



Sustainable value report 2015

INDICE

				illycaffè in italia	58
Capitolo 1: identità e valori		3		Relazioni istituzionali	59
				Trieste Coffee Cluster	60
1.1	Lettera dell'Amministratore Delegato	4		Comunità internazionale	60
1.2	Profilo del Gruppo	6	2.6.3	Arte estetica e cultura	63
1.2.1	Identità e numeri	6	2.7	Diritti umani	65
1.2.2	Il gruppo illy	7			
1.3	Storia, missione, visione e valori	8	Capi	tolo 3: valore ambientale	67
1.3.1	Missione, visione e valori	8			
1.3.2	La storia di illycaffè e le tappe della sostenibilità	8	3.1	Ricominciamo dal futuro partendo dal presente	67
1.3.3	Fondazione Ernesto Illy	10	3.2	Impegno ambientale	70
1.4	Strategia e governo della sostenibilità	11	3.3	Emissioni in atmosfera	72
1.4.1	Strategia e governo della sostenibilità	11	3.4	Materie prime	74
1.4.2	Scenario di riferimento e gestione dei rischi	16	3.5	Energy management	75
1.5	Corporate governance	19	3.6	Water management	77
1.6	Sistemi di gestione e certificazioni	21	3.7	Gestione dei rifiuti	78
1.7	Università del Caffè	23	3.8	Smaltimento prodotti e pack riciclabili	79
1.8	Stakeholder di illycaffè	25	3.9	Trasporti e logistica green	82
1.8.1	Mappa degli stakeholder e canali di dialogo	25	3.10	Agricoltura sostenibile e biodiversità	84
1.8.2	L'engagement e la materialità	28			
			Capi	tolo 4: valore economico	87
Capit	tolo 2: valore sociale	32			
			4.1	In equilibrio sopra un chicco di caffè	87
2.1	Il vero valore aggiunto della vita sta		4.2	Innovazione e ricerca	88
	nelle relazioni umane	33	4.2.1	Approccio di illycaffè alla ricerca e innovazione	88
2.2	Qualità e sicurezza dei prodotti illy	35	4.2.2	Ricerca e sviluppo tecnologico	89
2.3	I clienti illy	37	4.2.3	Innovazione di prodotto	90
2.3.1	Clienti e mercati serviti	37	4.3	La filiera	92
2.3.2	Creazione di valore e sostenibilità per i clienti	39	4.3.1	Il modello illycaffè per una filiera sostenibile del caffè	92
2.3.3	Ascolto e soddisfazione del cliente	41	4.3.2	Responsible supply chain process	94
2.3.4	Comunicazione e informazione responsabile	44	4.3.3	Il ruolo di illycaffè per lo sviluppo della filiera	98
2.4	Le persone illycaffè	45	4.3.4	Premi ed incentivi per i produttori	101
2.4.1	Politiche per le risorse umane	45	4.4	Valore Aggiunto economico	102
	Occupazione	45	4.5	Investimenti in information technology	104
2.4.3	Formazione e sviluppo del personale	47			
2.4.4	Salute e sicurezza	50	Capi	tolo 5: standard	106
2.4.4	Comunicazione interna e welfare aziendale	52			
2.5	Fornitori di beni e servizi	55	5.1	Nota metodologica	106
2.6	illycaffè e la comunità	57	5.2	Tabella gri	107
2.6.1	Cittadinanza d'impresa	57	5.3	Assurance	112

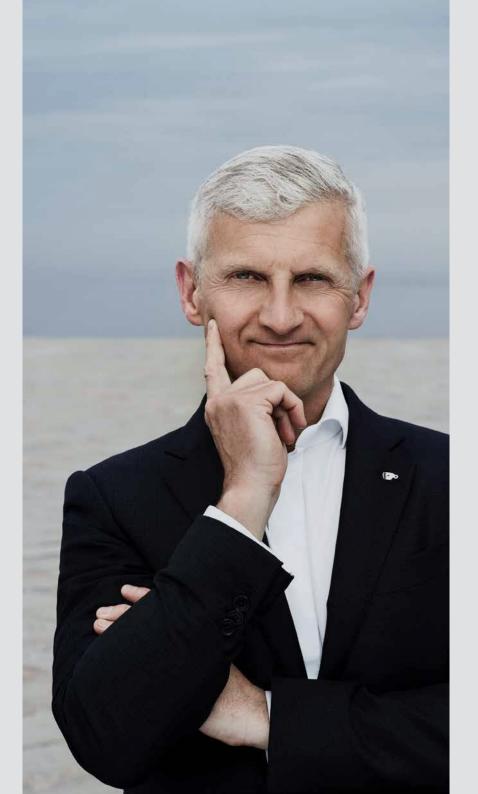
2.6.2 Sostegno alle comunità locali e rapporto con le istituzioni

58









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

Siamo giunti quest'anno alla quarta edizione del Sustainable Value Report, proseguendo il dialogo con i nostri stakeholder, ai quali vogliamo relazionare sul valore creato dall'azienda nel corso dell'anno lungo tutta la filiera.

Il 2015 è stato l'anno di Expo Milano, l'Esposizione Universale dedicata all'alimentazione che ci ha visto protagonisti all'interno del Cluster del Caffè, il padiglione curato dalla illy in cui abbiamo raccontato il passato, il presente e il futuro della nostra bevanda. Il Cluster ha rappresentato un'occasione unica di incontro fra Paesi produttori e consumatori di caffè, che ci ha permesso di sensibilizzare i 13 milioni di persone che lo hanno visitato sulle tematiche della sostenibilità, della qualità e del cambio climatico e che è culminato con il Global Coffee Forum, l'evento internazionale che ha messo al centro della discussione il futuro del caffè. In quell'occasione è stata redatta la Milan Coffee Legacy, in cui si afferma che il caffè porta benessere e piacere nei Paesi consumatori e sviluppo sociale ed economico nei Paesi produttori, in un circolo virtuoso che deve continuare a essere promosso sia dal settore pubblico che dal privato. La dichiarazione è stata allegata alla Carta di Milano e presentata qualche mese dopo al Presidente dell'ONU Ban Ki Moon. Per dare seguito da subito all' impegno sottoscritto, illycaffè e la Fondazione Ernesto Illy hanno siglato un accordo con l'Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale (Unido) con il patrocinio del Ministero etiope dell'Industria e la Cooperazione Italiana, con l'obiettivo di aumentare la qualità e la capacità di produzione etiope del caffè, di consentire ai piccoli produttori di accrescere i propri quadagni incoraggiando lo sviluppo economico locale e ottenendo un riconoscimento internazionale. Sempre in quest'ottica è stata siglata la Dichiarazione di Intenti tra l'azienda e il Servicio Nacional de Aprendizaje colombiano per la formazione e l'avvio di



una cooperazione internazionale che ha l'obiettivo di trasferire il know-how in materia di produzione e preparazione di caffè, creando beneficio a tutta la filiera.

Nel 2015 è proseguita la collaborazione con l'Earth Institute della Colombia University, l'istituto più autorevole al mondo sul tema del cambiamento climatico. Insieme a questo importante partner continuiamo ad approfondire l'impatto del riscaldamento globale sulla caffeicoltura, che è stato ritenuto il principale fattore di rischio per l'agricoltura.

Sono proseguiti i progetti di efficientamento energetico dello stabilimento produttivo per potenziare la salvaguardia ambientale attraverso la messa in funzione dell'impianto di recupero di energia frigorifera e quello del recupero dell'aria calda, che si vanno ad aggiungere ai progetti già esistenti di recupero calore dai camini della tosteria e alla produzione di energia da fonti rinnovabili, attraverso l'impianto fotovoltaico.

L'aumento del Valore Aggiunto prodotto dall'azienda – 149,9 milioni di Euro (+ 9% rispetto al 2014) – evidenzia la capacità di generare ricchezza a vantaggio dei diversi stakeholder, nel rispetto dell'economicità di gestione e delle aspettative degli interlocutori stessi.

Anche per questo motivo Ethisphere Institute ha riconfermato illycaffè fra le World Most Ethical Company sia per il 2015 che per il 2016. Il perseguimento dei più alti standard etici è sempre al centro dei nostri valori e del nostro modello operativo e ha dato avvio ad un circolo virtuoso essenziale per realizzare il nostro sogno di offrire il caffè migliore al mondo.

Andrea Illy

Presidente

Profilo del gruppo

■ 1.2.1 Identità e numeri

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 illy store nel mondo

1.764

Artisti del Gusto nel mondo

430

clienti hanno scelto la nuova tostatura extra scura lanciata nel 2015

1.177

dipendenti al 31 dicembre 2015 a livello consolidato, + 8,6% rispetto al 2014

437,1

milioni di euro di fatturato (+11,8% sul 2014)

70.000

visitatori al giorno al Coffee Cluster durante EXPO 2015

5

le certificazioni: 4 di qualità e 1 di sostenibilità

5

i laboratori specializzati

4

le innovazioni radicali frutto della ricerca illy

25

sedi di Università del Caffè

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

Il blend illy è destinato ai settori HoReCa (hotel, restaurant, café), al consumo a casa, a quello in ufficio e a quello on-the-go. È 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 (ready to drink). Oggi il caffè 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 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 gli illy store (boutique caffè, illy caffè ed espressamente illy) dove si possono trovare tutti i prodotti a marchio illy e il programma Artisti del Gusto (network internazionale che illycaffè ha studiato per valorizzare e accrescere la professionalità dei migliori locali).

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.

Principali società che fanno riferimento alla illycaffè SpA al 31 dicembre 2015

Nell'elenco non sono riportate le società strumentali (es. immobiliari) che non hanno dipendenti.

Sustainable value report 2015

SOCIETÀ	ATTIVITÀ	DIPENDENTI AL 31/12/15
ILLYCAFFÈ SPA - Capogruppo	Capogruppo: torrefazione e distribuzione (Trieste)	799
ILLYCAFFÈ S.P.A. NIEDERLASSUNG ÖSTERREICH	Succursale: distribuzione (Vienna - Austria)	
ILLYCAFFÈ S.P.A NIEDERLASSUNG DEUTSCHLAND	Succursale: distribuzione (Monaco - Germania)	
ILLYCAFFÈ S.P.A. VESTIGING NEDERLAND	Succursale: distribuzione (Rotterdam - Paesi Bassi)	
ILLYCAFFÈ SPA ASIA PACIFIC BRANCH	Marketing e retail area asiatica (Hong Kong - Cina)	
ILLYCAFFÈ SPA SUCURSAL EN ESPANA	Succursale: distribuzione (Barcellona - Spagna)	
ILLYCAFFÈ SPA DWC BRANCH	Marketing e retail (Emirati Arabi e Medio Oriente)	
ILLYCAFFÈ FRANCE SAS	Distribuzione (Francia, Belgio e Lussemburgo)	47
ESPRESSAMENTE FRANCE S.A.S.	Gestione esercizi somministrazione (Francia)	33
ILLYNL BV	Reperimento di fonti finanziarie anche da mercati esteri (Olanda)	1
MAGIC L'ESPRESSO SL	Produzione macchine espresso (Spagna)	18
ILLYCAFFÈ NORTH AMERICA INC.	Distribuzione (U.S.A. e Messico)	94
ESPRESSAMENTE ILLY AMERICAS INC.	Sviluppo franchising (Stati Uniti)	2
ILLY ESPRESSO CANADA INC.	Controllata da illycaffè North America: distribuzione (Canada)	2
ILLY CAFFÈ SAN FRANCISCO LLC	Controllata indiretta: gestione esercizi di somministrazione (San Francisco)	26
ILLYCAFFÈ SHANGHAI CO. LTD	Distribuzione (Cina)	52
ILLYCAFFÈ SUD AMERICA L.T.D.A.	Distribuzione (Brasile)	21
EXPERIMENTAL AGRICOLA DO BRASIL L.T.A.	Intermediazione caffè verde e ricerca caffè verde	12
MITACA SRL	Produzione sistemi a capsule per caffè espresso (Milano)	58
ESPRESSAMENTE RETAIL LONDON LTD	Sviluppo franchising (UK)	11
ILKO COFFEE INT. S.R.L.	Produzione e commercializzazione coffee ready to drink (Italia)	1

■ 1.2.2 Il 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 thé 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). Il Gruppo nasce con l'obiettivo di sviluppare nel lungo termine un polo del gusto, in

cui ciascuna azienda 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 e la holding è impegnata nella ricerca costante delle possibili e migliori sinergie, anche in ottica di sostenibilità.





