno dei Villaggi Chic Outlet Shopping® di Value Retail
 - Ristoranti e Altri luoghi: nel 2014 è stata avviata una collaborazione con Costa crociere (la più grande compagnia di crociere in Europa) per servire su tutta la flotta il caffè espresso illy.
- casa (canale Retail);
- uffici (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.

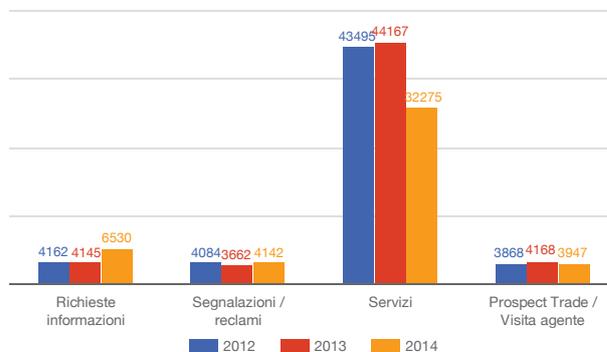


Ascolto e soddisfazione del cliente

Chi ha contattato il customer care di illycaffè (Italia)



Motivazioni dei contatti



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.

Nel 2014 si sono verificati 46.567 contatti (-16% rispetto al 2013):

- 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.

CUSTOMER CARE ALL'ESTERO

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 13 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/richieste 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 sui prodotti, servizi, funzionalità del sito web.

In Francia sono state realizzate diverse iniziative di ascolto e analisi della soddisfazione: survey sulla brand awareness, indagini di mercato presso i consumatori e le loro preferenze sul caffè in capsule, survey sul programma Artisti del Gusto. Negli Stati Uniti diverse iniziative legate all'aumento della fidelizzazio-

ne, alla valutazione della soddisfazione per il servizio di Customer Care (post contact), survey di benchmark rispetto al settore, indagini di clima per la forza vendita.

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 altri canali per il contatto e l'ascolto dei clienti quali:

- presenza sui social network (dati 2014)
- ricerche di customer satisfaction rivolte ad Artisti del Gusto; bar illy clienti online;
- formazione all'Università del Caffè (oltre 28.000 corsisti nel 2014);
- 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 anche nel 2014.

L'azienda ha istituito l'Osservatorio illy, con l'obiettivo di analizzare come evolve il mondo del caffè. La prima ricerca, dal titolo Young Coffee Culture, è stata realizzata insieme a Future Concept Lab con lo scopo di verificare come viene percepito il caffè nella cultura giovanile. Si è basata su un campione rappresentativo dei giovani italiani (18-34 anni) e ha dimostrato la straordinaria tenuta dell'esperienza al bar (il 96% lo frequenta), della prevalenza delle caffetterie tradizionali (il 48%), della rilevanza della prima colazione (54,2%), del consumo plebiscitario di caffè al bar (il 92%), della centralità dell'espresso classico (il 66%) e del gradimento spontaneo della cremosità/schiumetta (48%).

A partire da questi dati che confermano l'assoluta permanenza del rito del caffè (inteso sia come luogo che come esperienza di

consumo) in un mondo in cui tutto cambia, è possibile stilare una sorta di decalogo che chiarisce i contorni dell'esperienza bar/caffè e in cui spicca ad esempio, nella media nazionale, la marginalità dell'happy hour (solo il 10,4% dei giovani italiani), l'attenzione all'origine delle materie prime (ben il 60% la considera molto importante) e la rilevanza di una triangolazione virtuosa per il bar del futuro: musica, personale gentile ed efficiente e un caffè di qualità.

QUALITÀ IN TAZZA

Per supportare ulteriormente i clienti del canale Horeca è stato varato 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 illy servita dai clienti Horeca e Vending (su richiesta) su tutto il territorio italiano (4.387 audit nel 2014);
- 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) per 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 Total Quality Assurance 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 2014 sono state aperte 22 azioni di miglioramento di cui 15 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. In particolare, risultati positivi sono stati ottenuti nei prodotti 125/250 grammi.



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

- 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).

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.

Sul fronte della comunicazione commerciale, l'azienda nel 2014 ha partecipato agli ECHO AWARDS ITALIA 2014 (l'edizione italiana del prestigioso DMA INTERNATIONAL ECHO AWARDS) per l'email marketing: Argento nella categoria Consumer Products e Special Prize.





A close-up, high-angle portrait of a man with a light-colored, textured hat. He has dark hair, dark eyes, and a slight smile showing his teeth. He is wearing a blue shirt. The background is a blurred green, suggesting an outdoor setting like a coffee plantation.

**Le persone
di illycaffè**

Occupazione

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. E' 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'ambito 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.

Sviluppo organizzativo nel 2014

Nel 2014 si sono attivati numerosi progetti legati alle risorse umane ed all'organizzazione, orientati a rafforzare le logiche di centralità del cliente, coerentemente con l'impostazione strategica aziendale.

E' proseguita l'implementazione delle 2 business unit operative commerciali, organizzate in base al cliente servito: la business unit Business to Consumer rivolta ai clienti consumatori finali raggiunti attraverso l'e-commerce e i format retail fisici attivi, e la business unit Business to Business rivolta ai clienti operatori economici, quali hotel, bar e distribuzione organizzata.

Questa centralità del cliente è stata inoltre il fulcro delle revisioni organizzative delle funzioni Global Brand, Business Development, Marketing delle business unit commerciali e del Centro di Ricerca e Innovazione. Per ognuna di queste si sono definite specifiche road-map di sviluppo di prodotti, servizi e modelli di business coordinati e orientati a meglio soddisfare le esigenze di tutti gli stakeholders.

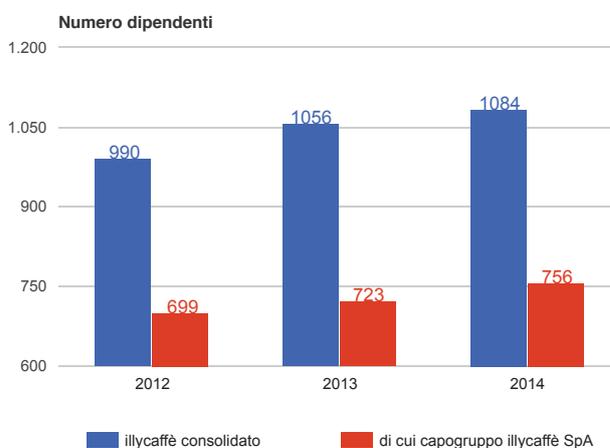
La necessità di sostenere tale cambiamento anche sul piano della cultura organizzativa ha comportato la realizzazione di interventi formativi ad hoc: il programma di cittadinanza attiva illycitizen ha sensibilizzato tutti i collaboratori sugli elementi che impattano sulla soddisfazione dei clienti, consentendo di definire concrete azioni di miglioramento; un progetto focalizzato sulle peculiarità del business retail che rappresenta per illycaffè la frontiera più avanzata per servire e far vivere l'esperienza di brand al cliente finale; un percorso biennale per il management sviluppato con il supporto di una rinomata business school italiana, volto anche a rafforzare questi stessi temi in una

prospettiva sia esterna, sia interna.

I dati seguenti fanno riferimento al personale delle società del gruppo illycaffè ricomprese nel perimetro di rendiconto così come descritto in Nota metodologica, 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 2014, a livello consolidato di tutta la illycaffè SpA, lavorano come dipendenti 1.084 persone (+2,7% rispetto al 2013). Il 69,7% del personale lavora alle dipendenze della Capogruppo, di cui l'83% in Italia (come nel 2013): il 43%, a livello globale, sono donne.

Con riferimento alle società ricomprese nel perimetro di rendiconto (che rappresentano oltre il 90% del totale dei dipendenti), in base alla suddivisione per fasce di età, i dipendenti tra 30 e 50 anni rappresentano sempre la maggior parte del personale (69,7% del totale): in proporzione, tuttavia, rispetto al 2013 sono aumentati di più i lavoratori con meno di 30 anni (da 10,9% nel 2013 a 13,3% nel 2014) o con più di 50 anni (17% rispetto a 14,4% del 2013).

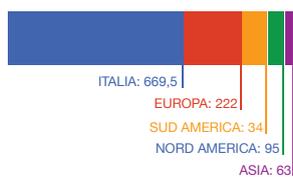


Nel 2014, illycaffè, in Italia, ha fatto limitato ricorso a forme flessibili di collaborazione (4,8% sugli occupati in Italia): al 31 dicembre 2014 erano presenti in azienda 20 persone con contratto di somministrazione lavoro e 10 con contratti a progetto, di cui 30% donne. Inoltre, erano attivi 7 stage attivati per accogliere studenti provenienti dagli Istituti Scolastici e dalla Università del territorio.

La distribuzione geografica del personale presenta per il 2014 una situazione simile a quella del 2013.

Il 62% circa del personale lavora nelle società italiane della illy (61% nel 2013), mentre il 20% è impiegato nelle altre società con sede in Europa (23% nel 2013). Il resto del personale è distribuito tra Nord America (9%), Asia (6%) e Sud America (3%).

Dipendenti per area geografica (%)



Dipendenti per fascia d'età



Dipendenti uomini per categoria



Dipendenti donne per categoria



La distribuzione geografica del personale presenta per il 2014 una situazione simile a quella del 2013.

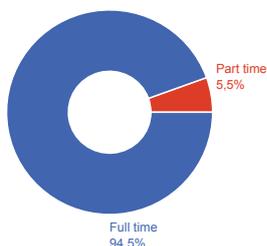
Il 62% circa del personale lavora nelle società italiane della illy (61% nel 2013), mentre il 20% è impiegato nelle altre società con sede in Europa (23% nel 2013). Il resto del personale è distribuito tra Nord America (9%), Asia (6%) e Sud America (3%).

Al 31 dicembre 2014 il personale illycaffè assunto a tempo indeterminato (o forme simili, in coerenza con la contrattualistica applicata nei vari Paesi di presenza di illycaffè) rappresenta il 95% del totale. Questo dato è più elevato rispetto allo scorso anno (85% a livello globale) grazie ad una analisi più precisa delle tipologie di contratto applicate all'estero e che possono essere ricondotte alla tipologia "indeterminato".

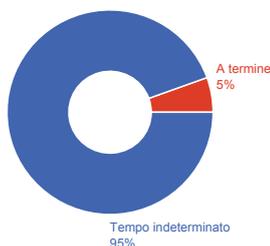
Il ricorso al part time riguarda il 5,5% dei dipendenti (rispetto al 4,5% al 2013) e viene richiesto quasi prevalentemente dalle donne (87% dei casi).

Il tasso di turnover nel 2014, calcolato come rapporto tra le persone uscite nel periodo e il totale organico presente alla fine del periodo, è pari al 5,2%. E', invece, l'11,4% il tasso di assunzioni, pari al rapporto tra assunti nell'anno e il totale a fine periodo: un dato coerente con l'aumento degli occupati rispetto all'anno precedente. Assunzioni e cessazioni hanno riguardato in egual misura uomini e donne.

% Dipendenti full time



% Dipendenti tempo indeterminato



Anno 2014	n. Assunzioni	N. Cessazioni	Tasso Assunzioni	Tasso Cessazioni
Uomini	60	30	10,45%	5,23%
<30 anni	20	6		
30-50	39	20		
>50 anni	1	4		
Donne	45	25	10,27%	5,71%
<30 anni	28	10		
30-50	17	14		
>50 anni	0	1		
	105	55	10,38%	5,43%

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 dirigenti e degli impiegati, 0,9 per quadri ed operai. Tale rapporto è stato calcolato dividendo la somma totale delle RAL percepite dalle donne per la somma totale delle RAL dagli uomini, per ogni categoria.

I lavoratori appartenenti alle categorie protette sono, per la Capogruppo in Italia, 22, di cui 10 donne e 12 uomini: rappresentano il 3,5% del totale della forza lavoro in Italia (+9,37% rispetto al 2013, con 1 nuovo ingresso).

La percentuale delle donne presenti in posizioni di responsabilità (Dirigenti e Quadri) è pari al 36% del totale dei dipendenti con contratto Dirigenti o Quadri a livello globale (in linea rispetto al 2013).



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.

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.