Storia, mission, vision e valori

■ 1.3.1 Mission, vision e valori

MISSION

Deliziare gli amanti del buono e del bello nel mondo con il miglior caffè che la natura possa dare, esaltato dalle migliori tecnologie e dalla bellezza.

VISION

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

VALORI

illy è una stakeholder company che si prefigge di migliorare la qualità della vita attraverso l'etica e l'eccellenza. I valori fondamentali sono dunque:

L'Eccellenza, intesa come passione per la qualità, la bellezza ed il miglioramento continuo.

L'Etica, intesa come creazione di valore a lungo termine attraverso la trasparenza, la sostenibilità e la crescita personale.

DOWNLOAD

Materiale disponibile per il download

- <u>Codice etico e modello</u> <u>organizzativo 231</u>
- Manifesto della sostenibilità

■ 1.3.2 La storia di illycaffè e le tappe della sostenibilità



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

Francesco Illy

inventa Illetta prototipo delle macchine per il caffè - e la pressurizzazione, metodo di conservazione rivoluzionario.



LA SEDE DI TRIESTE

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



ENTRA IN AZIENDA

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



100

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

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



L'artista James Rosenquist disegna il nuovo logo illy.

PRIMI A OTTENERE LA

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



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.

Francesco Illy fonda illycaffè.

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.





CIALDE: ILLY È LA

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



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

PREMIO PER LA

Prima edizione del Premio Ernesto Illy por la Qualidade do Cafè para Espresso in Brasile, da sempre coordianto da Anna





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



ACQUA, BENE PREZIOSO

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

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









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.

PROGRAMMI IN GUATEMALA

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

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

AMBIENTALE EMAS

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

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.

Con la certificazione

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



Arriva il sistema a capsule Iperespresso.

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



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

illycaffè aderisce al Global Compact delle Nazioni Unite.

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.

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

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

AMBIENTALE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PREMI IN BRASILE PER LA

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

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



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

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

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





ILLYCAFFÈ OFFICIAL COFFEE PARTNER DI EXPO 2015 OLTRE 13 MILIONI DI PERSONE AL CLUSTER DEL CAFFÈ

illy è stata partner ufficiale di Expo Milano 2015 e ha curato per l'Esposizione Universale il Cluster Caffè, il padiglione interamente dedicato alla celebre bevanda nera, intitolato "Dalla terra alla tazzina". Expo Milano 2015, "Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita", ha dato visibilità alle tradizioni, alla creatività e alle innovazioni nel settore dell'alimentazione. L'azienda è stata scelta per svolgere questo compito in quanto esempio assoluto di eccellenza nel mondo del caffè e come massimo esperto del settore. Il progetto è nato dalle conoscenze, dall'esperienza e dalle relazioni maturate dall'azienda in ottant'anni di storia: un patrimonio unico che ha portato illy a essere riconosciuta in tutto il mondo come lo specialista del caffè. La ricerca dell'eccellenza, la passione, l'innovazione, l'orientamento allo sviluppo sostenibile di illy sono stati i motori dell'iniziativa. Durante i sei mesi di Expo Milano 2015, il Cluster ha raccontato il passato, il presente e il futuro del caffè nelle sue tre dimensioni: il prodotto e il suo percorso dal chicco alla tazzina; la creatività, l'arte e la cultura che si sviluppano attorno alla tazzina di caffè; le storie e le tradizioni dei Paesi coltivatori e di quelli consumatori. Il progetto si e ispirato alle tre virtù del caffè identificate dal Promotion Committee dell'ICO: caffè e piacere (sensoriale, intellettuale,



sociale); caffè e salute (le qualità della bevanda); caffè e sostenibilità (economica, sociale, ambientale). Il Cluster ha rappresentato e creato un'opportunità unica di incontro tra i Paesi produttori e consumatori di caffè. Con Expo 2015 sono stati avviati progetti di interesse globale che hanno come fine ultimo il confronto e la sensibilizzazione su tematiche quali la sostenibilità, le condizioni lavorative dei produttori di caffè e i cambiamenti climatici. Il 30 settembre e 1 ottobre è stato realizzato il Global Coffee Forum, un evento internazionale che ha messo al centro del suo programma di discussione il presente e futuro del caffè. Promosso da ICO, Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, Comitato Italiano Caffè, illy e Lavazza. Al termine del Global Coffee Forum è stata redatta la Milan Coffee Legacy, poi allegata alla Carta di Milano. Il suo messaggio è che il caffè porta benessere e piacere nei Paesi consumatori e sviluppo economico e sociale nei Paesi produttori: un circolo virtuoso che va preservato e promosso dal settore pubblico a privato. Nella stessa giornata è stato promosso l'International Coffee Day e organizzata Coffee4Change, una campagna online di raccolta fondi a favore di alcune coffee communities, promossa da Oxfam e ispirata alla tradizione napoletana del caffè sospeso e prevede la possibilità di donare l'equivalente di un caffè a sostegno dei coltivatori.

L'alto coinvolgimento del pubblico ha rivelato vincente la formula del Cluster del Caffè che ha registrato:

- oltre 70.000 visite medie giornaliere (13 milioni nel corso dei sei mesi)
- oltre 35.000 visite quidate tradizionali e digitali, realizzate con gli occhiali Epson Moverio;
- quasi 12.000 le persone che hanno partecipato ai corsi organizzati dall'Università del Caffè;
- 870.000 le preparazioni a base caffè servite dal bar illy ai visitatori del padiglione.

Inoltre, nel corso dei sei mesi, numerosi sono stati gli ospiti che illy ha accolto all'interno del Cluster del Caffè, come Sebastião Salgado, Martha Stewart, Jeffrey Sachs (Direttore Earth Institute), gli chef Gualtiero Marchesi, Josean Alija, Andrea Berton, Davide Oldani, la Presidente della Regione Friuli Venezia Giulia Debora Serracchiani, Maurizio Scaparro, Pino Micol, il sociologo Francesco Morace, José Graziano da Silva (Direttore Generale FAO), Santo Versace, Francis Ford Coppola e Joe Bastianich.

■ 1.3.3 Fondazione Ernesto illy

Highlights

350.000 euro fondo di dotazione da illycaffè s.p.a.

illycaffè ha costituito una Fondazione, amministrata dalla famiglia Illy, per sviluppare l'eredità morale e culturale di 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, l'organizzazione e diffusione di iniziative per tutti gli stakeholder. Fine ultimo è la creazione di valore e ricchezza.

La Fondazione si occupa di progetti scientifici e culturali gestiti direttamente e/o in partnership, tra cui eventi ed attività editoriali: per approfondimenti si rimanda al paragrafo 4.3.3.

LO STATUTO ETICO

La Fondazione Ernesto Illy vuole esaltare il sapere, l'etica e la sostenibilità come valori assoluti di vita e d'impresa, e fulcri dell'eredità di idee e di attività di Ernesto Illy. Crede che la ricerca scientifica sia fonte di verità, progresso e sviluppo umano e la promuove nell'ambito dell'etica, della sostenibilità, della cultura del caffè.

La Fondazione Ernesto Illy è co-fondatrice di altre tre organizzazioni:

- Fondazione Italia Patria della Bellezza, la cui missione è quella di posizionare l'Italia nel mondo rafforzando nella percezione collettiva la consapevolezza che l'Italia è la Patria della Bellezza.
- International Coffee Genome Network (ICGN), una rete mondiale di scienziati che si dedica allo sviluppo di ricerche sul genoma del caffè.
- Jacques Attali il Club dell'Economia Positiva, fondato dal gruppo Planet Finance di Jacques Attali. L'obiettivo principale è la costituzione di un gruppo virtuoso di ambasciatori dell'economia positiva in Italia.



Strategia e governo della sostenibilità

■ 1.4.1 Strategia e governo della sostenibilità

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

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



illycaffè persegue la sostenibilità ambientale attraverso il concetto del rispetto che si traduce nei principi di non inquinare, non sprecare e utilizzare risorse rinnovabili. illycaffè persegue la sostenibilità economica attraverso il concetto della creazione di valore condiviso con tutti gli stakeholder. Nella gerarchia degli stakeholder al primo posto ci sono i consumatori, seguiti dai clienti che sono partner dell'azienda nel servire i consumatori; ci sono quindi i talenti che collaborano con l'azienda, senza la cui professionalità e passione nulla potrebbe esistere; seguono i fornitori senza i quali non si potrebbe avere un prodotto eccellente, le comunità con cui illycaffè entra in relazione e infine, gli azionisti, che sostengono l'impresa.

Sustainable value report 2015



Per condividere la propria strategia di business con gli stakeholder, nel 2010 l'azienda ha redatto il <u>Manifesto della Sostenibilità</u>, che, assieme al <u>Codice Etico</u>, rappresenta l'impegno alla gestione responsabile del business nella sua triplice accezione economica, sociale ed ambientale.

SOSTENIBILITÀ COME VALORE

AMBIENTE













COMUNITÀ



AZIONISTI

COMITATO STRATEGICO

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

PROGRAMMAZIONE IN FUNZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

PER LA SOSTENIBILITÀ





IMPEGNI VERSO GLI STAKEHOLDER





COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

- Supporto all'elaborazione dei piani aziendali e valutazione degli obiettivi di sostenibilità
- 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

Il Chief Sustainability Officer di illycaffè effettua la supervisione delle guestioni relative alla sostenibilità e facilita e coordina le relazioni con gli stakeholder aziendali. È anche membro del Comitato Strategico (che da 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.

Anche nel 2015 illycaffè è stata inserita nella lista delle "World's most ethical companies" e ha mantenuto l'adesione a programmi e iniziative specifiche per implementare le strategie di sostenibilità e migliorare il proprio impatto come il **Global Compact**, l'International Coffee Organisation (Andrea Illy è Presidente del *Promotion and Market Development Committee*), Planet Positive

Identità e valori 16 Sustainable value report 2015

Global Compact

illycaffè aderisce al Global Compact dal 2012 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.

♣ DOWNLOAD

Materiale disponibile per il download

• Communication On Progress 2015

World's Most Ethical Companies

illycaffè per il quarto anno consecutivo è stata inserita nella lista delle World's Most Ethical Companies dell'Ethisphere Institute, leader globale nella definizione e nella promozione degli standard per le pratiche commerciali etiche. La società: sola italiana tra le 4 aziende premiate nella categoria Alimenti, Bevande e Agricoltura per il 2016, si colloca così tra le aziende d'eccellenza leader di settore.

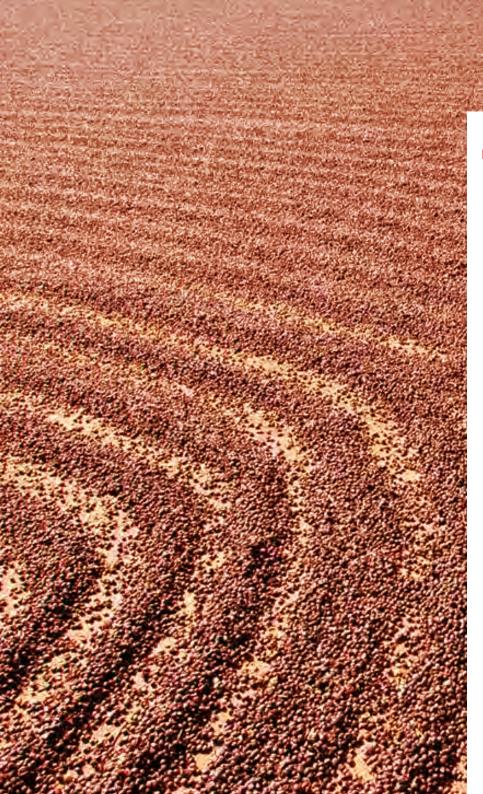
■ 1.4.2 Scenario di riferimento e gestione dei rischi

Scenario economico

illycaffè opera in circa 140 Paesi: nel corso dell'anno l'andamento dei vari Paesi ha avuto segnali discordanti, connessi con le situazioni macroeconomiche. In lieve miglioramento lo scenario nei Paesi avanzati, tuttavia la debolezza delle **economie emergenti** frena l'espansione degli scambi globali e comprime i prezzi delle materie prime. Qui il quadro rimane complessivamente debole con andamenti differenziati per Paese: si acuisce la crisi in Brasile, vi è un evoluzione positiva in India, si sta attenuando la caduta in Russia e la Cina ha un andamento deludente. Nell'area Euro la crescita prosegue in modo fragile ma la fiducia delle imprese e delle famiglie, sostenuta dai segnali positivi dell'occupazione, indica una prosecuzione della ripresa.

Secondo i dati IRI, società che rileva dati di punto vendita nel Modern trade italiano, illycaffè ha una quota a valore del 4,1% nel totale caffè (stabile rispetto al 2014) e del 10,7% nel macinato espresso. Per quanto riguarda il settore Ho.Re.Ca invece, secondo Databank Cerved Group, illy è il primo torrefattore anche per fatturato, con una quota sul 2014 dell'8,8%, (nel 2013 era 8,9%).

A inizio 2016, l'organizzazione International Coffee Organisation stima la produzione mondiale di caffè verde per la campagna 2015/16 a 143,3 milioni di sacchi, circa 2 milioni di sacchi in più rispetto alla produzione della campagna precedente, dovuto ad un aumento generalizzato della produzione di Robusta. Anche il 2015, dopo il record nel 2014, si chiude con il record storico di esportazioni di 112,5 milioni di sacchi. Continuano ad aumentare le esportazioni dell'Arabica, mentre sono diminuite quelle della Robusta, in particolare in Indonesia e Vietnam, che hanno stoccato parte del raccolto sperando in una ripresa dei prezzi. Le prime stime non ufficiali per il periodo 2015, evidenziano un generale aumento dei consumi del 1,5-2 %. In particolare aumenta il consumo di Robusta e la fascia top quality dell'Arabica. Il 2015 è stato fortemente influenzato dalla situazione macroeconomica mondiale e dalla svalutazione di alcune valute, in particolare del Real Brasiliano e del Peso Colombiano



■ ILLYCAFFÈ E LE SFIDE LEGATE AL CAFFÈ VERDE

Il caffè è tra le coltivazioni più influenzate dalle condizioni atmosferiche, secondo il Foreign Agricultural Service del Dipartimento dell'agricoltura statunitense.

Il cambiamento climatico è stato identificato quale principale fattore di epidemie, come quella della ruggine bruna una malattia che sta interessando più del 50 per cento delle coltivazioni di caffè in America Centrale e circa il 30-40 per cento in Sudamerica. Le piantagioni, inoltre, sono colpite da ondate di calore, siccità o iperpiovosità.

Per affrontare queste emergenze e questi scenari futuri le soluzioni, per illycaffè, consistono nella **ricerca** e nella conoscenza.

L'azienda sta portando avanti uno studio sull'impatto del Climate Change nei Paesi coltivatori di caffè insieme all'Earth Institute presieduto da Jeffrey Sachs. L'Università del Caffè, inoltre, studia come migliorare le pratiche agronomiche e ogni anno il team di esperti organizza un centinaio di visite alle piantagioni per analizzare le situazioni specifiche. Già in passato sono state individuate delle soluzioni che hanno portato miglioramenti e cambiamenti significativi.

Oltre al riscaldamento globale, i coltivatori di caffè nel prossimo futuro affronteranno altre sfide che devono essere affrontate con soluzioni sempre più sostenibili, quali buone pratiche agronomiche, metodi di coltivazione sempre meno dipendenti dall'acqua e che al tempo stesso permettano di aumentare i rendimenti evitando la deforestazione. Per illycaffè, la qualità del chicco rappresenta il valore fondamentale della relazione con i produttori: per questo motivo l'azienda segue la filiera sin dall'inizio, dai campi e le piantagioni fino al prodotto finito, ed è l'unica azienda al mondo ad aver organizzato un Master in Coffee Economy and Science, oggi alla VI edizione.

Investire nella filiera, nella conoscenza, nella qualità significa investire nell'innovazione, anche in termini di nuovi siti di produzione: le stime dicono che nei prossimi 50 anni fino al 50 per cento delle terre coltivabili a caffè non saranno più tali e ci si troverà di fronte a un grosso problema. Negli ultimi 20 anni il tasso medio di crescita del consumo di caffè è aumentato dell'1,6 per cento e la produzione, secondo le previsioni, dovrà raddoppiare per rispondere alle richieste del mercato, ma, con la metà dei terreni coltivabili a disposizione. L'aumento dei costi di produzione per la fortunata crescita delle economie dei Paesi produttori, e conseguente rivalutazione delle monete locali, porta alla necessità di avere aziende sempre più organizzate.

Per tutti questi motivi, per illycaffè non solo è una necessità ma diventa una missione strategica, promuovere una cafficultura moderna basata sui principi dell'Agricoltura Integrata e cercando di trasformare i produttori agricoli in imprenditori moderni.

L'Azienda si è dotata di un **Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi** volto ad assicurare, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, una conduzione dell'impresa sana e corretta, coerente con i prefissati obiettivi di sviluppo sostenibile del business.

illycaffè monitora costantemente i **rischi finanziari** cui è esposta (rischio di credito, rischio di liquidità e i rischi di mercato quali il rischio tasso di cambio, il rischio tasso d'interesse e il rischio prezzo commodity), con l'obiettivo di minimizzare l'impatto di variazioni negative sul risultato economico aziendale. Tali rischi sono gestiti a livello centralizzato dalla Direzione Amministrazione, Finanza e Controllo, sulla base di linee guida concordate con il vertice aziendale. illycaffè utilizza anche strumenti finanziari derivati al solo scopo di copertura.

Nel 2015 è stato avviato un nuovo progetto di **risk assessment**, che sarà pienamente implementato nel corso del 2016: il nuovo piano prevede una maggiore integrazione nella gestione dei rischi e delle opportunità di natura finanziaria e **non finanziaria**.

Nel 2015, inoltre, illycaffè ha ulteriormente rafforzato il proprio **Sistema di controllo interno** tramite l'implementazione di un Piano annuale di audit, sviluppato in coerenza con la strategia aziendale e la valutazione in termini di rischiosità dei principali processi aziendali.



Corporate governance

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.

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.

Al 31/12/2015 è composto da:

- Andrea Illy (Presidente)
- Riccardo Illy (Vice Presidente)
- Anna Rossi Illy (Presidente Onorario)
- Anna Illy
- Pierluigi Celli
- Maurizio Dallocchio
- 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 e 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 (reati di corruzione, false comunicazioni sociali, sfruttamento delle persone ecc.). illycaffè prevede, a completamento del Modello, un Codice Etico che comprende, tra le norme di comportamento, la prevenzione dei conflitti d'interesse e uno specifico canale riservato per prevenire o segnalare eventuali comportamenti contrari al codice. Nel 2015 non si sono verificati casi di contenziosi aperti a seguito di segnalazioni relative alle materie disciplinate dal Codice Etico e dal Modello 231

Identità e valori 20

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. Predispone 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 del sistemi di controllo. A conferma del rafforzamento del sistema di controllo interno, nel 2015 l'Internal Audit ha effettuato diverse attività di audit con interventi su applicazione del D.lgs 231, la compliance della struttura organizzativa, il ciclo attivo degli appalti e listini commerciali, le attività delle società controllate in Brasile e Inghilterra, l'applicazione della sicurezza sul lavoro nelle strutture della società e i processi di gestione della sostenibilità. L'Internal audit ha altresì partecipato a tutte le riunioni dell'Organismo di Vigilanza e Controllo.



1 6

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. Di seguito i sistemi di qualità e sostenibilità per i quali sono state svolte attività di mantenimento e ricertificazione nel 2015:

SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ ISO 9001:2008



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

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

HACCP



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

Sistema applicato da HACCP illycaffè S.p.A.

BRC FOOD CERTIFICATE



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

Applicato da illycaffè S.p.A.

IFS FOOD CERTIFICATE



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

Applicato da IFS illycaffè S.p.A.

CERTIFICATO DI CONFORMITÀ PRODOTTO



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



Applicato da Qualité France e garantisce la certificazione religiosa per prodotto Hallal e Kosher (Israele, USA, OU, Comunità ebraica di Venezia)

SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE ISO 14001:2004



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

Applicato da illycaffè S.p.A.

SISTEMA DI GESTIONE ENERGIE ISO 50001



Definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione delle energie.

RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN PROCESS



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

Applicato da illycaffè S.p.A.

LABORATORI ACCREDITATI ISO 17025:2005



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

REGISTRAZIONE EMAS



(Eco-Management and Audit Scheme)
Sistema per il miglioramento continuo
delle prestazioni ambientali e per la
pubblicazione della dichiarazione
ambientale. Certificato da APAT (Agenzia
per la Protezione dell'Ambiente e Servizi
Tecnici) Comitato Ecolabel - Ecoaudit



Università del Caffè

Highlights

25 sedi attive nel mondo

nuove sedi inaugurate nel 2015 (Giappone, Emirati Arabi) circa 180.000
persone formate dal 2000

oltre 30.000 corsisti nel 2015: 190 produttori, 15.810 professionisti, 3.662 consumatori e 11.800 corsisti partecipanti ai corsi organizzati presso EXPO

L'Università del Caffè nasce a Napoli nel 1999. Nel 2002 si trasferisce a Trieste, nella sede di illycaffè. È il centro di eccellenza creato per promuovere, supportare e divulgare nel mondo, attraverso la formazione, la cultura del caffè di qualità.