Rispetto al 2013 si è verificata una diminuzione delle ore di formazione in quanto si è completata la fase di diffusione delle competenze in merito agli strumenti di office automation. In termini qualitativi, invece, le iniziative poste in essere sono state di qualità superiore come, ad esempio:

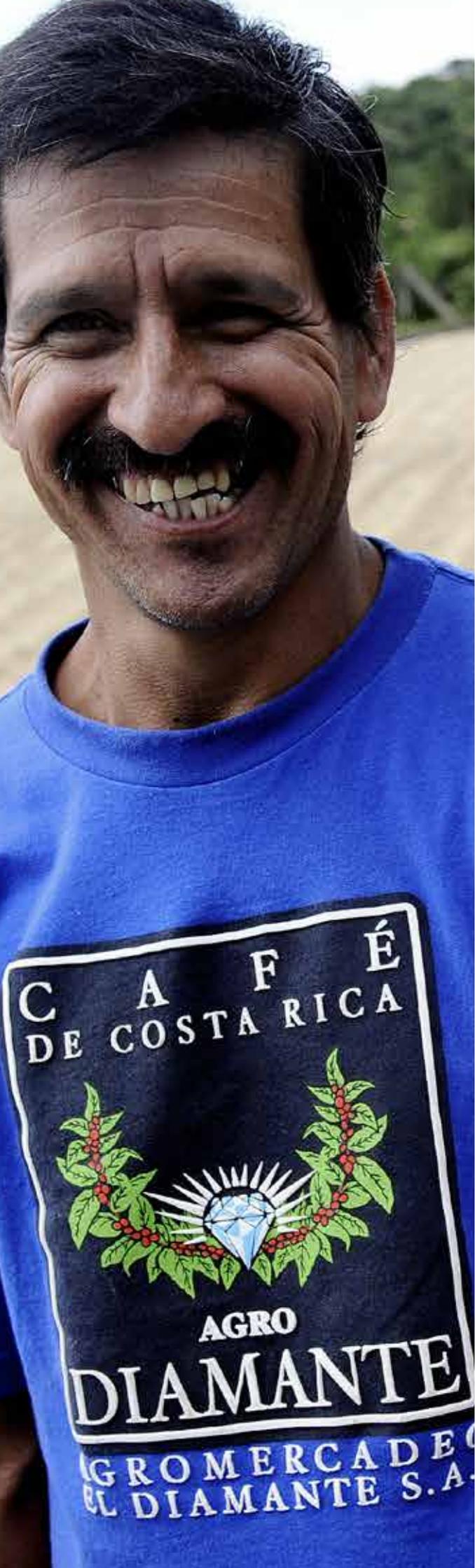
- illy Executive Management Program in collaborazione con il Mib è iniziato un percorso biennale per tutti i dirigenti;
- Enterprise lab sul Retail in collaborazione con la Fondazione CUOA per tutti i collaboratori che lavorano nella divisione Business to Consumer;
- Corsi all'Università del Caffè per l'inserimento degli agenti della forza vendita illy;
- Percorso formativo di Procurement per tutte le persone della Direzione acquisti integrati su base biennale relativo a tutte le tematiche collegate al ruolo del buyer;
- illycitizen: un programma pluriennale che coinvolge tutta l'azienda e le filiali su valori, identità, senso di appartenenza, cittadinanza attiva. Attraverso l'ascolto dei pubblici interni ed esterni, il gruppo dei trainer del programma, costituito da

persone che lavorano negli uffici e da operai, da rappresentanti delle diverse aree aziendali, di diverse generazioni aziendali, età e genere, sono diventati facilitatori di workshop espressivi di clienti, consumatori e commerciali: durante i workshop i clienti (baristi e consumatori di caffè) ma anche gruppi di clienti di marche concorrenti, insieme a gruppi di figure commerciali hanno partecipato alla costruzione di direttrici per un'azienda più centrata sul cliente. I trainer interni hanno condiviso, anche in forma narrativa e filmica, i risultati del workshop in un think tank manageriale durante il quale il management ha definito alcuni piani di azione. Gli esiti del lavoro saranno riportati ai cittadini illy nel corso del 2015.

illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

A livello globale, fuori dall'Italia, le società del gruppo realizzano a loro volta diverse attività formative 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.





Salute e sicurezza

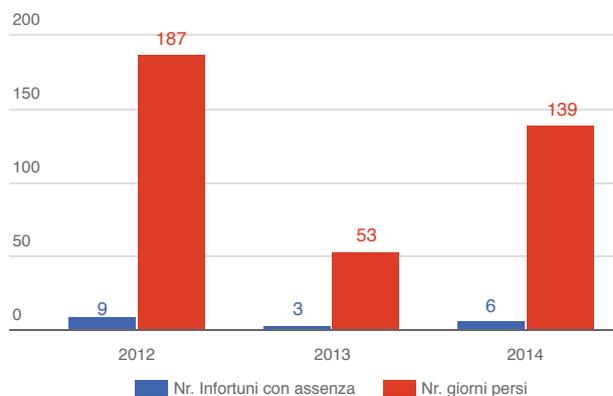
La cultura della sicurezza è preziosa e illycaffè ha scelto di costruirla insieme ai suoi collaboratori, sviluppando la consapevolezza dei rischi legati all'attività lavorativa e promuovendo comportamenti responsabili. L'azienda si impegna a tutelare la salute e la sicurezza dei lavoratori innanzitutto 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. L'impresa sviluppa inoltre 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.

In azienda è sempre presente un'aggiornatissima squadra di pronto intervento, che conta circa 40 dipendenti, capace di effettuare attività di primo soccorso e antincendio.

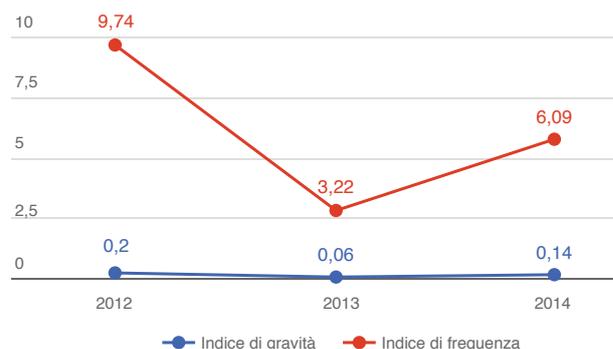
Nell'anno 2014 si sono verificati 6 infortuni sul luogo di lavoro per un totale di 139 giorni di assenza e 2 in itinere (55 giorni di assenza). Complessivamente hanno coinvolto 6 colleghi uomini e 2 donne.

Sommando ai dati precedenti anche le assenze del 2014 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 e i permessi per riduzioni dell'orario di lavoro - sul totale delle ore lavorabili) è pari al 7,8%.

Numero infortuni e giorni persi in illycaffè in Italia



Indice di frequenza e gravità infortuni illycaffè in Italia



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.

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 (chiusure, 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 2014 sono stati rilevati 2 quasi infortuni, 3 mancati incidenti, 21 situazioni pericolose e 7 non conformità.

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. Nel 2014 si è verificato un solo infortunio di dipendenti di ditte terze all'interno degli stabilimenti di Trieste.

Formazione e prevenzione

Anche nell'ambito della sicurezza l'aspetto formativo ricopre un ruolo di primaria importanza: ogni lavoratore ha ricevuto in media 2,6 ore di formazione sul tema (1,9 gli uomini, 1,0 le donne).

Il notevole aumento rispetto al 2013 (1.608 ore rispetto a 834, per 352 lavoratori coinvolti) è collegato alla formazione del nuovo personale, agli aggiornamenti per le figure dei Preposti e dei Dirigenti.

Nell'ambito dell'attività di prevenzione 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 partecipa-

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



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.

Il giornale interno Exchange, prodotto in lingua italiana e inglese, viene 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.

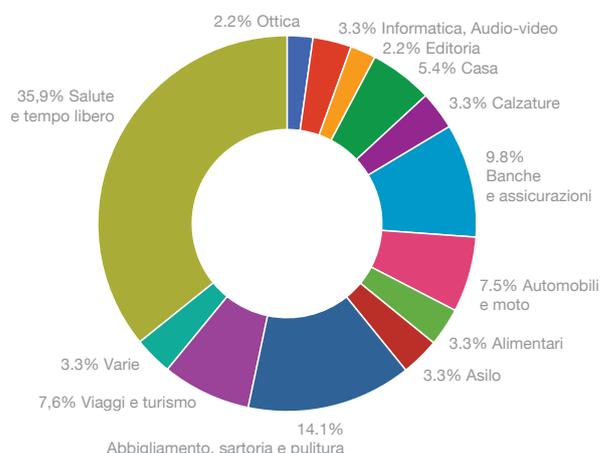
Dal 2013 è attivo in azienda un patto di corresponsabilità fra tutti i cittadini illy finalizzato a definire gli impegni reciproci dei collaboratori, dei dirigenti e della proprietà con lo scopo di salvaguardare l'unicità di illy. Il patto stabilisce che è importante lavorare con passione, con umiltà e spirito di autocritica, avendo uno sguardo allargato a tutta l'azienda ed esponendo il proprio punto di vista con onestà.

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. Le relazioni interne che illycaffè ha costruito nel tempo sono volte a mantenere rapporti corretti e trasparenti con i dipendenti, nel pieno rispetto dei contratti collettivi nazionali della legge e negli accordi nazionali e internazionali in materia del lavoro.

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.

Tipologia e numero di convenzioni riservate ai dipendenti illycaffè





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 2014 le strutture convenzionate sono 5 e i figli dei dipendenti che usufruiscono del contributo aziendale sono in tutto 22.

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 2014 le richieste di rimborso sono state 830 (540 nel 2013) da parte di 360 nuclei familiari.

Per la previdenza integrativa l'azienda versa un contributo superiore alla previsione contrattuale, pari a 143.000 (135.000 nel 2013). Gli iscritti ai fondi pensione aperti individuali dall'azienda, al 31 dicembre 2014 erano pari a 351 (come nel 2013).

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 2014, ha erogato 85.106 pasti ai dipendenti con un incremento di presenze dell'8% rispetto l'anno precedente e senza alcuna variazione di prezzo a carico del dipendente: l'azienda, infatti, copre il 67% del costo del pasto.

Sempre nella sede di Trieste, illycaffè offre alcuni servizi aggiuntivi 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.



**Fornitori
di beni e servizi**

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 accrescimento 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).

Come riportato nel proprio Codice Etico (art. 3.5) "le relazioni con i fornitori sono oggetto di un costante monitoraggio da parte di illycaffè. Tali relazioni comprendono anche i contratti finanziari e di consulenza. La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza".

Per illycaffè l'efficienza e la sostenibilità della filiera industriale passano attraverso i seguenti 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.

Illycaffè ritiene rilevanti i fornitori della filiera industriale operanti nelle seguenti aree:

- fornitura di prodotti alimentari;
- macchine da caffè e accessori;
- servizi generali;
- logistica;
- merchandising;
- packaging e imballi;

Tra questi, illycaffè ritiene strategici e/o critici quei fornitori i cui beni e/o servizi hanno un impatto economico particolarmente significativo (tipicamente con fatturato di vendita a illycaffè superiore a 500.000 €), oppure che operano in partnership di processo produttivo/distributivo, od ancora sono fornitori di materie prime e servizi rilevanti per il business di illycaffè. Considerando il solo parametro economico, i fornitori di illycaffè con volumi di vendita superiori a 500.000€, per il 2014, sono stati complessivamente 27.

Nel 2014 è proseguito il progetto sulla catena di fornitura non caffè verde con il quale illycaffè, sulla base del proprio Piano Strategico degli Acquisti, ha iniziato ad adottare 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 per la selezione dei fornitori e la valutazione delle gare di fornitura per materiali indiretti, servizi, investimenti, materie prime e prodotti finiti: il modello decisionale (decision matrix) si basa per il 60% su requisiti di natura tecnica e per il 40% di natura economica. Nel 2014, inoltre, si è iniziato un percorso di ottimizzazione e standardizzazione degli approvvigionamenti (ad esclusione del caffè verde che ha una gestione separata) rendendone la gestione più organica e centralizzata nella Direzione Acquisti; inoltre è stato avviato il processo per la graduale valutazione dei fornitori basato sulla vendor evaluation. I fornitori strategici e/o critici verranno valutati attraverso una metodologia strutturata con l'attribuzione di punteggi (vendor rating) che permettono di misurare le performance negli acquisti. Sulla base delle risultanze, i fornitori verranno analizzati dalla Direzione Acquisti insieme alla Direzione Assicurazione Qualità, per determinare aree di miglioramento ed iniziative dettagliate.