È il luogo d'incontro privilegiato dove i professionisti del caffè e dell'ospitalità, ma anche appassionati, curiosi e aspiranti intenditori, possono condividere la passione per la conoscenza che distingue illycaffè.

L'attività formativa dell'Università del Caffè è pensata per far sì che tutti i professionisti coinvolti nella filiera possano crescere e migliorare il livello di qualità di ogni singola fase nei diversi settori di competenza. Un circolo virtuoso della conoscenza destinato alla creazione di valore nel tempo attraverso la crescita, la sostenibilità e la trasparenza.

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 multidisciplinare di cultura e competenza che pone attenzione alle reali esigenze e necessità dei produttori, dei professionisti del bar, della ristorazione e dell'ospitalità e che 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, in grado di soddisfare le esigenze tecniche, didattiche e locali. Il programma è infatti basato su 3 diversi livelli di insegnamento interno regolati da un protocollo interno, crescente per complessità e competenze: istruttore (ad oggi 27), professore associato (ad oggi 39), professore ordinario (ad oggi 44).

Nel 2015 l'Università ha lavorato per l'innalzamento e miglioramento della conoscenza aziendale, riorganizzando, aggiornando e implementando i contenuti disponibili, base culturale e valoriale di tutta l'azienda. Sono infatti stati creati dei manuali didattici dedicati a diversi temi: formazione interna, baristi, commessi e animatori del cluster caffè a Expo.

I frutti di queste attività hanno alimentato la conoscenza condivisa con il resto delle filiali dell'Università del Caffè nel mondo: il 2015 ha visto, infatti, un rafforzamento del supporto fornito da UDC in termini formativi con l'aggiornamento dei materiali condivisi e dell'immagine coordinata, l'allineamento didattico attraverso il Manuale della Cultura illy, l'ampliamento dell'offerta con l'inserimento di tematiche extra-caffè (es. servizio) e le presenze nelle fiere locali rilevanti.

ALTA FORMAZIONE

Nel 2015: formati 190 Produttori e 16 Professionisti.

Percorso di eccellenza nella produzione del caffè, dalla coltivazione responsabile ai processi economico amministrativi, si rivolge ai coltivatori, ai partner della filiera ed ai laureati interessati al mondo del caffè.

Dal 2010 più di 1000 produttori hanno partecipato ai programmi formativi. Le attività di supporto ai produttori sono nate dalla collaborazione avviata nel 2000 con PENSA, The Agrobusiness Intelligence Center dell'Università di San Paolo. Oggi l'Università del Caffè del Brasile è un punto fermo nella formazione dei coltivatori e degli imprenditori locali. L'attenzione per le comunità dei Paesi produttori si manifesta soprattutto attraverso la formazione in loco e le partnership con le istituzioni per la realizzazione di progetti ad ampia ricaduta sociale come il corso on-line di Agribusiness Management in Brasile e lo sviluppo di materiali didattici da distribuire online in Centro America.

L'Università del Caffè promuove inoltre, insieme ad altri partner, il Master universitario di primo e secondo livello in Economia e Scienza del Caffè, 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 (Austria) – Master in "Food & Bioresource Technologies".

CORSI DIVULGATIVI

Nel 2015: formati 3.662 consumatori e 11.800 ad EXPO.

L'Università del Caffè organizza corsi dedicati al pubblico consumer su diverse tematiche e modalità, tra questi:

Sustainable value report 2015

- Corsi sulla cultura del caffè e sulla degustazione abbinati al tour aziendale, principalmente di interesse per scuole e tour operator.
- Corso per diventare sommelier del caffè.

Per i consumatori, sono stati creati **8 nuovi corsi** focalizzati sui macro argomenti: cultura del caffè, economia, sostenibilità, salute, usi e costumi.

CORSI DI FORMAZIONE

Nel 2015: formati 15.810 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. I corsi offrono loro conoscenze immediatamente applicabili - dalla preparazione delle bevande alle competenze manageriali e strumenti per cogliere al meglio le opportunità del mercato. Vengono svolte anche formazioni in aula ad hoc per clienti specifici, per cui si studiano programmi calati nelle singole realtà professionali. Infine l'Università del Caffè si occupa della validazione delle attrezzature e creazione di nuove ricette e prodotti aventi il caffè come ingrediente base.

EXPO 2015

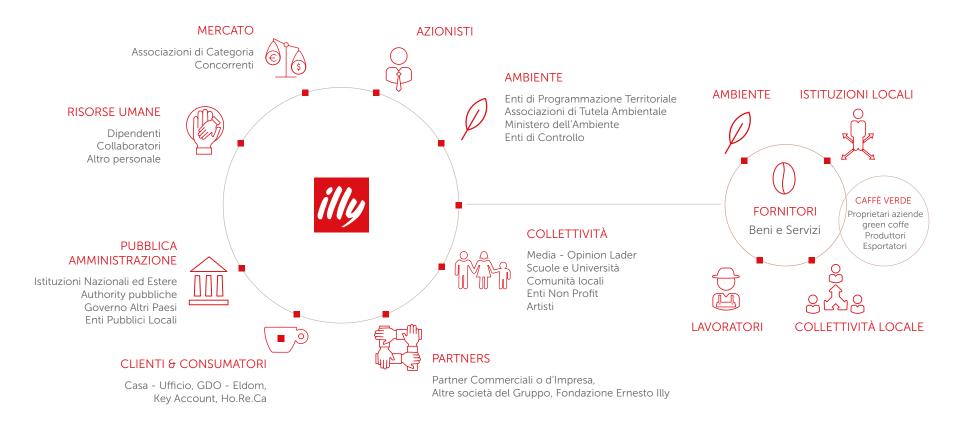
L'Università del Caffè è stata impegnata da un'intensa attività di preparazione del **personale EXPO**. Ha realizzato 3 piani formativi personalizzati per gli addetti ai diversi servizi offerti da illy nel cluster del caffè, coinvolgendo 99 persone interne e 13 esterne, attraverso 6 settimane full-immersion e full-time.

Sono state inoltre proposte ai visitatori del Coffee Cluster diverse iniziative divulgative e formative, che hanno riscosso un elevato interesse ed interazione da parte dei partecipanti. I numeri ottenuti: 24 weekend dedicati, 71 giornate totali, 388 corsi erogati ed oltre 11.800 visitatori stimati raggiunti.

Stakeholder di illycaffè

■ 1.8.1 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 a illycaffè di individuare e analizzare le loro indicazioni e aspettative e di considerarle nei propri obiettivi ed attività: il Sustainable Value Report si pone l'obiettivo di fornire delle risposte alle questioni ritenute

di maggior interesse dagli stakeholder, 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	 Customer care 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 attivamente con operazioni e/o attività di informazione direttamente nel locale del cliente
FORNITORI CAFFÈ VERDE	 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	 Attività di vendor evaluation (avviata nel 2014) Meccanismi previsti dal sistema qualità per la qualificazione dei fornitori
RISORSE UMANE	 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 del magazine interno Exchange con "giornalisti" dipendenti illycaffè Meccanismi per raccolta di segnalazioni sul codice etico

(Confindustria, Associazione Industriali di TS, Distretto del caffè, SCAE Italia, Centromarca,

AZIONISTI • Assemblea e rappresentanza ai CdA • Partecipazione ad eventi interni • Coinvolgimento per formulazione e revisione del codice etico **AMBIENTE** • Dialogo con le Istituzioni per autorizzazioni • Gruppi di studio presso istituzioni autorevoli in materia ambientale • Partecipazione a tavoli di categoria pre competivi o in associazioni (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) PARTNER • Global PR meeting e international commercial meeting • Meeting di presentazione dei progetti alle singole consociate e branch • Partecipazione ai CdA delle diverse società del Gruppo • Co-organizzazione di eventi COLLETTIVITÀ • Progetti e collaborazioni con scuole e Università in Italia e all'estero • Master universitario in Economia e Scienza del Caffè • 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 • Dialogo e collaborazione con le principali scuole di arte e design internazionali • Proqetto illy sustain art per dare supporto e visibilità ai giovani artisti del sud del mondo Dialogo e collaborazione con le principali istituzioni dell'enogastronomia • Expo 2015 ISTITUZIONI PUBBLICHE • Collaborazioni a progetti (Nazioni Unite o governi dei Paesi in via di sviluppo) • International Coffee Organisation • 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 • 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

Altagamma, ASIC, ISIC, FERPI)

• Partecipazione a convegni

■ 1.8.2 L'engagement e la materialità

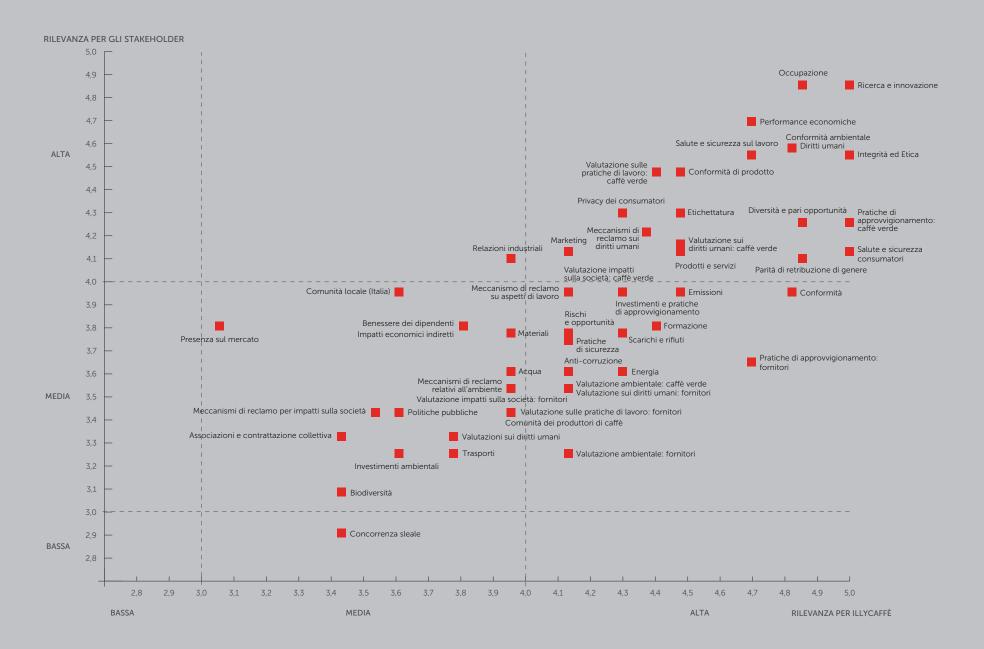
Nel 2015 illycaffè ha aggiornato l'analisi di materialità delle tematiche più rilevanti coinvolgendo un gruppo di lavoro interno, formato dai dirigenti e responsabili aziendali. L'analisi ha seguito il principio di materialità così come descritto dallo standard GRI-G4 e ha previsto:

- identificazione delle tematiche potenzialmente rilevanti attraverso un'analisi documentale. Le fonti sulle quali è stata condotta l'analisi sono sia interne sia esterne;
- valutazione della rilevanza di ciascuna tematica per gli stakeholder o per illycaffè, sulla base dell'analisi documentale e delle interviste condotte con gli stakeholder interni responsabili delle tematiche oggetto di rendicontazione. In base a tale analisi è stato assegnato un punteggio a ciascuna tematica presente nel questionario. In questa fase si è anche individuato il perimetro di ciascun aspetto materiale, ovvero è stato delineato l'ambito (sia all'interno che all'esterno del gruppo) entro il quale si manifestano gli impatti correlati alle tematiche materiali;
- validazione della matrice di materialità da parte del management e definizione della soglia di materialità al di sopra della quale rendicontare gli aspetti materiali.