Dalla mappatura per area geografica dei principali fornitori non caffè emerge come l'85% del fatturato di acquisto sia prodotto in Italia, a conferma dell'orientamento aziendale di rifornirsi presso operatori nazionali; l'8% invece, si riferisce a fornitori con sede nel resto d'Europa e il 5,6% in Asia-Oceania. Meno dell'1% degli acquisti proviene da altri Paesi.

2014	
Provenienza	%
Italia	85,33%
Europa	8,37%
Americhe	0,71%
Asia - Oceania	5,57%
Africa - Medio Oriente	0,02%



**illycaffè
e la comunità**



Cittadinanza d'impresa

Highlights 2014

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 Proces

390 mila euro di elargizioni erogate dalla Capogruppo in Italia per scopi di utilità sociale nel 2014 e 352 mila euro di quote associative; 285 mila euro 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 cafeeicola - 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.



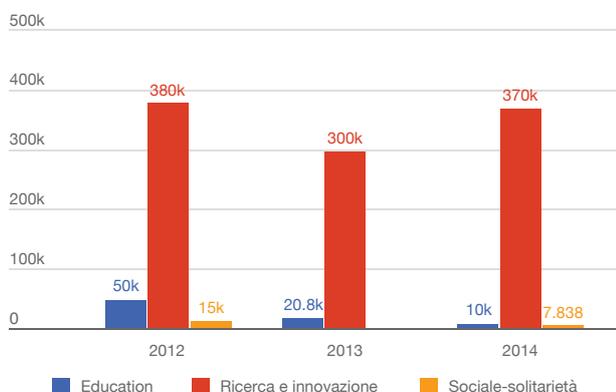
Sostegno alle Comunità locali e rapporto con le Istituzioni

illycaffè in Italia

Con riferimento agli "investimenti sociali", oltre alle collaborazioni strategiche con le Comunità dei Paesi Produttori, l'azienda si adopera 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 2014 la sola capogruppo (illycaffè SpA) ha sostenuto interventi in questi settori erogando circa 388.000 euro. A questi si sommano le erogazioni delle società estere che, in totale, ammontano a circa 288.000 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 e cultura, si trovano i contributi a Enti e Istituti di formazione o altre associazioni, 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.

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.

Illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

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, nel 2014 sono stati progetti civici legati all'arte e cinema o a stili di vita sana. 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.

Relazioni istituzionali

Nota per il grafico: questo paragrafo l'anno scorso era nella sezione identità e valori > strategia e governo della sostenibilità

I rapporti tra illycaffè e le istituzioni nazionali e sovranazionali sono improntati a un'assoluta trasparenza e governati da precise regole di comportamento, come normato dal Codice Etico aziendale.

Le relazioni di illycaffè con la Pubblica Amministrazione "debbono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e di regolamento applicabili e non possono in alcun modo compromettere l'integrità o la reputazione della illycaffè stessa." (punto 3.8 del Codice Etico).

In coerenza con questo impegno, illycaffè collabora con le istituzioni di tutti i livelli allo studio e allo sviluppo di normative e accordi che interessano il settore del caffè.

Per garantire un'adeguata comprensione delle attività svolte e degli interessi rappresentati, gli interlocutori istituzionali vengono coinvolti mediante la diffusione di informazioni concernenti le iniziative di illycaffè, i progetti a ricaduta per il territorio, le principali attività di ricerca e innovazione, gli elementi di sostenibilità economica, ambientale e sociale. Obiettivo per illycaffè è attivare anche un engagement degli stakeholder di riferimento: per questo motivo, il dialogo istituzionale è arricchito dai progetti e dalle iniziative realizzati in collaborazione con le istituzioni per promuovere e sostenere tematiche di interesse comune (si veda Fondazione Ernesto illy, Interventi realizzati nella filiera del caffè). illycaffè aderisce a diverse associazioni ed organismi di livello nazionale e internazionale per contribuire alla diffusione della qualità e dell'innovazione, della cultura del caffè, della sostenibilità in generale:

- ASIC – International Coffee Science Association
- ISIC - Institute for Scientific Information on Coffee
- Comitato Italiano Caffè
- Associazione Caffè Trieste
- FOUNDATION FOR THE GLOBAL COMPACT
- 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
- 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
- Altgamma
- Confindustria
- Federalimentare
- Confimprese

Anche le società estere del gruppo partecipano ad associazioni di rappresentanza regionali o nazionali, camere di commercio, federazioni di settore e di distretto.

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).

Comunità internazionale

L'azienda 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 come ad esempio in ETIOPIA. In questo Paese 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.

L'impresa 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.

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

Arte, estetica e cultura

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 (di cui è partner dal 2003) dove si abbinano ad interventi diretti di sostegno progetti destinati ad accrescere l'esperienza dei visitatori di mostre a lunga percorrenza, oppure come la Triennale di Milano.

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 gli oltre 20 anni di lavoro sulle illy Art Collection, i 12 anni di illywords il magazine che esprime i pensieri e la filosofia dell'azienda, dal 2014 divenuto bookzine (a metà strada tra libro e rivista edito da Corraini Edizioni –approdando in bookshop e librerie internazionali).

Il desiderio di offrire un'esperienza autentica ha stimolato illycaffè ad auto-produrre Galleria illy, l'evento che fa vivere la brand a 360 gradi, o a partecipare a manifestazioni come il Festivalletteratura di Mantova (18esima edizione, oltre 66.000 biglietti staccati, 14.000 i caffè serviti in vario modo da illycaffè), 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 (al quale nel 2014 hanno lavorato 5 bloggers, 3 post alla settimana, circa 2.000 visite al mese) o il sito illysustainart.org rappresentano oggi il punto d'incontro di intellettuali, artisti e appassionati della marca.



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. 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 2014 sono uscite le tazzine expo 2014 prodotte da 4 artisti provenienti dalla selezione nell'ambito di illysustainart: Adan Vallecillo, Esteban Piedra Leon, Elias Sime e Naufus Ramirez-Figueroa.

La nuova illy Art Collection è ispirata al Watermill Center, lo spazio interdisciplinare creato da Robert Wilson per accogliere e stimolare una comunità internazionale di artisti. La Watermill Center illy Art Collection è il risultato di un workshop che si è tenuto nel 2013 in occasione dell'International Summer Program, al quale hanno partecipato quasi 100 artisti di 30 diverse nazionalità.

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 2014 gli artisti da selezionare sono stati 383 provenienti da 32 Paesi, di cui 352 artisti e 31 curatori; almeno la metà degli artisti si sono iscritti alle open call di illycaffè, al fine di partecipare alle iniziative culturali lanciate dall'azienda.





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. Visualizza l'indice paesi produttori.
- 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. Alcune parti del Codice, es. relative ai Diritti umani, vengono applicate negli acquisti e lungo la catena di fornitura. L'applicazione del Codice Etico e il monitoraggio su eventuali violazioni sono garantite anche dalla presenza dell'Organismo di Vigilanza.
- Monitoraggio dei propri fornitori di caffè per assicurarsi il rispetto delle legislazioni nazionali in materia di lavoro grazie alla certificazione Responsible Supply Chain Process. La RSCP prevede il monitoraggio e la gestione 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 verifica 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 all'azienda. 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.

Valore ambientale

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.



Highlights 2014

1

Attivo 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

438 ton

Nel 2014 l'impianto fotovoltaico installato sulle coperture degli stabilimenti di illycaffè e di proprietà di terzi ha generato 824.034 kWh e ha evitato un totale di 438 t di CO2 equivalenti

736 ton

L'impianto di recupero calore tosteria nel 2014 ha permesso di recuperare 2.867 MWh pari a 736 tonnellate di anidride carbonica

99,6%

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 creazione di valore ambientale

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.

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



A clienti e consumatori vengono proposti prodotti naturali e tracciabili, oltre che rispettosi dell'ambiente.

I collaboratori possono godere di un ambiente di lavoro sicuro e accogliente e vengono coinvolti con formazione su tematiche ambientali per tenere comportamenti virtuosi all'interno e all'esterno

Con i produttori illycaffè condivide pratiche agronomiche rispettose dell'ecosistema. Attraverso la condivisione e l'insegnamento di metodi di coltivazione sostenibili e di comportamenti responsabili, illycaffè favorisce la diffusione del rispetto per l'ambiente e per la biodiversità.

La natura è un interlocutore fondamentale per l'azienda. Soltanto attraverso un'attenzione e un uso consapevole delle risorse ambientali è possibile raccogliere un caffè di qualità. Basando il proprio business su un prodotto naturale, frutto di un ambiente sano, rispettato e curato, l'azienda intraprende un percorso sostenibile fin dall'inizio.

Alla comunità in prossimità del sito produttivo viene garantito uno stabilimento ecologicamente avanzato e gestito in ottica di miglioramento continuo.

Gli azionisti, beneficiano di una minore rischiosità dal punto di vista ambientale per dare continuità all'attività imprenditoriale.



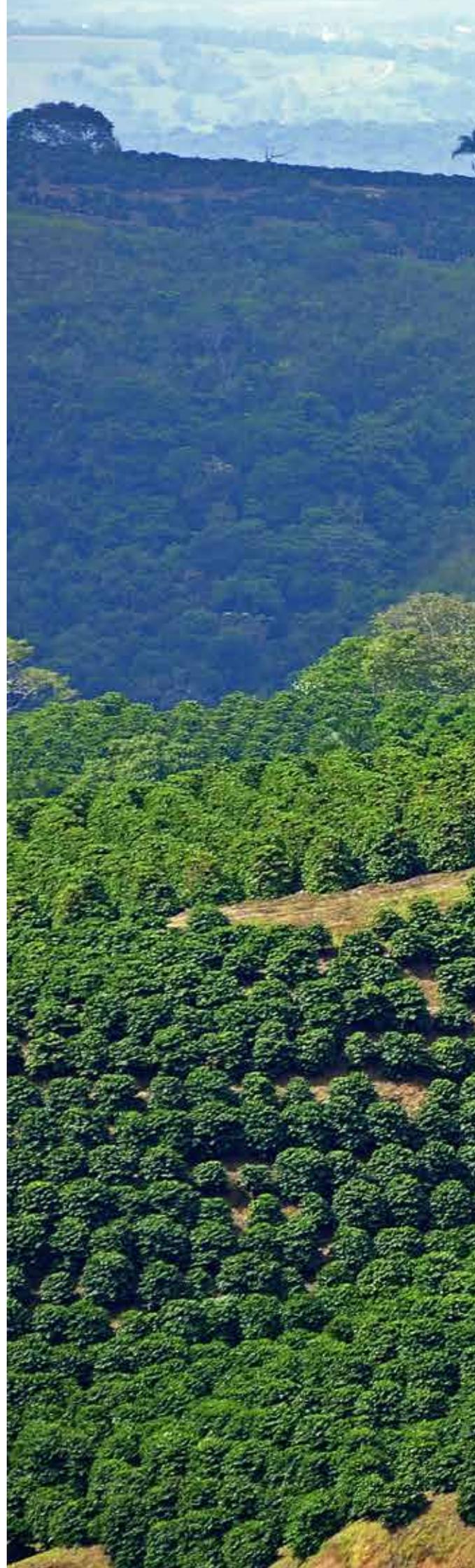
I cambiamenti climatici hanno portato le aziende responsabili a un ripensamento delle proprie attività con l'obiettivo di ridurre il più possibile l'effetto sull'ambiente, attraverso l'adozione di nuove strategie.

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 2020/20: in particolare ha lanciato nuovi prodotti (refilly e cube) che, attraverso modifiche di packaging, hanno un minor impatto ambientale.

L'impresa 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 oltre 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 l'azienda 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 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 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 Scheme).

A partire dal 2012, illycaffè ha implementato la metodologia Life Cycle Assessment, con l'utilizzo dell'ultima versione del software SIMAPRO 8.3 per calcolare e 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 quelli 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, dove ogni anno giungono migliaia di sacchi di caffè e altri materiali di imballaggio e confezionamento. 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. Entrambi non rientrano in aree protette o ad elevata biodiversità.