Il grafico riportato di seguito mappa le tematiche valutate come potenzialmente rilevanti per illycaffè e per gli stakeholder. In seguito alla definizione della soglia di materialità si è deciso di rendicontare, all'interno del Bilancio, principalmente le tematiche maggiormente materiali per gli stakeholder esterni e per la Società stessa, ovvero quelle che hanno riportato un giudizio alto.



MATRICE DI MATERIALITÀ



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

Nella tabella seguente viene analizzato il perimetro entro il quale 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	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 rifiuti	Effluents and Waste	•				•
Gestione responsabile lungo tutta la filiera	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	•				







Il vero valore aggiunto della vita sta nelle relazioni umane

Highlights

550

degustazioni ogni giorno per garantire la qualità del prodotto 1.177

dipendenti al 31.12.2015 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 43.400

contatti con i propri clienti tramite il customer care 790.000€

Sustainable value report 2015

di contributi associativi ed elargizioni erogate a enti di utilità sociale nel 2015



LA CREAZIONE DI VALORE SOCIALE

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

Consumatori

Clienti

Collaboratori

Fornitori

Comunità

Azionisti

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.

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.

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.

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 della condivisione del valore creato lungo tutta la catena di valore.

Qualità e sicurezza dei prodotti illy

Highlights

4.500

Nei laboratori di illycaffè sono esaminati circa 4.500 campioni di caffè verde

45.000

Nei laboratori di illycaffè sono esaminati circa 45.000 campioni di caffè tostato

550

Ogni giorno illycaffè effettua in media 550 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 fruitiva polisensoriale che sia memorabile. Per raggiungere questo obiettivo è fondamentale offrire - accanto a un prodotto eccellente - tutto ciò che contribuisce alla preparazione, al servizio e all'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 che ha portato illycaffè a sviluppare sofisticati sistemi di monitoraggio



APPROVVIGIONAMENTO MATERIA PRIMA:

Con i migliori coltivatori di caffè nel mondo l'azienda sviluppa un rapporto di collaborazione a lungo termine per garantirne la qualità. Prima dell'acquisto i laboratori di analisi e qualità di illycaffè esaminano i campioni di caffè, sia per il rilascio dei certificati fitosanitari che per attestare l'assenza di metalli pesanti, fitofarmaci, diserbanti e insetticidi.



CONSERVAZIONE E MISCELAZIONE:

Il caffè verde viene conservato in magazzini coibentati e miscelato in base alla ricetta del blend Arabica illy per rendere il gusto omogeneo ed equilibrato.



CONFEZIONAMENTO E 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, processo che prevede la sostituzione dell'aria all'interno delle confezioni con gas inerte, catturando l'aroma del caffè appena tostato. In tal modo gli aromi si concentrano negli olii del caffè, conferendo rotondità, dolcezza e intensità al gusto e conservandone immutata, nel tempo, la fragranza.

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 mentre invece 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 direttamente da auditor esperti di illycaffè.

Qualità, 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, per la qualità e la sostenibilità. Per approfondimenti si rimanda al paragrafo 1.6.

Nel 2015, 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:

Sustainable value report 2015

- 36 interni comprendendo l'accreditamento (35 nel 2014),
- 136 audit c/o fornitori,
- 8 audit di terza parte (7 nel 2014)

Le certificazioni British Retail Consorzium, International Food Standard, HACCP, rappresentano le linee guida per tutte le attività realizzate da illycaffè nel garantire salute e sicurezza del consumatore, coinvolgendo **tutti i prodotti** a marchio illycaffè.

L'azienda non ha ricevuto nel 2015 alcuna sanzione per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti le tematiche di qualità, sicurezza alimentare, rintracciabilità e similari.



- Piano di Autocontrollo Manuale HACCP per EXPO 2015.
- Presidio specifico per i punti vendita diretti: illy store Milano e bar illy Caffè di Milano.
- Nuovo protocollo di accettazione della materia prima proveniente dal Brasile: controllo in accettazione puntuale all'origine sul 100% dei campioni di offerta e coinvolgimento attivo da parte di tutti i produttori proponenti.
- Aumento del controllo della costanza delle tostature in produzione per ottimizzare la resa qualitativa in tazza.
- Revisione delle etichette dei prodotti e soluzioni informatiche per una migliore diffusione delle informazioni obbligatorie a livello europeo (Reg. 1169/2011/CE).





I clienti illy

Highlights

Artisti del Gusto 1.700 a livello globale, 1.500 in Italia

Bar illy, oltre 50.000 baristi che in tutto il mondo offrono ai loro clienti il caffè illy 168

Locali monomarca nelle più importanti città di 34 Paesi con 16 nuove aperture nel 2015

illy shop & illyteca: circa / _____ punti vendita nel 2015, con 13 nuove aperture nell'anno Oltre 43.000 contatti al Customer Care

87%

ricavi derivati dai prodotti caffè (6% macchine espresso e 7% restanti prodotti)

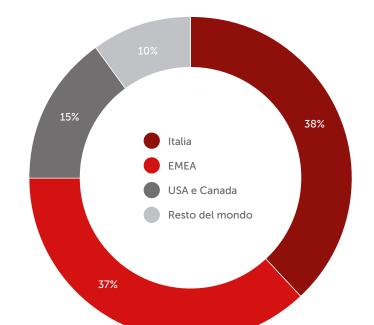
■ 2.3.1 Clienti e mercati serviti

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 toccando tutti e 5 i continenti con più di 7 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).

Nel 2015 le vendite della illycaffè hanno segnato un incremento significativo rispetto l'anno precedente in termini di volumi e fatturato con una crescita distribuita tra i Paesi in cui l'azienda opera con distribuzione diretta ed i Paesi serviti tramite distributori indipendenti. Il trend di crescita dei mercati internazionali si conferma anche per il 2015 con EMEA e l'Italia che continuano a rappresentare più del 50% del fatturato totale.

RICAVI PER AREA GEOGRAFICA - 2015



L'OFFERTA ILLY

I prodotti Caffè

Caffè in Capsule - Confezioni

Caffè in Capsule - Barattoli

Caffè in Capsule Monoarabica

Caffè in Cialde E.S.E.

Caffè Espresso Macinato per Macchina

Caffè Macinato per Moka

Caffè in Grani

Caffè Filtro all'Americana

Caffè freddo e illyquore

Dalla fine del 2014 l'azienda ha differenziato le business unit in Business to Consumer e Business to Business. Anche i ricavi per tipologia sono pertanto veicolati sul mercato attraverso modalità distinte, laddove la divisione Business to Business continua la propria crescita e prevale in termini dimensionali, e la divisione Business to Consumer inizia la propria operatività.

La **centralità del cliente** è, infatti, 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 professional viene favorita applicando un modello strategico che sposa l'aspetto commerciale al concetto di sostenibilità. 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, illy store), i clienti possono ottenere risultati migliori.

Il piano di crescita del gruppo, si concentra su tre direttrici:

- l'aumento della quota mercato nel segmento della premium hospitality a livello globale attraverso lo sviluppo del mix prodotti/servizio;
- l'estensione alle altre occasioni di consumo in particolare a casa attraverso sistemi di preparazione porzionati
- la focalizzazione su un'offerta al consumatore di alta qualità, sia attraverso punti vendita monomarca che attraverso l'e-shop

La distribuzione dei prodotti illycaffè avviene principalmente attraverso i sequenti canali per i settori dell'organizzazione:

Business to Business

- Ho.Re.Ca: Hotel, Restaurant, Cafè
- Artisti del Gusto
- Bar illy
- Retail tradizionale
- Grande Distribuzione Organizzata
- Eldom (mercato dell'elettronica di consumo)
- Vending (uffici e luoghi di lavoro)

Business to Consumer

- illy Shop
- illy store (espressamente illy e illy Caffè)
- e-commerce

■ 2.3.2 Creazione di valore e sostenibilità per i clienti

Iniziative 2015 per la creazione di valore nel canale B2C

illycaffè ha rilanciato ulteriormente la propria offerta B2C con le aperture di locali di nuova concezione, come i caffè illy, o programmi di restyling e rinnovo di quelli esistenti: tutti quanti hanno il comune denominatore di essere luoghi di coinvolgimento del consumatore e di stimolo per la creatività, dove è valorizzata la filosofia dell'azienda fatta di arte, cultura, design, enogastronomia.

La ricerca della qualità è al centro di tutti i punti vendita diretti al pubblico, e viene massimizzata nei nuovi store (16 espressamente e 13 illyshop), sviluppati dalla direzione artistica di illycaffè, spesso in collaborazione con importanti designer nazionali o internazionali.

Continua a crescere l'interesse dei consumatori nei confronti dell'acquisto di prodotti on-line attraverso l'e-shop illy: nel 2015, in Europa, le visite sono aumentate del 32%, le transazioni web del 19%.

Inoltre, sono stati lanciati programmi di fidelizzazione come:

- illy lovers: un abbonamento che permette al consumatore di ottenere una la macchina da caffè gratuita e in garanzia (macchina sempre efficiente, in sostituzione in caso di rottura) a fronte di un impegno di acquisto di capsule per 12-18 mesi con una frequenza bimestrale.
- Crm & loyalty: un programma esperienziale (attivo solo in Italia) basato su badge quantitativi che, in base agli acquisti effettuati, consentono ai consumatori di ottenere un voucher sconto da spendere sullo shop online o nel punto vendita offline a piacere, nelle sezioni caffè, macchine da caffè e tazzine

Iniziative 2015 per la creazione di valore nel canale B2B

Il network **Artisti del Gusto** nasce dalla volontà di rispondere ai desideri profondi dei clienti, offrendo la migliore esperienza di consumo possibile, sempre e ovunque e coinvolge più di 1.700 professionisti a livello globale. Ai baristi inseriti nel progetto, illycaffè offre 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 come la nuova macchina professionale P1 con tecnologia Bluetooth adottata al 2015 da circa 440 di loro.