Le società estere del gruppo si occupano della commercializzazione dei prodotti e la loro attività è di tipo prevalentemente amministrativo: anche all'estero le società realizzano specifiche iniziative 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 mercati).

Le spese sostenute dalla capogruppo nel 2014 per la tutela dell'ambiente sono state pari a 471,4 mila euro, risultando così suddivise:

- trattamento e smaltimento dei rifiuti, compresi i rifiuti elettronici (391,7 mila euro);
- servizi esterni per la gestione ambientale (28 mila euro);
- certificazione esterna dei sistemi di gestione ambientale (10,7 mila euro);
- ricerca e sviluppo (15,5 mila euro);
- altro (25,4 mila euro).

Anche nel 2014 l'azienda non ha ricevuto sanzioni o ammende non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale. Allo stesso modo, non sono pervenuti reclami riguardanti gli impatti ambientali.



Nota metodologica: perimetro per i consumi ambientali

I dati ambientali quantitativi presentati in questa sezione fanno riferimento alla Capogruppo (illycaffè SpA*) in quanto gli impatti della altre società possono essere ritenuti meno materiali. Infatti, oltre che per la natura delle attività svolte nella altre società (di tipo amministrativo):

- i maggiori impatti ambientali sono legati alle attività produttive, tutte ubicate a Trieste, negli stabilimenti della Capogruppo;
- l'84% dei Ricavi Netti Consolidati derivano dai ricavi della Capogruppo;
- il 70% dei dipendenti del Gruppo è dipendente della Capogruppo.

L'impresa, ove specificato nel testo, presenta comunque esempi e buone pratiche ambientali adottate dalle altre società al fine di rendicontare al meglio progetti e soluzioni di rilevanza ambientale.

Illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

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. Come la riduzione del consumo di carburante. Sono stati inoltre apportati interventi di efficientamento energetico della sede.

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 automatico quando non utilizzate (computer, stampanti, macchine da caffè, lampade, ecc. ...). Nel 2014, inoltre, la illycaffè FraBeLux ha trasferito i suoi uffici in un nuovo stabile che si identifica come BBC _ Batiment Basse Consommation – cioè un edificio a basso impatto – quindi a basso consumo energetico.

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 favorendo il lavoro da casa da parte dei dipendenti). 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. 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, dell'energia e della raccolta della carta.

* illycaffè SpA a Trieste comprende il sito di produzione di via Flavia 110, il polo logistico di via Malaspina 32 e un terzo sito: ubicato in via Caboto 19 dove si svolgono alcune attività marginali alla produzione vera e propria, legate alla progettazione delle macchine da caffè e al controllo qualità delle macchine da caffè provenienti da fornitori italiani ed esteri.

Illycaffè è dotata di certificazione ambientale per i siti di via Flavia e via Malaspina: la dichiarazione ambientale EMAS è finalizzata a descrivere le attività, gli aspetti ambientali, il sistema di gestione gli obiettivi e i programmi di miglioramento ambientale relativi ai certificati. Tuttavia il sistema di gestione ambientale monitora in continuo ed archivia i dati di tutti e tre i siti negli ambiti dei consumi e della gestione dei rifiuti.

Energy management

L'energia richiesta nelle fasi di produzione deriva quasi esclusivamente da quella elettrica e a metano mentre, per il parco auto aziendale, da benzina e gasolio. L'azienda ha implementato soluzioni per ridurre i consumi energetici e rendere più efficiente la gestione dei rifiuti. Inoltre monitora gli impatti indiretti e gli altri impatti derivanti dalle proprie attività, così da creare degli indici da comparare con le performance ambientali future. illycaffè (che ha obblighi in tal senso in base alla normativa vigente) ha volontariamente introdotto in Italia l'energy manager, per il coordinamento e monitoraggio del proprio sistema di energia.

Nel 2014 è proseguito l'allestimento di nuove linee di produzione ed introdotto nuovi prodotti. Sono continuate le iniziative rivolte all'efficientamento e 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.

CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE (SCOPE 1 + 2)	2013	2014
Consumo di Metano (non rinnovabile) (MJ)	55.344.423	56.377.681
Electricity consumption MJ (100% dichiarata da fonti rinnovabili)	38.854.800	40.518.000
Totale consumo di energia (MJ)	94.199.223	96.895.681

Fattore di conversione 1Kwh=0,0036GJ; 1000 mc Metano = 39,01 GJ
Fonte Global Reporting Initiative, 3.1, indicatore EN3

Nell'ambito dell'energia elettrica, nel 2014 nei siti di via Flavia, via Malaspina e via Caboto si è registrato un consumo totale pari a 40.518.000 MJ (+4,3% sul 2013). L'azienda ha deciso di utilizzare solo energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili: anche nel 2014 l'intero fabbisogno di energia elettrica utilizzato in Italia 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 i punti di prelievo ubicati a Trieste. L'azienda non cede all'esterno energia elettrica autoprodotta.

Il metano è utilizzato per circa il 90% nella fase di torrefazione, mentre il restante per il riscaldamento e per la produzione di acqua calda. Il consumo nel 2014 è stato di 56.377.681 MJ (+1,9% sul 2013) 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.

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.

Nel 2014 sono state realizzate due ulteriori iniziative di efficienza energetica, che entreranno a pieno regime nel 2015:

- Termovalorizzazione del calore prodotto dai compressori d'aria stabilimento: l'aria calda prodotta dai compressori viene recuperata e riutilizzata per riscaldare i reparti di confezionamento del corpo centrale di stabilimento. Il risultato atteso del recupero energetico anno è stimato in 414.000 kWh (termici).
- Recupero per refrigerazione: viene recuperata energia frigorifera (attualmente rilasciata in atmosfera) sfruttando il cambiamento di stato dell'azoto liquido che per il confezionamento dei prodotti viene portato allo stato aeriforme. L'utilizzo è previsto durante i mesi estivi per condizionamento e raffrescamento, mentre d'inverno per essiccamento dell'aria compressa, raffreddamento saldatrici, etc. Il recupero energetico è stimato in 75.000kWh/anno (elettrici).

Con riferimento alla gestione della flotta aziendale nel 2014 sono stati consumati 254.038 litri di carburante (benzina/diesel) per un totale di 3.175.475 km percorsi (media consumo vettura diesel 8 litri/100km). Si stima che le emissioni in termini di CO2 siano state pari a 495 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 2014 ha prodotto 3.291.218 kWh (misure trasmesse a GSE).

Illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

In Francia, la sede di illycaffè è stata trasferita in un nuovo stabile, con maggiori caratteristiche di efficienza energetica e bassi consumi.

In Spagna, particolare attenzione viene rivolta ai consumi derivanti da utilizzo di apparati elettrici e illuminazione, che ad ottobre 2014 è interamente stata convertita a luci LED.

Emissioni in atmosfera

Nel 2012 l'azienda 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.

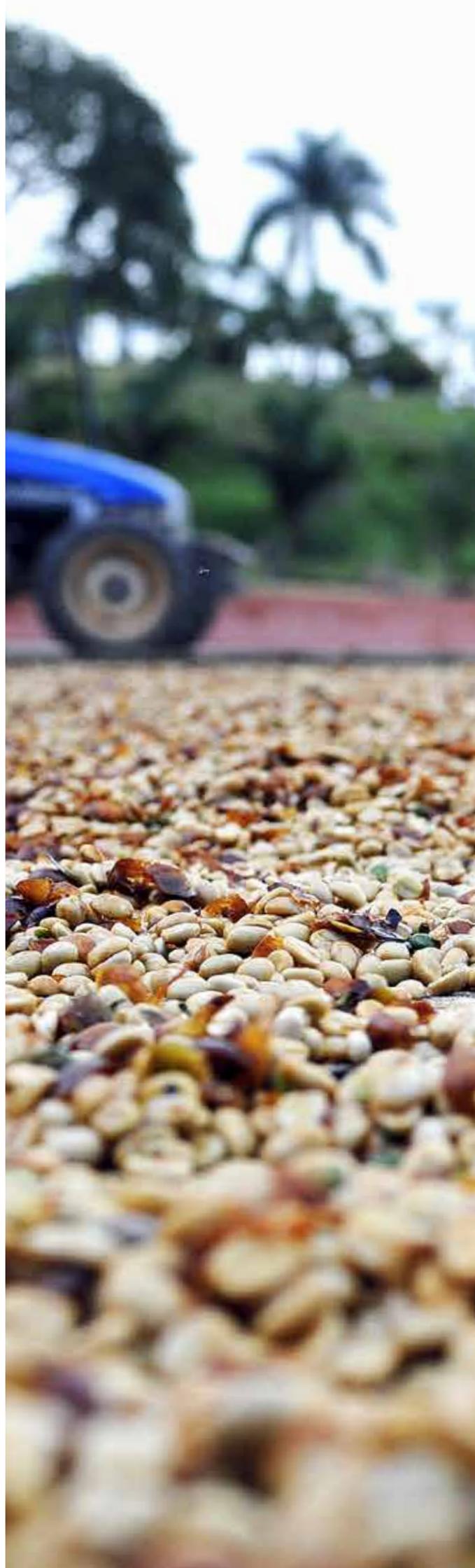
Il calcolo dell'impronta di carbonio (carbon footprint) riguarda tutto il ciclo di vita del caffè destinato al consumo attraverso la rete della grande distribuzione e dei bar. Sempre in tema di calcolo e rendicontazione della carbon footprint, nel 2014, con il Ministero dell'Ambiente ed in collaborazione con Lavazza, è stato avviato un progetto presso il Politecnico di Milano sul calcolo dell'impatto ambientale della preparazione di un caffè espresso secondo la metodologia Life Cycle Assessment (norma ISO 14040).

Emissioni legate ai siti produttivi in Italia - Stabilimenti Via Flavia-Malaspina-Caboto, Trieste

TONN CO ₂ eq*	2012	2013	2014
Gas naturale: emissioni dirette (derivante da combustione in impianti e macchinari fissi) di gas ad effetto serra significative (ton)* Emissioni dirette (scope 1)	2.740	2.782	2.827
Indice di Intensità delle emissioni di CO₂ (=TONN CO ₂ eq/tonn caffè tostato nell'anno)	0,52	0,18	0,18

*Coefficiente per inventario delle emissioni di CO₂. Inventario nazionale UNFCCC (valido fino a dicembre 2014) tCO₂ /Un = 1,956 - coefficiente di ossidazione = 1

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).



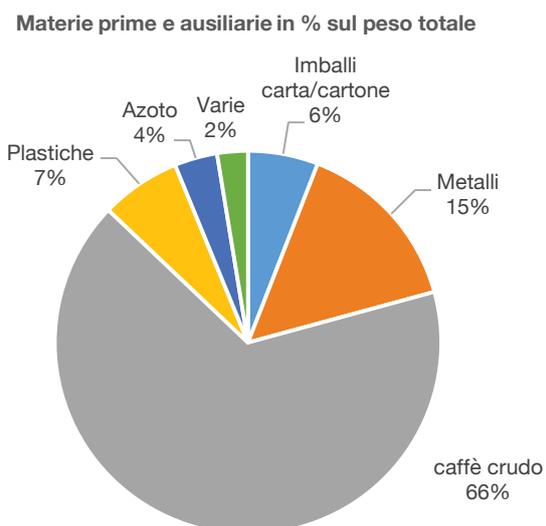
Materie prime

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 considera rilevanti i consumi di tutti i materiali di imballaggio e confezionamento utilizzati (tipicamente plastiche e metalli) e dell'azoto. Sono meno rilevanti, dal punto di vista del peso sul totale varie altre materie e materiali quali: olii, solventi inchiostri, prodotti chimici, legno, sacchi juta, anidride carbonica, carta e cartone (diverso da imballi).



I materiali di imballaggio quali carta-cartone, metalli, plastiche, sacchi juta e legno provengono prevalentemente da materiale riciclato.

illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

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 corretto riciclo dei materiali in uso negli uffici viene anche promosso e implementato nelle società in Spagna, Brasile, Hong Kong, Austria.

Water management

L'acqua all'interno del sito produttivo è utilizzata prevalentemente per l'irrigazione delle aree verdi, usi sanitari, usi potabili, antincendio, test organolettici e solo una minima parte all'interno del ciclo produttivo (per il collaudo dei barattoli).