La garanzia di eccellenza del network è stata anche documentata dal

National Geographic Channel che ha dedicato un'intera serie televisiva agli Artisti del Gusto, raggiungendo più di 640mila telespettatori nella sua terza edizione. Anche il Gambero Rosso, magazine enogastronomico italiano e punto di riferimento per gli appassionati di tutto il mondo, ha riconosciuto questa eccellenza segnalando diversi locali Artisti del Gusto nelle sue guide, inserendoli tra i migliori professionisti d'Italia. Dall'analisi delle vendite del 2015 è emerso come la partecipazione ai programmi formativi proposti dall'azienda abbia permesso, agli esercizi aderenti, di mantenere costanti le vendite in un anno di crisi dei consumi che ha visto i pubblici esercizi perdere mediamente il 6% rispetto all'anno precedente. Per supportare e offrire servizi specializzati ai canali Ho.Re.Ca, illycaffè ha sviluppato all'interno del proprio sito istituzionale, la sezione "Professional" che offre consulenze e suggerimenti pratici ai professionisti del settore. La sezione ha registrato visite mensili in crescita (+25%).

ILLYCAFFÈ E I GRANDI OPERATORI INTERNAZIONALI E NAZIONALI DEL SETTORE OSPITALITÀ E TRASPORTI

- Il Gruppo Marriot International ha insignito illycaffè del riconoscimento Marriott International: 2015 global sustainable supplier award.
- Il Gruppo Accor ha coinvolto illycaffè in un programma di monitoraggio della propria supply chain sulle tematiche della sostenibilità, attraverso la piattaforma ECOVADIS che analizza e monitora i fornitori, prendendo in considerazione policy e requisiti su impegno ambientale, condizioni di lavoro, trasparenza e correttezza del business, gestione della supply chain.
- Con Le Meridien illycaffè ha stretto un accordo di collaborazione per la formazione degli operatori attraverso il programma "Master baristas"
- Sono state attivate a livello globale importanti collaborazioni nel settore dei trasporti: **United Airlines** (Stati Uniti), ha premiato illycaffè come caffè preferito dai propri viaggiatori (tramite survey presso i consumatori) e lo ha introdotto nelle proprie consumazioni a bordo. In Italia, continua la collaborazione con Trenitalia e Costa Crociere; grazie ad EXPO è stata sviluppata la partnership con altri operatori aeroportuali quali, ad esempio, gli Aeroporti Milanesi.

Soluzioni innovative e sostenibili per clienti e consumatori

Lo sviluppo del mercato parte sempre dal principio di fondo per il quale qualità e sostenibilità sono per l'azienda un binomio inscindibile: un prodotto eccellente per essere tale non può che essere sostenibile. Con questa filosofia, illycaffè, nel 2015 ha continuato a sviluppare soluzioni innovative e sostenibili per i clienti e gli stakeholder.

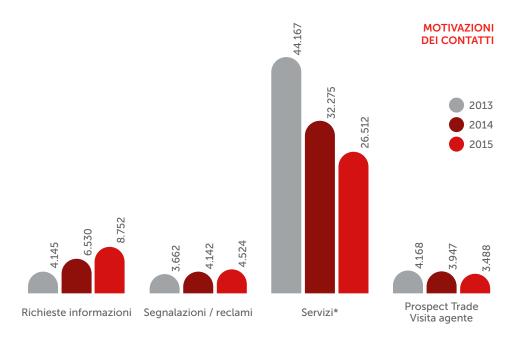
Packaging

- Supporto per il riconoscimento da parte di CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) della capsula svuotata del caffè come un imballaggio, favorendo in questo modo la riciclabilità delle capsule esauste (<u>link sez. Ambiente</u>);
- Realizzazione di ECO (Easy Capsules Opener) tagliacapsule domestico e manuale, che permette ai consumatori di separare la plastica dal caffè a casa propria e differenziare in modo corretto i rifiuti;
- Test di soluzioni per il recupero e riciclo della plastica delle capsule anche nei bar, nei negozi retail, con l'obiettivo di creare un circolo virtuoso che coinvolga l'azienda e i consumatori
- Investimenti in ricerca e tecnologia per ridurre il peso della capsula e l'overpackaging, attraverso la metodologia Life Cycle Assessment (link sez. Ambiente);
- Adozione di nuove tecnologie di saldatura dei barattoli che permettono di ottenere un miglioramento del prodotto finale e un vantaggio in termini di LCA (carbon footprint inferiore).

Prodotti e sistemi

- Lancio sul mercato di nuovi prodotti in risposta ad esigenze dei consumatori, come:
 - le capsule per la preparazione del caffè lungo (americano) (link sez. Innovazione);
 - Pulcina, la nuova caffettiera che riunisce la tecnologia sviluppata da illycaffè nel campo della termodinamica con l'esperienza progettuale di Alessi, con l'obiettivo di aumentare la funzionalità della classica moka ed esaltare le proprietà organolettiche del caffè;
 - il caffè con tostatura Extra Scura, dedicata a chi predilige un aroma ancora più intenso;
 - il decaffeinato ad acqua, realizzato con un processo di estrazione naturale, che assicura un risultato in tazza impeccabile durante l'intero processo.
- Inoltre illycaffè ha stretto alleanze con importanti player del settore come Keurig Green Mountain, operatore di rilievo americano delle specialty coffee, macchine per caffè, the e altre bevande: la partnership riguarda un accordo pluriennale per realizzare capsule K-Cup per il sistema di preparazione Keurig con il marchio e il blend illy, negli Stati Uniti e in Canada.

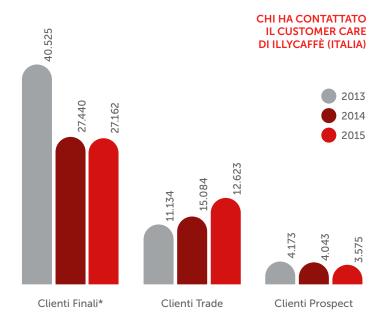
■ 2.3.3 Ascolto e soddisfazione del cliente



^{*} Comprende l'assistenza tecnica macchine da caffè, e altri servizi amministrativi

È possibile notare un decremento positivo dei contatti trade (canale Ho.Re. Ca) rispetto al 2014, a segnale di un maggior presidio da parte della forza vendita.

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 attraverso la propria forza vendita (160 persone che dialogano costantemente con il territorio di competenza) e 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.



*Rispetto agli anni precedenti, le categorie "Consumers" e "Eshop Customers" sono state unificate nella categoria "Clienti Finali"

Nel 2015 ci sono stati 43.360 contatti con il customer care:

- 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.

Nell'ultimo quadrimestre, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, le richieste di informazioni su promozioni e abbonamenti sono aumentate del 149%, soprattutto per le iniziative fidelity illylovers, codici promo e campagne Indesit, così come sono aumentate del +129% le richieste di informazioni per l'assistenza tecnica alle macchine di caffè Francis Francis.

ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

In Brasile ed in Olanda il Customer Care è composto da 3 persone mentre in Cina da 2. Anche in Germania esiste un team dedicato, che gestisce numerosi contatti al giorno mentre in Spagna il Customer Care gestisce un parco di 100 clienti e un potenziale di circa 3.000. In illycaffè Nord America nel 2015 ci sono stati più di 145,000 contatti attraverso il call center, gestiti sia tramite telefono che e-mail mentre in Austria, si ricevono circa 15-20 contatti in media al mese. Da questi contatti emerge un livello di soddisfazione del cliente molto alto, con l'85% dei clienti soddisfatti e l'86% che consiglierebbe i prodotti ad amici e famiglia.

In Cina il servizio clienti mantiene una supervisione settimanale delle segnalazioni che avvengono tramite il sito e-commerce. La società recentemente ha completato la lista delle domande frequenti per rispondere in maniera efficace ed efficiente a ogni cliente.

In Olanda è in atto un processo di miglioramento di tutto il sistema di Customer Care, che ha visto nel 2015 l'introduzione di un sistema automatico di gestione dei contatti. Questo ha permesso di garantire una rapida risposta al cliente (1 giorno lavorativo) e la chiusura di circa il 91% delle segnalazioni e contatti.

Attraverso il proprio sistema di gestione per la qualità e grazie alla tensione verso il miglioramento continuo, illycaffè interviene con azioni mirate per risolvere le problematiche e continuare a mantenere alti livelli di soddisfazione dei clienti e dei consumatori. Oltre alle attività del Customer Care, sono stati utilizzati diversi altri canali per il contatto e l'ascolto dei clienti quali:

- presenza sui social network:
- ricerche di customer satisfaction rivolte ad Artisti del Gusto (circa 500); bar illy, clienti online;
- survey telefoniche per: Artisti del Gusto, ex clienti Horeca, Horeca iperespresso
- 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.

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:

Sustainable value report 2015

- il monitoraggio della qualità in tazza illycaffè servita dai Clienti Horeca e Vending (su richiesta) su tutto il territorio italiano;
- 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 2015 sono state aperte 36 azioni di miglioramento di cui 25 sono state chiuse nel corso dell'anno. (Nota: Per l'ambiente, 6 erano le acp di cui 5 chiuse e 1 in fase di chiusura). 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 con il barattolo di caffè da 3 chili.



■ 2.3.4 Comunicazione e informazione responsabile

illycaffè vuole coinvolgere emotivamente e intellettualmente il consumatore, offrendogli un'esperienza polisensoriale. Con questa idea, oltre ad offrire la qualità del prodotto, dove i requisiti di aroma, gusto e corpo sono veicoli essenziali, l'azienda ha trasferito l'eccellenza anche sulla tazzina, il principale strumento di utilizzo del prodotto: è così che nel 1992 sono nate 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 i negozi monomarca, 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).



Le persone illycaffè

■ 2.4.1 Politiche per le Risorse Umane

illycaffè riconosce la **centralita delle persone**, stakeholder strategici, e l'importanza di mantenere chiare le relazioni basate sulla trasparenza, sulla reciproca lealta, sulla fiducia e sull'applicazione dei comportamenti dettati dal Codice Etico adottato dall'azienda.

La gestione e la collaborazione nei rapporti di lavoro si fonda sul 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 di ciascun collaboratore. Persegue una piena realizzazione professionale facendo leva su un sistema di gestione del personale integrato, costituito dai processi definiti nel piano strategico aziendale.

Si applicano, inoltre, **sistemi di valutazione** delle performance che coinvolgono, periodicamente, tutta la popolazione attraverso una chiara definizione di obiettivi condivisi e misurabili (in termini numerici, economici e finanziari) oltre che individuali, il cui raggiungimento viene premiato con un riconoscimento economico variabile: Dirigenti e Quadri ricevono ogni anno una regolare revisione annuale delle loro performance, mentre per impiegati e operai è previsto un sistema più snello ed efficiente.

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.

Sul fronte dello **Sviluppo organizzativo**, nel 2015 è proseguito il percorso intrapreso negli anni precedenti, realizzando molteplici progetti orientati a rafforzare le logiche di centralità del cliente, coerentemente con l'impostazione strategica aziendale.

Al fine di sostenere il cambiamento anche sul piano della cultura organizzativa, nel 2015 è proseguito il programma di cittadinanza attiva **illycitizen** per migliorare l'impegno e la motivazione di tutti i collaboratori aziendali; questa iniziativa ha permesso di identificare e implementare un piano di azioni migliorative sia interne sia verso i clienti finali, anche in risposta ai feedback raccolti.