Tutta l'acqua utilizzata è prelevata dall'acquedotto comunale di Trieste e non viene utilizzata acqua riciclata e/o riutilizzata; tutta l'acqua viene scaricata nelle fognature pubbliche, secondo le indicazioni di legge.

Il quantitativo totale di acqua consumata nel 2014 nei siti di via Flavia, via Malaspina e via Caboto è di 33.164 metri cubi, 4,6% in meno rispetto all'anno precedente. (Fonte dati: lettura contatori consumo acqua).

ACQUA SCARICATA processo produttivo di via Flavia	2012	2013	2014
Volume acqua prelevata da rete (mc)	37.397	29.219	27.963
Volume acqua scaricata (mc)	31.787	24.836	23.769

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 nei limiti definiti dall'autorità competente.

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 2014 ha recuperato il 99,6% dei rifiuti prodotti. Questi ultimi sono stati pari a 2.055.320 chili, in aumento rispetto al 2013 in quanto è aumentata la produzione di caffè tostato. Il 91,7% sono considerati speciali, ovvero provenienti dall'attività produttiva e dai resi di produzione e lo 0,04% del totale prodotto sono considerati pericolosi e smaltiti a norma di legge, entro i confini nazionali (non sono trasportati all'estero).

La percentuale dei rifiuti solidi urbani nel 2014 è pari a 8,3% dei rifiuti totali prodotti ed è 9,1% del totale dei rifiuti speciali. illycaffè è riuscita a ottenere un vantaggio competitivo dalla differenziazione efficiente: dalla vendita di alcuni rifiuti, come rottami, sfridi di rame e di banda stagnata, ha ottenuto 152.289 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. Per completare l'idea pregressa, l'officina meccanica specializzata nella fabbricazione dei prototipi, ha congegnato una attrezzatura atta a tagliare le capsule esauste e separare il caffè dalla plastica. 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. L'impianto di riciclo e/o recupero individuato per il conferimento di questo materiale, utilizza la plastica delle capsule per la fabbricazione delle lastre in polipropilene a sezione alveolare, le interfalde nonché altri imballaggi industriali, mentre il caffè in quanto umido è conferito al compostaggio.

illycaffè ha ridotto gli scarti provenienti dagli impianti produttivi grazie alle migliori eseguite negli ultimi due anni ed il miglior consumo di carta uffici dovuto all'implementazione dei sistemi informatici.

illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

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 in Brasile, Austria, Francia, Honk Kong e Nord America differenziano i rifiuti, riciclano la carta o ne riducono l'utilizzo nei meeting e nelle comunicazioni.



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 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 Ippo, tutti materiali riciclabili al 100%. Nel 2014 è stato avviato il progetto 3kg aggraffato per l'aumento della qualità, riduzione costo ed impatto ambientale rispetto al 3kg attuale saldato

Per gli imballi secondari e terziari l'azienda predilige l'acquisto di materiali riciclati: l'80% della carta e del cartone acquistato e il 90% dei bancali utilizzati.

Innovazioni nel packaging introdotte nel 2014

• REFILLY (package da 6 conf. da 200gr)

Entrata in produzione ed in distribuzione nel 2014, Refilly è la nuova ricarica di blend illy macinato per il consumo domestico e studiata per ridurre l'impatto ambientale. Refilly è una cartuccia che si inserisce all'interno del barattolo 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 confezione in poliaccoppiato Polipropilene-Alluminio a 5 strati in grado di mantenere la pressurizzazione, il sistema di conservazione del prodotto e degli aromi. La confezione, dopo essere stata consumata, si smaltisce nella raccolta differenziata della plastica, riducendo l'impatto ambientale.

- **CUBO IPERESPRESSO** contenente 18 capsule/cad (package da 6 conf. da 18 capsule/cad.)
- **CIALDA ESE MONODOSE**, confezione da 18 cialde (ridotti imballi primari, secondari e terziari, maggiori efficienze per il confezionamento).

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 definire una procedura comune per la raccolta e il 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.

È stata sviluppata la nuova capsula ipso drip ed è stata avviata la produzione su un impianto pilota. La nuova capsula ipso 2.3 con plastiche alleggerite e assenza di setto in elastomero è stata industrializzata e testata su un panel di "clienti" interni. La vendita al pubblico è prevista per il 2015. Sulla medesima piattaforma 2.3 è stato avviato un progetto di riconversione in materiale bio-based.

A Trieste l'azienda ha proseguito il test di sperimentazione 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 e concon Università, centri di ricerca, associazioni di categoria e tavoli precompetitivi per trovare alternative valide, come l'uso di materiali biodegradabili o eco-compatibili.

Dal 1° gennaio 2015 in Italia le capsule, previa separazione dell'imballo (plastica) dal caffè possono essere conferite nella raccolta differenziata. illycaffè sta mettendo a punto sistemi per la separazione e conferimento differenziato della plastica dall'umido (caffè).

illycaffè all'estero: esempi e buone pratiche

illy North America, per il solo mercato degli Stati Uniti, ha avviato il programma "iperEspresso Capsule Recycle Program" 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 602.000 capsule a fine 2014, per 5.453 kg e 4,033kg di caffè.

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 green

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 è ancora fortemente legata ai combustibili fossili e 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.

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 avviene via gomma con determinate eccezioni (vedi sotto) mentre tutto il trasporto nel resto del mondo 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 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 entrata

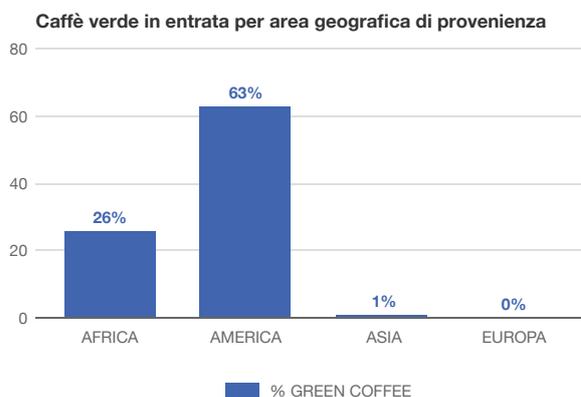
Provenienza: Italia

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.



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.



**Agricoltura sostenibile
e biodiversità**

L'impegno ambientale di illycaffè non si ferma a quello 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, questo impegno 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, illy promuove tecniche agronomiche a basso impatto ambientale, intervenendo sugli impatti più rilevanti durante la coltivazione. Inoltre, 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.

Acqua nelle piantagioni

L'azienda fornisce utili indicazioni ai produttori sull'uso efficiente dell'acqua, evitando gli sprechi (ad esempio realizzando e distribuendo specifici manuali "water and coffee") oppure 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).

Anche alle acque residuali viene riservata particolare attenzione: 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. Nel 2014, illycaffè ha attivato diversi corsi online per rendere la formazione ancora più accessibile al pubblico (principalmente ai cafficultori, amministratori di piantagioni, ingegneri agronomi e tecnici di campo). Tra questi, uno era dedicato al trattamento delle acque residuali e alle tecniche di riduzione del consumo d'acqua ed ha visto la partecipazione di 11 gruppi. Sono stati studiati i sistemi di calcolo per sapere quando le acque sono pronte per essere immesse nei sistemi naturali e si è valutato come riutilizzare l'acqua per la produzione di compost e biogas. La divulgazione in campo prosegue anche con i seminari dell'Università del Caffè: ne sono stati organizzati due in Brasile e tre in India sulle tecniche di irrigazione a goccia e fertirrigazione. In Brasile vi hanno partecipato 115 produttori provenienti da differenti parti di Minas Gerais, ai quali sono stati presentati anche i risultati della ricerca sulle emissioni di gas serra. In India l'affluenza è stata di 135 persone tutte provenienti dal Karnataka, principale regione indiana per la produzione di caffè Arabica.

Agricoltura integrata: 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. A tal proposito nel 2014 illycaffè ha realizzato uno studio sull'analisi dei rischi di contaminazione del caffè dovuti ad agrotossici, i cui risultati

sono stati divulgati a marzo 2015 durante un webinar (accessibile a chiunque sul sito www.universidadedocafe.com) a cui hanno partecipato 82 persone in aula e 160 persone in diretta streaming da tutto il mondo.

Carbon footprint

L'azienda è impegnata in iniziative di ricerca, istituzionali e precompetitive per la definizione di uno standard comune per misurare l'impronta di carbonio del caffè verde. Ad esempio, nel 2014, ha preso parte attiva al progetto pilota della Commissione Europea sul calcolo della footprint di prodotto (Product Environmental Footprint Category Rule on Coffee), partecipando al primo stakeholder consultation meeting.

Nel 2014 è proseguito il percorso di studio dell'efficienza energetica nelle piantagioni grazie alle collaborazioni con il Prof Cerrri in Brasile, con il Ministero dell'Ambiente italiano e all'interno della piattaforma Sustainable Agriculture Initiative.

Attraverso il calcolo delle emissioni di CO2 equivalente in 11 aziende di 3 stati brasiliani e ai risultati di una analoga ricerca del 2009 degli stessi autori, la ricerca giunge alla conclusione che vi sono grandi differenze nelle emissioni tra aziende sulla base dell'uso di fertilizzanti (i fertilizzanti azotati sono risultati i principali emittenti di CO2 ecq.) e della produttività.

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), sono state pubblicate 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.

Biodiversità

La biodiversità è un tema centrale della costante promozione delle tecniche di agricoltura integrata, effettuata dai tecnici della illy durante le visite in campo. Oltre a tali consulenze, l'azienda realizza azioni di più ampio respiro per aumentare l'informazione e conoscenza sul tema e migliorare gli ecosistemi naturali.

Sul fronte della tutela della biodiversità, ha sostenuto attività di organizzazioni non profit come l'Istituto Terra per la tutela della Foresta Atlantica, divulgando, nel 2013, 500 manuali sul tema della riforestazione, frutto di tale collaborazione.

Nel 2014, la Fondazione Ernesto Illy ha continuato a sviluppare il progetto di riforestazione a Támara, in Colombia, in collaborazione con Cenicafé e Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Il proposito del progetto è quello di incrementare la portata di acqua di alcune risorgive, per indicare una possibile soluzione all'impoverimento delle falde che, a causa del disboscamento per la creazione di pascoli, hanno visto negli anni una progressiva riduzione della portata. La riforestazione ha coinvolto 80 piccoli produttori in un'area di 40 ettari.

Tra i corsi online organizzati nel 2014 in Brasile, uno in particolare ha trattato il tema della biodiversità, analizzando quali sono i cambiamenti apportati nel nuovo codice brasiliano sulla conservazione della foresta nativa, quali sono le tecniche di recupero della flora locale, per spiegare come adeguare tali concetti alla coltura.



Valore economico

**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.



Highlights 2014

+11,4%

il valore aggiunto generato e distribuito a livello consolidato rispetto al 2013

1500

produttori di caffè hanno ricevuto un audit specifico secondo il Responsible Supply Chain Process (2010-2014)

5.500

oltre 5.500 coltivatori coinvolti dal 2010 al 2014 con corsi, convegni, visite di tecnici

4,3

milioni di euro gli investimenti realizzati nel periodo 2011-2014 per monitoraggio e supporto della filiera del caffè verde



**Innovazione
e ricerca**

Approccio di illycaffè alla Ricerca e Innovazione

Highlights
2014

538

brevetti depositati di cui 416 concessi al 31 dicembre 2014

3,5

milioni di euro in ricerca e sviluppo nel 2014 (3,6 nel 2013)

9

articoli su riviste scientifiche, presentazione di 12 poster e 9 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.

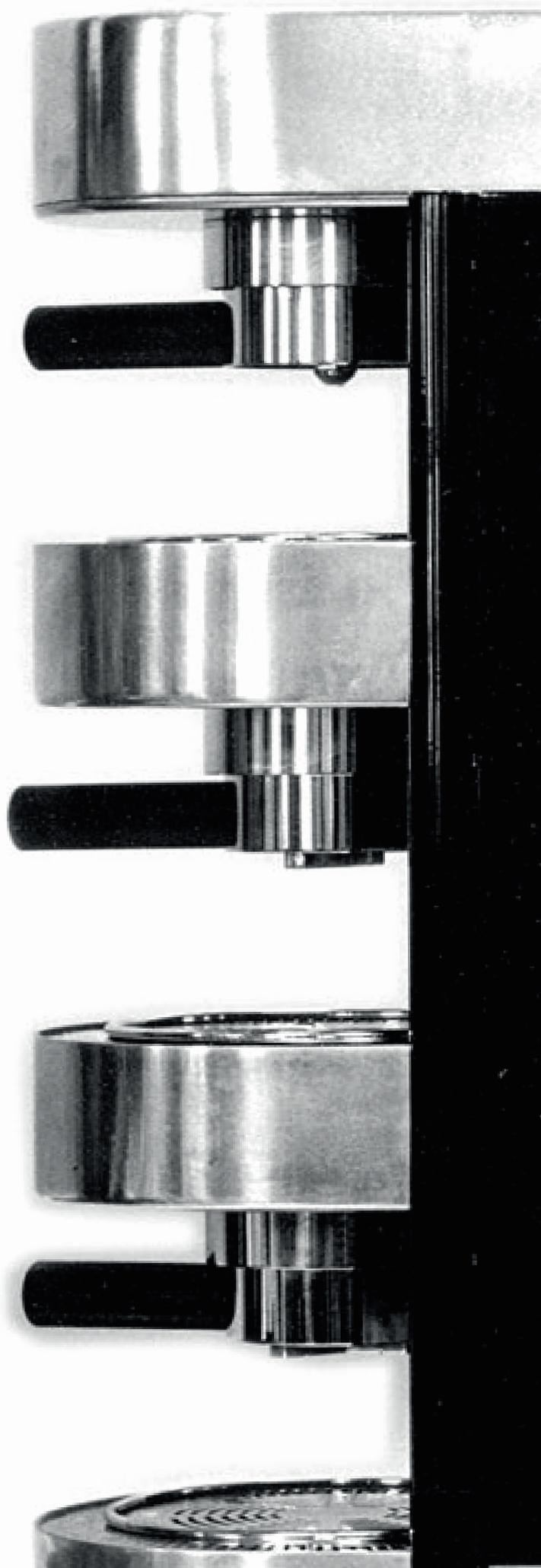


L'approccio scientifico e tecnologico e il ricorso alla scienza e alla tecnologia come imprescindibili fonti di ispirazione per innovare percorrono tutta la storia dell'azienda, contribuendo alla sua crescita e al successo.

Delle otto innovazioni radicali che nel 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.

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.

Nel 2014 sono stati conclusi alcuni importanti progetti di ricerca pluriennali, finanziati dalla Commissione Europea:

- “Nutrigenomica e Consumo di caffè: effetti fisiologici, genetica del gusto, e genetica della pianta”: un'importante ricaduta del progetto è stato il deposito di apposito brevetto e una serie di articoli scientifici pubblicati.
- “Malattie Cardiovascolari: dai fattori di rischio genetico e ambientale alla prevenzione mediante elementi nutrizionali innovativi”.

E' stato, inoltre, attivato il progetto finanziato dalla Regione Friuli Venezia Giulia "Nuovi sistemi enzimatici per la riduzione dell'acrilammide.

Sono proseguite le collaborazioni con le Università e Centri di ricerca:

- Università di Trieste;
- Fondazione Edmund Mach – Istituto Agrario di San Michele all'Adige;
- Università di Camerino;
- Università di Padova;
- Università di Firenze;
- Università di Lubiana.

Il portafoglio brevetti di proprietà della Società al 31 dicembre 2014 comprendeva 538 titoli depositati di cui 416 concessi e 122 allo stato di domanda, suddivisi in 45 famiglie. Nel 2014 sono stati depositati 5 nuovi brevetti: tre relativi a sistemi capsula/macchina, uno a dispositivo meccanico per una macchina da caffè e uno nel campo della ricerca.

Creazione di valore per gli stakeholder e sostenibilità dello sviluppo sono basate sulla capacità di creare continuamente innovazione. Nella convinzione che sia un asset strategico, l'azienda ha mantenuto costanti negli anni i propri investimenti in ricerca e sviluppo (nel 2014 i costi del Dipartimento R&S di illycaffè sono pari a 3,5 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 2014, ad euro 11,4 milioni di euro.

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, del gusto, del texture e dell'attività biologica.

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: dalla genetica alla caratterizzazione varietale nell'unità di biologia molecolare (in AREA Science Park) alle caratteristiche morfo-anatomiche e ultrastrutturali nell'unità di microscopia (nella sede centrale).

FoodScienceLab

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

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 **Iperespresso** 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 Iperespresso, 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. È 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.



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.



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** porta illycaffè a modificarlo più volte nel corso degli 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). Un'importante innovazione 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.

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 inserisce 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. Sono entrate in produzione la Y5 in versione USA per Drip coffee, la macchina X9 per capsule Iperespresso e la Y5 Milk con "one touch" cappuccino e acqua calda per il the. La gamma Cuisinart è entrata in produzione ed è in commercio in USA.





Le innovazioni introdotte negli ultimi anni



CAPSULE IPERESPRESSO

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



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.



X2

X2 prima macchina professionale Horeca a boiler con capsule Iperespresso.



X7

X7 prima macchina home a boiler con capsule Iperespresso.



IDILLYUM

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



ILLYCREMA

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



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.



X1

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

2004

2006

2007

2008

2009



Y1
Y1 macchina home Iperespresso 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.



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



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

X7.1
Limited Edition. Macchina di produzione limitata con colori "fluo" per la campagna Natale 2013

Y5
Nuova macchina Iperespresso home a scarico automatico in estensione di range della famiglia "Y"

CUBO IPERESPRESSO
contenente 18 capsule/cadauno (package da 6 confezioni da 18 capsule/cad.)

CIALDA ESE MONODOSE
confezione da 18 cialde (ridotti imballi primari, secondari e terziari, maggiori efficienze per il confezionamento)

REFILLY
package da 6 confezioni da 200 grammi

Y5 Milk, X9 e KISS
nuovi modelli di macchine espresso Francis Francis for illy

2010

2011

2012

2013

2014



**Filiera sostenibile
del caffè**

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.**

Per ottenere un caffè di qualità illy è necessario operare a stretto contatto con i coltivatori nelle origini dove la più pregiata Arabica cresce.

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.

Una visione che viene da lontano: è dalla fine degli Anni '80, infatti, che illycaffè ha l'obiettivo di acquistare la 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, 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.

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.

Responsible Supply Chain Process

illycaffè dal 2011 ha certificato il proprio modello di gestione della catena di fornitura del caffè verde secondo lo standard "Responsible Supply Chain Process (RSCP)", sviluppato da DNV GL, ente internazionale certificatore indipendente. DNV GL ha preso come base per lo sviluppo dello standard proprio il modello della catena di fornitura di illycaffè, e lo ha integrato 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.

Negli ultimi anni l'azienda ha operato in modo da condividere con i produttori le linee guida e i requisiti previsti dal proprio modello RSCP, in modo da permettere loro di essere conformi agli standard riconosciuti a livello internazionale e, quindi, alle aspettative e richieste di illycaffè. Per raggiungere questo obiettivo, sono stati realizzati specifici manuali di buone pratiche, corsi di formazione, visite in campo, audit periodici: l'obiettivo, nel tempo, è costruire sistemi, naturali e sociali, in cui le persone siano trattate con equità, dignità e rispetto, l'ambiente naturale sia protetto e ripristinato, i fornitori siano conformi alle normative e vengano premiati per la qualità e la sostenibilità del loro business.

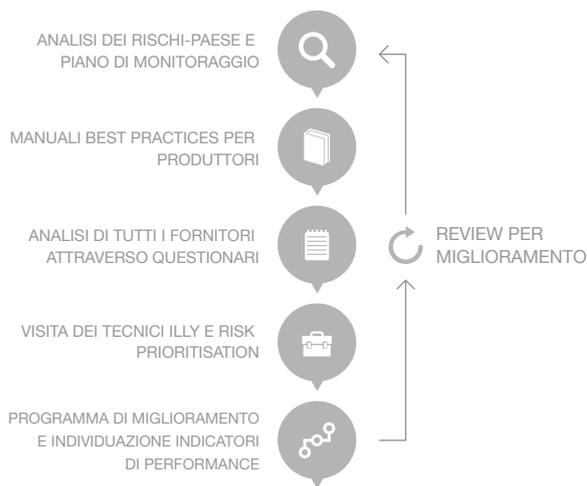
Il RSCP è applicabile ad ogni aspetto della supply chain di illycaffè ed è allineato ai principali standard internazionali tra i quali:

- ILO Convention 182 - Worst forms of child labour.
- ILO Convention 29 and 105 - Bonded and forced labour.
- ILO Conventions 100 and 111 - Equal remuneration for male and female workers for work of equal value.
- ILO Convention 87 and 98 - Prohibiting membership of or representation by a trade union.
- OECD Guidelines for multinational enterprises.
- UN Convention against trans-national organized crime, protocol on trafficking and smuggling.
- Stockholm Convention on Persistent Organic Pollutants; Rotterdam Convention on Prior Informed Consent : aldrin, hexachlorobenzene, chlordane, mirex, DDT, toxaphene, dieldrin, polychlorinated, biphenyls (PCBs), endrin, dioxins, heptachlor, furans.

Lo standard applicato alla catena di fornitura del caffè verde prevede che l'azienda monitori i propri fornitori verificando che siano rispettati i requisiti minimi legali in materia di condizioni di lavoro e ambiente (ritenuti indispensabili per mantenere il rapporto con l'azienda). Lo standard prevede quali aree di monitoraggio:

Area	Requisiti
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo del suolo • Prelievo dell'acqua • Qualità dell'acqua • Impatti sulla comunità locale • Biodiversità
Occupazione	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche agricole utilizzate • Attrezzature impiegate per la produzione • Condizioni di lavoro • Rischi di incidenti e infortuni • Capacità e competenze dei lavoratori
Occupazione	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo di pesticidi e prodotti chimici • Tecniche agricole utilizzate • Attrezzature impiegate per la produzione e condizioni di lavoro • Igiene

Il processo seguito da illycaffè per monitorare la filiera e individuare azioni di miglioramento da condividere con i produttori è riassunto nella figura seguente:



**RECOMMENDED
CORE
MINIMUM ACTION
REQUIREMENTS**

Oltre alle attività di continua mappatura della legislazione applicabile per singolo Paese e degli impatti materiali richieste dalla RSCP, dalla fine 2013 illycaffè ha realizzato un documento di risk assessment che ha analizzato environmental risks, business ethics risks, employment risks e product risks, valutandoli sia a livello Paese che a livello della propria supply chain (in particolare a fronte dei risultati delle attività condotte in campo negli ultimi anni). Con tale strumento di analisi, nel 2014 illycaffè ha iniziato a migliorare la propria efficacia ed efficienza nelle attività di monitoraggio, in particolare per identificare meglio i punti su cui concentrare le proprie azioni per i prossimi anni, adattandole alle esigenze dei singoli Paesi.

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 temporanea esclusione del fornitore da quelli abilitati.
- Indicatori chiave della performance (KPI) che descrivono la filiera dell'azienda e si dividono in:
 - Core KPI, requisiti che vanno oltre i minimi di legge ma che l'impresa reputa fondamentali;
 - Recommended KPI, requisiti ulteriori ed aggiuntivi, non obbligatori ma altamente qualificanti.

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 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. Periodicamente illycaffè sottopone i KPI a revisione e riformulazione, in linea con i cambiamenti dei territori. L'impegno dell'azienda è quello di andare verso parametri sempre più oggettivi, pur nella consapevolezza che nel caso di piccoli produttori non si possono che avere cambi gradualmente osservabili solo nel medio e lungo periodo.

Valutazione dei produttori

Fondamentale è il monitoraggio e la valutazione dei propri fornitori: sulla base dei requisiti del Responsible Supply Chain Process, che comprende tra gli altri aspetti ambientali, del lavoro, dei diritti umani, sociali, l'azienda individua programmi e iniziative sia per supportare i singoli produttori in piani di miglioramento individuali sia per innalzare in maniera più diffusa la cultura della sostenibilità e della qualità.