Quest'impegno, orientato a focalizzare maggiormente l'attenzione dell'organizzazione verso le istanze del cliente e del consumatore finale, ha trovato un ulteriore campo di applicazione nell'iniziativa che più di tutte ha caratterizzato l'anno 2015, ossia, la presenza illycaffè presso Expo Milano 2015 con il Cluster del Caffè: ciò ha comportato l'assunzione di 50 nuove risorse ed ha permesso di acquisire competenze importanti quali la gestione di grandi eventi e la somministrazione di caffè in aree ad alto afflusso giornaliero. Infine, illycaffè ha mantenuto i numerosi investimenti per la formazione in linea con gli anni precedenti tra cui la formazione executive per il management, il digital trip ed altre iniziative.

■ 2.4.2 Occupazione

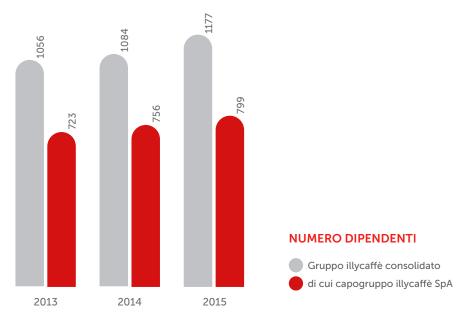
PERIMETRO DI RIFERIMENTO PER I DATI SULL'OCCUPAZIONE

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 ha iniziato a strutturare un processo di monitoraggio e reporting che a partire dal prossimo esercizio, e in maniera graduale, permetterà la gestione organica ed integrata delle informazioni sul personale a livello globale.

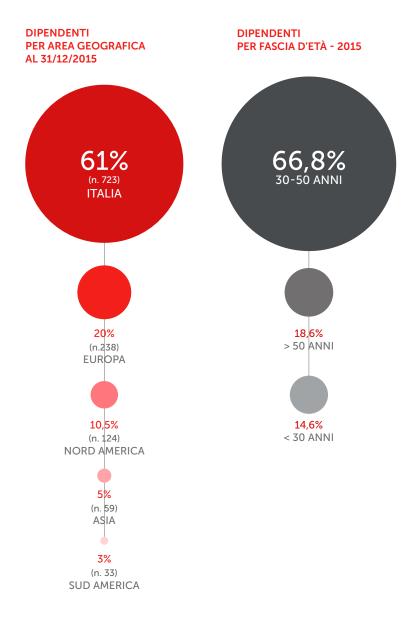
In termini generali anche nel 2015 si confermano i trend degli anni precedenti con una crescita dell'organico coerente con lo sviluppo del business, un contenuto tasso di turnover e la positività delle relazioni interne.

Al 31 dicembre del 2015, a livello consolidato di tutta la illycaffè SpA, lavorano come dipendenti **1.177 persone** (+8,6% rispetto al 2014). Il 68% del personale lavora alle dipendenze della Capogruppo, di cui l'82% in Italia: il 44%, a livello globale, sono donne.

Con riferimento alle società ricomprese nel perimetro di rendiconto (che rappresentano l'86% del totale dei dipendenti), in base alla suddivisone per fasce di età, i dipendenti tra 30 e 50 anni rappresentano sempre la maggior parte del personale (66,8% del totale): in proporzione, tuttavia, rispetto al 2014 sono aumentati di più i lavoratori con meno di 30 anni (da 13,3% nel 2014 a 14,6% nel 2015) o con più di 50 anni (18,6% rispetto a 17% del 2014).



Al 31 dicembre 2015 erano presenti in illycaffè, in Italia, 20 persone con contratto di somministrazione lavoro (di cui 35% donne) e 3 con contratti a progetto, di cui tutti uomini. Inoltre, erano attivi 6 stage con il fine di accogliere studenti provenienti dagli Istituti Scolastici e dell'Università del territorio.



Sustainable value report 2015

La distribuzione geografica del personale presenta per il 2015 una situazione simile a quella del 2014.

Il 60,5% circa del personale lavora nelle società italiane del gruppo (62% nel 2014), mentre il 20,6% è impiegato nelle altre società con sede in Europa. Il resto del personale è distribuito tra Nord America (10,5%), Asia (5,4%) e Sud America (3%).

Al 31 dicembre 2015 il personale illycaffè assunto a tempo indeterminato (o forme simili, in coerenza con la contrattualistica applicata nei vari Paesi di presenza di illycaffè) rappresenta l'88,5% del totale.

Il ricorso al part time riguarda il 6,9% dei dipendenti (rispetto al 5,5% al 2014) e viene richiesto quasi prevalentemente dalle donne (85,7% dei casi).

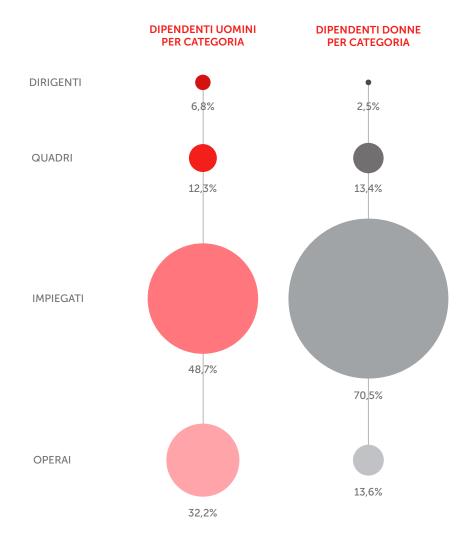
illycaffè premia il merito e, coerentemente con quanto previsto dal Codice Etico, offre ai propri collaboratori pari opportunità di lavoro sulla base delle capacità professionali e di rendimento. In termini di retribuzione vengono applicate le disposizioni previste dai Contratti nazionali e dalle normative 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, 0,85 per gli impiegati, 0,92 per quadri e 0,91 per gli

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.

Sustainable value report 2015

La percentuale delle **donne presenti in posizioni di responsabilità** (Dirigenti e Quadri - perimetro di riferimento Ilycaffè Italia) è pari al 34% del totale dei dipendenti con contratto Dirigenti o Quadri a livello globale.



Il tasso di **turnover** nel 2015, calcolato come rapporto tra le persone uscite nel periodo e il totale organico presente alla fine del periodo, è pari al 5,72%. È, invece, l'11,75% 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.

I lavoratori appartenenti alle categorie protette sono, per la Capogruppo in Italia, 22, di cui 10 donne e 12 uomini: rappresentano il 3,20% del totale della forza lavoro in Italia (stabili rispetto al 2014).

	N. ASSUNZIONI		N. CESSAZIONI		TASSO ASSUNZIONI*		TASSO CESSAZIONI*	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Uomini	60	46	30	24	10,45%	12,07%	5,23%	6,30%
<30 anni	20	17	6	1				
30-50	39	27	20	16				
>50 anni	1	2	4	7				
Donne	45	32	25	14	10,27%	11,30%	5,71%	4,95%
<30 anni	28	15	10	1				
30-50	17	17	14	7				
>50 anni	0	0	1	6				
Totale	105	78	55	38	10,38%	11,75%	5,43%	5,72%



■ 2.4.3 Formazione e sviluppo del personale

Le persone sono al centro degli interessi dell'azienda nonché componente fondamentale della strategia di evoluzione e crescita: il sistema di assunzioni favorisce 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, ed 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. Attraverso specifici programmi formativi, illycaffè vuole far diventare i propri collaboratori:

- Business partner: supportano l'azienda nei maggiori progetti, nel conseguimento degli obiettivi, nello sviluppo delle competenze.
- People partner: aiutano il management nello sviluppo del proprio staff.
- Company partner: sostengono l'azienda nello sviluppo di un'identità e una cultura per la costruzione di una leadership diffusa.

La ciclicità del piano coinvolge in maniera differente le varie figure professionali, le quali, di anno in anno, sono coinvolte in misura maggiore o minore a seconda degli obiettivi formativi e le attività realizzate in periodi precedenti.

I "percorsi formativi" vengono costruiti e suddivisi per competenze tecniche e competenze comportamentali: le metodologie didattiche variano in base alla tipologia del corso. 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.

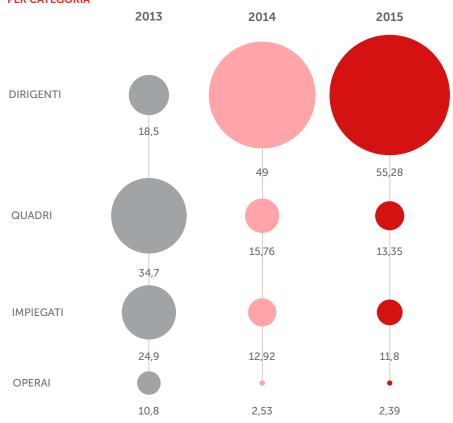
Attraverso il programma illycitizen tutte le funzioni aziendali sono state

coinvolte attraverso la partecipazione attiva a workshop tematici incentrati sul miglioramento della relazione e del servizio ai clienti e sull'evoluzione dei valori aziendali. Il progetto ha permesso di definire piani di miglioramento che saranno monitorati nel corso del 2016. Sono state realizzate anche sessioni nelle altre società europee (Austria e Olanda).

Sustainable value report 2015

Le ore medie pro capite di formazione per il 2015 sono state 10,74 e risultano su livelli simili anche in base al genere (10,55 per gli uomini e 11,00 per le donne).

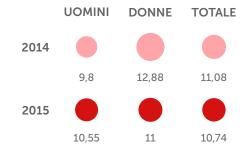
ORE MEDIE PRO CAPITE PER CATEGORIA



ORE MEDIE PRO CAPITE, ILLYCAFFÈ ITALIA



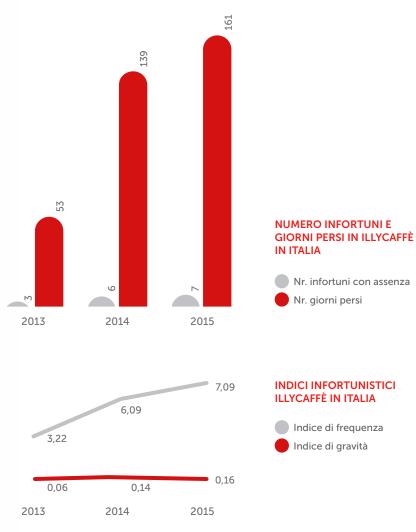
ORE MEDIE PRO CAPITE, PER GENERE



Valore sociale 50 Sustainable value report 2015



■ 2.4.4 Salute e sicurezza



Perimetro di riferimento: dati riferiti a illycaffè SpA in Italia. L'Indice di frequenza è dato dal rapporto tra il numero degli infortuni verificatisi in un anno e le ore lavorate, X 1.000.000. L'Indice di gravità è dato dal rapporto tra i giorni di assenza per infortuni e le ore lavorate, X 1.000

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: la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori avviene attraverso azioni preventive - attenendosi alle prescrizioni di legge - e attività formative. L'azienda sviluppa percorsi formativi dedicati ai 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 una squadra di pronto intervento capace di effettuare attività di primo soccorso e antincendio: a fine 2015 si contano 30 persone componenti le squadre antincendio e 27 persone componenti la squadra di primo soccorso.

Dal 2014 nei siti sono stati posizionati quattro defibrillatori semiautomatici (DAE) e i componenti della squadra di primo soccorso hanno ottenuto l'abilitazione all'uso e si esercitano a cadenza biennale.