Sul fronte del monitoraggio della supply chain, nel 2014 sono state realizzate visite in campo a 184 produttori. Dall'inizio del programma, in totale sono stati visitati direttamente in campo più di 1.500 produttori, per un totale di oltre 1.050 giornate di lavoro da parte dei tecnici illycaffè per la realizzazione delle visite in campo: questo significa che il 100% dei fornitori è stato visitato almeno una volta.

Dal 2010 al 2014 tra azioni dirette (corsi di formazione) e indirette (partecipazioni e realizzazioni di convegni) illy ha raggiunto un numero di partecipanti stimabile in oltre 5.500.

Aggiornamento del sistema di monitoraggio

Il sistema di verifica dei fornitori è stato interessato da un processo di revisione e di miglioramento per far fronte all'allargamento degli acquisti in paesi latino americani e africani dove la filiera di produzione ha una maggiore articolazione e i coltivatori di caffè partecipano ognuno con una minima percentuale alla formazione di un lotto commerciale e in modo non definibile a priori.

Sebbene nella procedura finora adottata si sia garantita la visita del 100% dei fornitori, è stato ritenuto di rafforzare le azioni di monitoraggio nelle nuove aree di piccoli produttori. Questo comporterà sforzi aggiuntivi ma l'aver visitato direttamente in



Interventi realizzati nella filiera del caffè

illycaffè realizza programmi di trasferimento di know how ai produttori, promuove 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.

Dopo il triennio 2010-2013, durante il quale sono stati diffusi manuali sulle buone pratiche agronomiche, sul trattamento delle acque residuali e sul controllo del consumo d'acqua, nel 2014 sono stati studiati e identificati nuovi temi, primo fra tutti la corretta gestione economica dell'azienda per produttori dalla bassa scolarità, oggetto di futuri manuali e documenti da condividere con i diversi partner nei paesi da cui l'azienda si approvvigiona.

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

Visti i buoni risultati ottenuti negli ultimi anni dalle azioni svolte in Brasile in tema di trattamento delle acque residuali e consumo d'acqua, illycaffè ha deciso di realizzare, inizialmente in questo Paese, corsi di formazione online focalizzati sulla gestione dell'agri-business, sull'analisi dei costi di produzione e sulla prevenzione di possibili perdite economiche nella coltura, nonché sulle tecnologie indispensabili per ottenere un caffè di qualità, senza trascurare aspetti ambientali, quali il trattamento delle acque residuali, il consumo dell'acqua e la biodiversità, che l'azienda promuove con costanza. Nel 2014 vi hanno partecipato oltre 250 persone, tra produttori, esportatori, membri di cooperative e istituzioni attive nel mondo della coltura.

I principali interventi realizzati negli anni più recenti lungo la propria filiera del caffè verde, sono nel mondo:

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 del Prof. Cerri, 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 (link <http://www.instituto-terra.org/>) (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 ed è terminato nel 2013.

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 500 manuali pratici sulla gestione ambientale e ripopolazione della foresta atlantica nelle piantagioni.

Università del caffè Brasile:

- 2 seminari nelle regioni produttrici sulle tecniche di irrigazione a goccia e fertirrigazione, ai quali hanno partecipato 115 produttori a cui sono stati presentati i risultati di una ricerca sulle emissioni dei gas serra nelle piantagioni di caffè
- 16 corsi di formazione online sui temi della qualità, della protezione delle risorse idriche, delle buone pratiche ambientali, su temi economici di agri-business e analisi di costi di produzione. Vi hanno partecipato 252 persone
- 1 borsa di studio della Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

COLOMBIA

Progetto triennale 2013-2015 di riforestazione.

In collaborazione con Cenicafé e Federación Nacional de Cafeteros, illycaffè sta sviluppando un progetto di riforestazione a Támara, nel dipartimento di Casanare. Il proposito del progetto è quello di incrementare la portata di acqua di alcune risorgive, per indicare una possibile soluzione all'impoverimento delle falde che, a causa del disboscamento per la creazione di pascoli, hanno visto negli anni una progressiva riduzione della portata. La riforestazione ha coinvolto 80 piccoli produttori ed ha interessato un'area di 40 ettari. Il progetto completerà il suo iter nel 2015 e sono già in corso gli studi per creare una seconda fase, che facendo leva sui risultati ottenuti, possa decretare un cambio culturale nella gestione ambientale. È risultato evidente che insegnare il perché e il come della riforestazione sia altamente educativo per i produttori che poi riversano le stesse attenzioni nelle altre loro attività.

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 iniziato nel 2010 e si è concluso nel 2014 dopo che l'associazione è divenuta autonoma nella produzione di miele

1 borsa di studio della Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

Formazione Ernesto Illy

2 trainings sullo standard qualitativo richiesto da illycaffè, con formazione del personale di laboratorio di due cooperative

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. 2 borse di studio della Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

BURUNDI

1 borsa di studio di illycaffè e Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

EL SALVADOR

1 borsa di studio di illycaffè e Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

GUATEMALA

1 borsa di studio della Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

HONDURAS

1 borsa di studio di illycaffè e Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

INDIA

Formazione e aggiornamento: 127 produttori coinvolti in 3 seminari in tre diverse parti sulla importanza dell'irrigazione di precisione e fertirrigazione per il risparmio di acqua e fertilizzanti e sui temi della qualità

CINA

1 borsa di studio di illycaffè e Fondazione Ernesto Illy per il Master in Coffee Economics and Sciences (edizione 2014)

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.

Premi e incentivi per i produttori

L'azienda valorizza e premia la qualità del caffè attraverso diverse iniziative e riconoscimenti per creare le condizioni per ottenere una materia prima eccellente e stimolare 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.

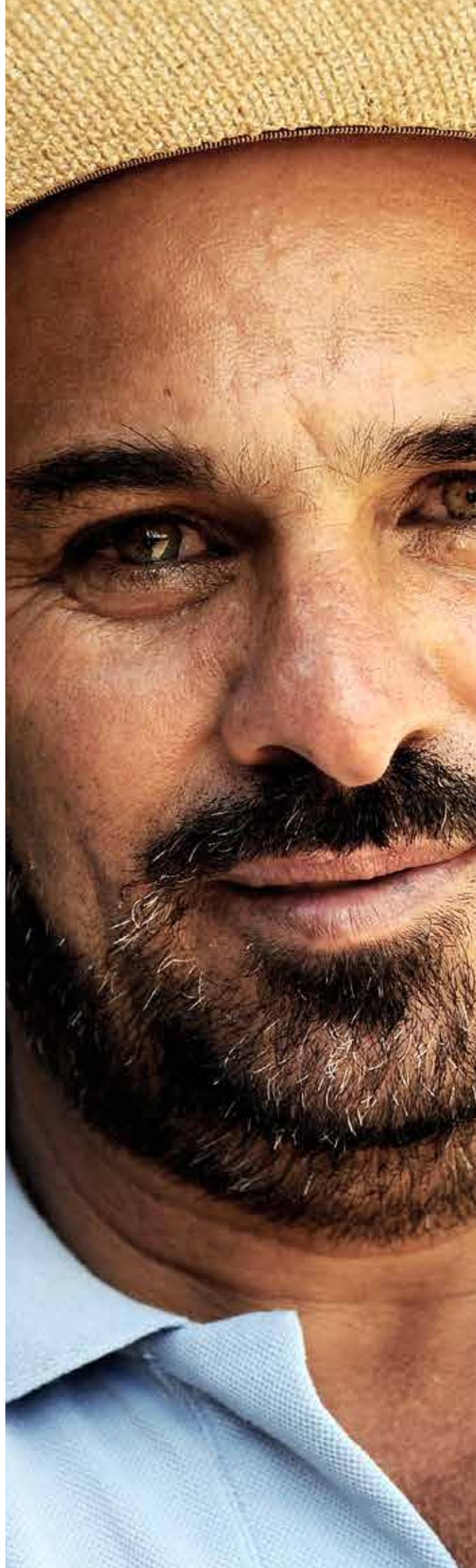
In Brasile, ad esempio, per avviare un meccanismo di identificazione dei migliori produttori e di incentivazione alla qualità, nel 1991 illycaffè ha istituito un riconoscimento: il Prêmio Brasil de Qualidade do Café para Espresso che oggi è diventato Prêmio Ernesto Illy de Qualidade do Café para Espresso. 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 2014 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 contribuisce 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 sostenibilità, 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 2014 i membri del Clube illy erano 474. 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 decommodizzazione 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.



**Valore aggiunto
economico**

Nel corso del 2014, seppure in un contesto di contrazione dei consumi, l'azienda ha migliorato i risultati sia a livello reddituale che a livello finanziario. Il fatturato risulta in crescita del 4,5% rispetto al 2013, principalmente in seguito all'aumento dei volumi di vendita.

In sintesi i dati economico-finanziari evidenziano per l'anno 2014 un margine operativo lordo (EBITDA) e netto (EBIT) in aumento rispetto all'anno 2013 ed un utile netto incrementato rispetto all'esercizio precedente.

La posizione finanziaria netta risulta in netto miglioramento rispetto all'esercizio precedente e si attesta a euro -97,3 milioni.

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 2014, il Valore Aggiunto di illycaffè, a livello consolidato, è pari a 137,4 milioni di euro (+11,4% rispetto al 2013).

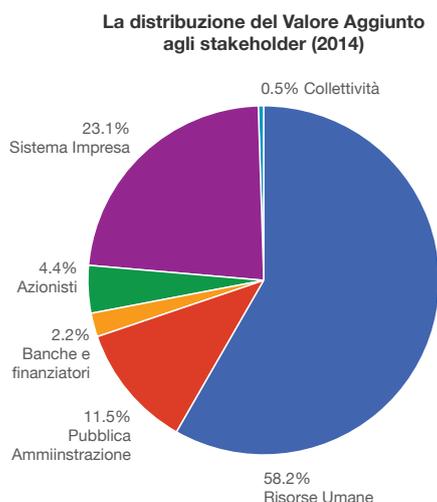
Prospetto sintetico di determinazione del valore aggiunto - dati in euro	2012	2013	2014
Valore della produzione	369.096.472	379.900.657	396.575.953
Costi intermedi della produzione	-251.457.081	-250.093.807	-256.174.447
Saldo della gestione accessoria	-4.404.684	-6.785.247	-1.825.246
Saldo della gestione straordinaria	1.897.750	315.599	-1.141.689
Valore aggiunto globale lordo	115.132.457	123.337.202	137.434.571

Il seguente grafico (distribuzione del Valore Aggiunto) rappresenta 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.

Dall'analisi del valore aggiunto prodotto e distribuito nel 2014 da illycaffè a livello consolidato emerge che:

- La quota più rilevante risulta destinata alla retribuzione delle Risorse Umane (+6,2% rispetto al 2013), 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 23,1% del valore aggiunto creato nel 2014 è stato reinvestito all'interno dell'azienda; questa quota (+21% sul 2013) comprende gli utili che non vengono distribuiti agli azionisti e gli ammortamenti degli investimenti fatti dalle aziende del gruppo.
- L'11,5% è stato destinato alla Pubblica Amministrazione (Stato ed Enti Locali) sotto forma di imposte e tasse, con un aumento del 30,4% rispetto all'anno precedente.
- Gli azionisti hanno ricevuto dividendi in linea con gli anni precedenti, per una somma pari al 4,4% del V.A.
- Alle banche e altri finanziatori vengono destinate le risorse per effetto degli interessi corrisposti per mutui e finanziamenti (2,2% del Valore aggiunto).
- Lo 0,5% 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 ha erogato a favore della Fondazione Ernesto Illy) e quote associative.





Standard

Nota metodologica

Il Sustainable Value Report di illycaffè è alla sua quarta edizione: pubblicato per la prima volta nel 2012, uscito regolarmente con periodicità annuale, 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.

Le linee guida utilizzate e processo di reporting

Il Value Report di illycaffè è redatto in conformità alle linee guida del Global Reporting Initiative (GRI) e comprende gli indicatori previsti dal sector supplement "FP - Food Processing Sector". Dopo aver raggiunto nei due esercizi precedenti il massimo livello di Applicazione (A+) in conformità con le linee guida "G3.1- 2011", quest'anno il Value Report è stato redatto secondo la recente versione G4 del GRI, applicando l'approccio Core.

Per realizzare il Sustainable Value Report è stato attuato un processo di coinvolgimento che ha visto il contributo attivo sia delle diverse aree organizzative operanti nella sede centrale di illycaffè sia dei referenti delle società estere del gruppo.

Il processo di reporting si è basato sui sistemi informativi in essere presso l'azienda (controllo di gestione, contabilità, qualità, ambiente, internal audit, sicurezza, gestione del personale, ecc) che sono stati integrati con specifici strumenti di raccolta e analisi dati (schede di reporting). L'obiettivo aziendale resta quello di rinforzare ulteriormente il sistema reporting, estenderlo progressivamente a tutte le realtà del gruppo e aumentare accuratezza e affidabilità dei dati.

Questo Value Report, risponde inoltre ai requisiti del Global Compact delle Nazioni Unite, cui illycaffè aderisce.

Il Sustainable Value Report 2014 di illycaffè è stato sottoposto alla verifica esterna della società DNV GL Business Assurance Italia S.r.l. Una copia della dichiarazione di assurance è presente al seguente link: <http://goo.gl/Kaix6O>.

Perimetro di rendicontazione

Nel presente report sono considerate le principali società industriali e commerciali incluse nel bilancio di gruppo con il metodo integrale nel bilancio consolidato che al 31/12/2014 avevano almeno 20 dipendenti e partecipazione societaria di illycaffè maggiore o uguale al 50%: illycaffè spa sede di Trieste (con anche le società branche di Austria, Germania, Olanda, Francia, Spagna, Honk Hong), illycaffè France sas, Illycaffè North America inc., illycaffè Shanghai co. ltd, illycaffè Sud America l.t.d.a., Mitaca srl. Le società che gestiscono le catene degli espressamente illy non sono state attualmente rendicontate.

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). L'obiettivo dell'azienda è di ampliare gradualmente il perimetro di rendicontazione al fine di rappresentare in maniera sempre più autorevole gli impatti di sostenibilità seguendo l'evoluzione degli standard internazionali.

Contatti

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



Tabella di correlazione con lo standard GRI

General standard Disclosures		Page	Omission	External Assurance
Strategia e Analisi				
G4-1	Dichiarazione dell'Amministratore Delegato	3		•
Profilo dell'organizzazione				
G4-3	Nome dell'organizzazione	4		•
G4-4	Marchi, prodotti e servizi	4		•
G4-5	Sede principale	4		•
G4-6	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	4		•
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	13		•
G4-8	Mercati serviti	4		•
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	4		•
G4-10	Caratteristiche della forza lavoro	46		•
G4-11	Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro Nota: a tutti i dipendenti sono applicate le disposizioni dai Contratti nazionali e dalle normative vigenti nei diversi Paesi in cui l'azienda opera	46		•
G4-12	Descrizione della catena di fornitura	53, 93		•
G4-13	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura avvenuti nel periodo di rendicontazione Nota: Non sono avvenuti cambiamenti significativi nel periodo di riferimento	105		•
G4-14	Approccio prudenziale Nota: illycaff adotta l'approccio prudenziale per la riduzione degli impatti ambientali dei processi produttivi e dei prodotti, secondo il principio n.15 della Dichiarazione ONU di Rio de Janeiro del 1992	17, 71		•
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	12		•
G4-16	Partecipazioni ad associazioni o organizzazioni	55		•
Materialità e perimetro del report				
G4-17	Entità incluse nel Bilancio	104		•
G4-18	Principi per la definizione dei contenuti	104		•
G4-19	Aspetti materiali identificati nella definizione dei contenuti	25		•
G4-20	Aspetti materiali interni all'organizzazione- da aggiornare in base a audit	25		•
G4-21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione - idem	25		•
G4-22	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni - Nota: non ci sono state modifiche di questo tipo	105		•
G4-23	Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro rispetto al precedente bilancio. Nota Metodologica da aggiornare in base a quanto emerso in sede di audit	104		•
Stakeholder engagement				
G4-24	Gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	25		•
G4-25	Identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	25		•
G4-26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	25		•
G4-27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder- da aggiornare in base a audit	25		•
Profilo del report				
G4-28	Periodo di rendicontazione	104		•
G4-29	Data di pubblicazione del precedente report: <i>Giugno 2014</i> .	104		•
G4-30	Periodicità di rendicontazione: <i>annuale</i>	104		•
G4-31	Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio	104		•
G4-32	Indice dei contenuti GRI e indicazione dell'opzione <i>In accordance</i>	104		•
G4-33	Attestazione esterna	104		•
Governance				
G4-34	Struttura di governo	13		•
Etica ed integrità				
G4-56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	7, 9		•

* = Additional indicators not required for Core in accordance.

Specific Standard Disclosures

Aspetti materiali	Page	Omission	External Assurance
Categoria: Economica			
Performance economiche			
DMA	101		•
EC1 Valore economico direttamente generato e distribuito	101		•
Presenza sul mercato	-	Non Materiale	•
Impatti economici indiretti			
DMA	59, 97		•
EC7 Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi per \hat{O} pubblica utilità \hat{O}	59, 97		•
Pratiche di approvvigionamento			
DMA	53		•
EC9 Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative pi significative	53		•
FP1 Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'azienda	95		•
FP2 Percentuale del volume di acquisti per i quali \hat{O} stata verificata la conformità con standard produttivi di responsabilità credibili e riconosciuti a livello internazionale, distinti per standard	95		•
Categoria: Ambiente			
Materiali			
DMA	75		•
EN1 Materiali utilizzati	75		•
EN2* Materiali utilizzati che derivano da materiale riciclato	75		•
Energia			
DMA	73		•
EN3 Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	73		•
EN7* Riduzione del fabbisogno energetico per prodotti e servizi	73		•
Acqua			
DMA	75		•
EN8 Volume totale di acqua prelevata per fonte di approvvigionamento	75		•
Biodiversità			
DMA	71, 79		•
EN11 Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, oppure gestiti all'interno o nelle vicinanze di aree protette oppure di aree ad alto valore per la biodiversità anche se al di fuori di aree protette	71		•
Emissioni			
DMA	74		•
EN15 Emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) (Scopo 1)	74		•
Scarichi e rifiuti			
DMA	76		•
EN23 Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	76		•
Prodotti e servizi			
DMA	77		•
EN27 Mitigazione degli impatti di prodotti e servizi sull'ambiente	77		•
Conformità			
DMA	71		•
EN29 Valore monetario delle multe significative e numero totale di sanzioni non monetarie per il non rispetto di leggi e regolamenti ambientali	71		•
Trasporti			

DMA		78		•
EN30	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali e per gli spostamenti del personale.	78		•
Generale				
DMA		71		•
EN31	Spese e investimenti ambientali totali per tipologia.	71		•
Valutazione ambientale dei fornitori				
DMA		95		•
EN32	Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri ambientali	95	Per i fornitori non caffè verde l'azienda ha avviato un processo di valutazione anche su requisiti di sostenibilità.	Illycaffè si impegna rendicontare le informazioni mancanti a partire dal prossimo esercizio
Meccanismi di reclamo dovuti ad aspetti ambientali				
Categoria: Sociale				
Occupazione				
DMA		46		•
LA1	Numero e tasso di nuove assunzioni e turnover del personale	46		•
Relazioni industriali				
Salute e sicurezza sul lavoro				
DMA		49		•
LA6	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	49		•
Formazioni e istruzione				
DMA		48		•
LA9	Formazione del personale	48		•
Diversità e pari opportunità				
DMA		46		•
LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione del personale per indicatori di diversità	13, 46		•
Parità di retribuzione per uomini e donne				
DMA		46		•
LA13	Rapporto tra lo stipendio base delle donne e quello degli uomini	46		•
Valutazione dei fornitori sulla base delle politiche e condizioni di lavoro				
DMA		95		•
LA14	Valutazione dei fornitori sulla base di criteri legati a politiche e condizioni di lavoro	95	Per i fornitori non caffè verde l'azienda ha avviato un processo di valutazione anche su requisiti di sostenibilità.	Illycaffè si impegna rendicontare le informazioni mancanti a partire dal prossimo esercizio
Meccanismi di reclamo dovuti ad aspetti di lavoro				
Categoria: Diritti Umani				
Investimenti				
DMA		64, 95		•
HR1	Percentuale e numero totale di accordi di investimento e di contratti significativi che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening) 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, 95		•
Non discriminazione				
DMA		64, 95		•
HR3	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese Nota: nessun episodio rilevato		Nessun episodio rilevato	•
Libertà di associazione e contrattazione collettiva				
DMA		64, 95		•
HR4	Identificazione delle attività e dei principali fornitori in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere violata o esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti		Non significativo per altri fornitori	•
Lavoro minorile				

DMA		64, 95		•
HR5	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua abolizione effettiva		Non significativo per altri fornitori	•
Lavoro forzato				
DMA		64, 95		•
HR6	Attività e principali fornitori con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire all'abolizione di ogni loro forma		Non significativo per altri fornitori	•
Pratiche di sicurezza		-	Non Materiale	•
Diritti della comunità locale				
DMA		64, 95		•
HR8	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese Nota: nessun episodio rilevato		Non significativo per altri fornitori	•
			Non significativo per le società del gruppo. Materiale per i produttori di caffè verde	•
Valutazione				
DMA		64, 95		•
HR9	Percentuale e numero totale di attività sottoposte a controlli e/o valutazioni di impatto relativi ai diritti umani			•
Valutazione dei fornitori sulla base dei diritti umani				
DMA		95		•
HR10	Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione (screening) in materia di diritti umani	95		•
Meccanismi per i reclami in materia di diritti umani		-	Non Materiale	•
Categoria: Società				
Comunità locali				
DMA		55		•
SO1	Operazioni che coinvolgono la comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	55, 97		•
SO2*	Operazioni con impatti negativi, potenziali o effettivi, sulle comunità locali	97,	Non significativo per le società del gruppo. Materiale per le comunità dei Paesi Produttori	•
Anti-corruzione				
DMA	Nota: l'azienda ha adottato un Modello di Organizzazione, gestione e controllo (ai sensi del D. Lgs. 231/2001) che mira ad impedire o contrastare la commissione di vari reati tra cui la corruzione.	13		•
SO4	Reati di corruzione confermati e azioni intraprese in risposta Nota: nessun reato		Nessun reato	•
Politica Pubblica				
DMA		13		•
SO6	Totale dei contributi politici e relative istituzioni per paese e beneficiario. Nota: nessun contributo politico versato a partiti e relative istituzioni. illycaffè aderisce ad associazioni di settore e di rappresentanza e sostiene il pagamento delle relative quote associative.	59, 101		•
Concorrenza sleale		-	Non Materiale	•
Compliance				
DMA		13		•
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti Nota: nessuna sanzione di questa natura		Nessuna sanzione di questa natura	•
Valutazione dei fornitori sulla base degli impatti sulla società				
DMA		95		•
SO09	Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri di impatto sulla società	95	Non significativo per altri fornitori	•
			Per i fornitori non caffè verde l'azienda ha avviato un processo di valutazione anche su requisiti di sostenibilità. L'impegno rendicontare tali aspetti a partire dal prossimo esercizio	•
Meccanismi per i reclami relativi agli impatti sulla società		-	Non Materiale	•
RESPONSABILITA' DI PRODOTTO				
Salute e sicurezza dei consumatori				
DMA		35		•
PR1	Categorie di prodotti e servizi oggetto di valutazioni a fini migliorativi per salute e sicurezza	35		•

Etichettatura di prodotti e servizi			
DMA			
PR5	Risultati dei sondaggi sulla soddisfazione dei clienti	41	•
Attività di marketing			
DMA			
PR6	Vendita di prodotti vietati o oggetto di contenzioso Non sono venduti prodotti di questa natura	Non sono venduti prodotti di questa natura	•
PR7	Casi di non conformità a regolamenti riferiti ad attività di marketing Nota: Nessun caso di non conformità	51	•
Privacy del consumatore			
DMA			
PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori Nota: nessun reclamo di questa natura	Nessun reclamo di questa natura	•
Compliance			
DMA			
PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi Nota: nessuna sanzione di questa natura	Nessuna sanzione di questa natura	•

Se avete ulteriori domande o commenti sul tema della sostenibilità, saremo lieti di fornire informazioni sulla nostra visione, così come sui nostri obiettivi specifici e target.

Illycaffè S.p.A.

Via Flavia 110, 34147 Trieste - Italy
valuereport@illy.com