Nell'anno 2015 si sono verificati 7 infortuni sul luogo di lavoro (4 uomini e 3 donne) per un totale di 150 giorni di assenza e 1 in itinere (0 giorni di assenza). A questi dati si aggiungono 11 giorni per un infortunio avvenuto a fine 2014 e prolungatosi nel 2015. Rispetto al 2014 si è verificato un infortunio in più, determinando un leggero aumento dell'indice di frequenza, ma una sostanziale equivalenza di quello di gravità.

Il tasso di assenteismo per infortuni sul luogo di lavoro è pari a 0,07%.

Il tasso di assenteismo per malattie dei lavoratori di illycaffè in Italia, è pari al 2,84% (calcolato come ore d'assenza per malattia sul totale delle ore lavorabili). Non si sono registrati infortuni al personale di ditte terze operanti all'interno degli stabilimenti di illycaffè.

Sistema di gestione e valutazione dei rischi

Per garantire un miglioramento continuo delle condizioni di lavoro, illycaffè monitora costantemente le evoluzioni normative in materia di sicurezza. Nello specifico, è stata effettuata la valutazione del rischio da stress lavoro correlato introdotto di recente con il d.lgs 81/2008 (Testo Unico in materia di sicurezza). 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 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.

Sustainable value report 2015

Dal 2013 è stata migliorata la procedura per le segnalazioni e le rilevazioni di ogni evento rilevante per la sicurezza: su apposite schede vengono riportati i dati salienti e le misure correttive suggerite. Inoltre, mensilmente, viene prodotto un report sullo stato delle segnalazioni (chiuse, aperte e in lavoro). Il report è inoltrato a tutti i responsabili di funzione, Amministratore Delegato, Organismo di Vigilanza 231, Collegio dei Sindaci e RLS. Nel 2015 sono stati rilevati 3 quasi infortuni, 2 incidenti, 24 situazioni pericolose e 3 non conformità.

Formazione e prevenzione

L'aspetto formativo ricopre un ruolo di primaria importanza: ogni lavoratore ha ricevuto nell'arco dell'anno 1,65 ore di formazione sul tema per gli uomini e 1,0 per le donne, mentre al personale coinvolto nelle attività in EXPO, sono state erogate 536 ore totali di formazione che hanno visto la partecipazione di 67 dipendenti. L'impegno di illy si e concretizzato nell'aumento delle ore di formazione erogate, dalle 1608 del 2014 alle 1767 del 2015 con il coinvolgimento di 443 lavoratori.

Sicurezza per gli operatori delle ditte terze

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. L'azienda estende a tutti quanti operino nei propri stabilimenti le attività di informazione e vigilanza e, l'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 2015, illycaffè ha operato per migliorare ulteriormente il rapporto con operatori esterni, anche sul fronte della salute e sicurezza: con il lancio del Portale Fornitori, illycaffè raccoglie, organizza, e gestisce in tempo reale tutte le informazioni rilevanti relative ai propri fornitori, agli aspetti anagrafici, ai requisiti tecnici richiesti, alle idoneità professionali necessarie, alla documentazione da produrre, agli adempimenti normativi sulla sicurezza, ecc. Inoltre, il sistema permette di ottimizzare e informatizzare la verifica degli accessi ai siti aziendali da parte del personale dei fornitori.

2.4.5 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 ha un basso tasso di 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.

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 2015 le strutture convenzionate sono 2 e i figli dei dipendenti che usufruiscono del contributo aziendale sono in tutto 15

Sustainable value report 2015

Assistenza sanitaria e previdenza complementare

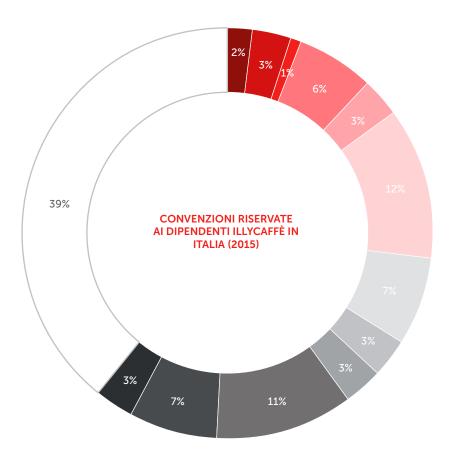
Dal 2003 l'azienda paga un premio (a suo totale carico) per l'assistenza sanitaria integrativa del dipendente e del suo nucleo famigliare. Nel corso del 2015 le richieste di rimborso sono state 1.150 (830 nel 2014). Per la previdenza integrativa l'azienda versa un contributo superiore alla previsione contrattuale, pari a 147.000 (143.000 nel 2014). Gli iscritti ai fondi pensione aperti individuali dall'azienda, al 31 dicembre 2015 erano pari a 345 (351 nel 2014).

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 2015, ha erogato 89.941 pasti ai dipendenti con un incremento del 5,68% rispetto al 2014 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.

Valore sociale 53 Sustainable value report 2015





ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

Anche le società estere riservano agevolazioni ai dipendenti come ad esempio assicurazione sanitaria, automobili aziendali, convenzioni, omaggi, cene natalizie e servizi time saving. In Spagna, ad esempio, dal 2015 i dipendenti ricevono 500 euro per ogni figlio, da destinarsi all'acquisto di libri. Infine, in Austria, i dipendenti possono usufruire dell'abbonamento annuale ai trasporti pubblici.



Fornitori di beni e servizi

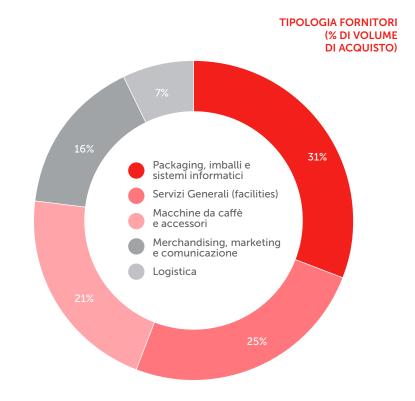
illycaffè, nel rispetto del valore della sostenibilità e dell'etica degli affari, intrattiene rapporti di mutuo beneficio con i suoi fornitori, selezionandoli e indirizzandoli anche in funzione dell'allineamento con i suoi valori.

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". A supporto di questo impegno, nelle Condizioni Generali di Acquisto allegate agli Ordini di Acquisto, si rimanda al link che contiene il codice etico di illycaffè.

- Sicurezza dei prodotti servizi processi. La responsabilità e il valore creato da illycaffè nel lungo periodo per i propri stakeholders 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 stakeholders.
- 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.

Nel corso del 2015 illycaffè ha migliorato la classificazione dei fornitori individuando nuove categorie o macro classi, per un maggior dettaglio al fine di ottenere analisi più precise. È stato lanciato e implementato un Portale di Accreditamento Fornitori che permette di qualificare, secondo criteri definiti, i fornitori prima di avviare qualsiasi attività con loro.

Sustainable value report 2015



Tra questi, l'azienda 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 euro), oppure che operano in partnership di processo produttivo/distributivo, o 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 euro sono stati complessivamente 27 anche nel 2015.

Nel 2015 è proseguito il progetto sulla catena di fornitura non caffè verde con il quale l'azienda, 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 introdotto 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 2015 la scelta dei fornitori è stata soggetta a criteri di rischio ambiente, fatturato, unicità, storico e strategico. Invece, a partire dal 2016, ove possibile, si inizieranno ad introdurre nuovi criteri per la selezione inerenti a tematiche di sostenibilità ed energia. In particolare, è in corso di definizione il progetto di **Sourcing Risk Management** che ha l'obiettivo di mappare, sulla base di criteri definiti, i rischi di fornitura/fornitore (tra i quali quelli relativi ad ambiente, salute e sicurezza, socialðics, compliance, innovation, ecc) e di individuare delle misure correttive per ridurre al minimo se non eliminare questi rischi. L'obiettivo è quello di completare la mappatura dei rischi di fornitura/fornitore entro il 2016, per iniziare l'implementazione delle misure correttive dall' anno successivo.

Nel 2015, inoltre, è proseguito il 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

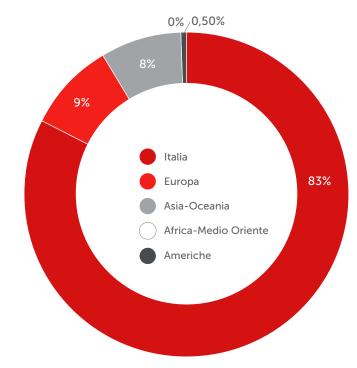
con l'attribuzione di punteggi (vendor rating) che permettono di misurare le performance negli acquisti. Sulla base delle risultanze, i fornitori verranno analizzati dalla Direzione Acquisti insieme alla Direzione Assicurazione Qualità, per determinare aree di miglioramento ed iniziative dettagliate.

Sustainable value report 2015

Nessun nuovo fornitore di rilievo è stato acquisito nel 2015 e pertanto nessun nuovo fornitore è stato valutato secondo criteri ambientali, pratiche di lavoro, diritti umani ed impatto sulla società.

Dalla mappatura per area geografica dei principali fornitori non caffè emerge come l'82,5% del fatturato di acquisto sia prodotto in Italia, a conferma dell'orientamento aziendale di rifornirsi presso operatori nazionali; il 9% invece, si riferisce a fornitori con sede nel resto d'Europa e l'8% in Asia-Oceania. Circa lo 0,5% degli acquisti proviene dalle Americhe.

PROVENIENZA FORNITORI (% DI VOLUME DI ACQUISTO)



illycaffè e le comunità

Highlights

Diversi progetti per la promozione e lo sviluppo di iniziative a forte ricaduta sociale nei Paesi produttori di caffè. illycaffè rispetta i diritti umani delle comunità dei produttori attraverso un impegno oggi certificato dalla Certificazione Responsible Supply Chain Process. 430 mila euro di elargizioni erogate dalla Capogruppo in Italia per scopi di utilità sociale nel 2015 e 355 mila euro di quote associative:

512 mila euro il valore erogato dalle società estere in donazioni, sponsorizzazioni, in-kind e altre attività per la comunità.

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

■ 2.6.1 Cittadinanza d'impresa

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 comunita rurali si manifesta soprattutto attraverso la formazione proposta 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.

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.



2.6.2 Sostegno alle Comunità locali e rapporto con le Istituzioni

illycaffè in Italia

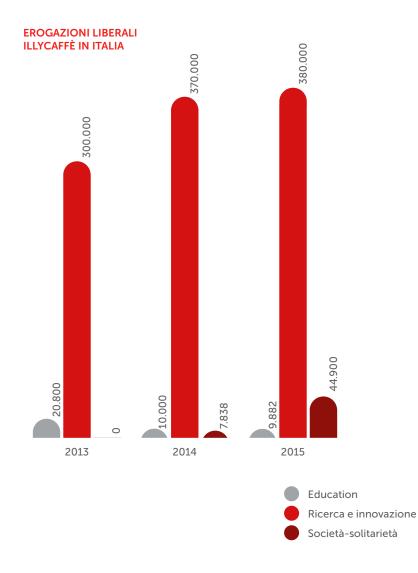
Con riferimento agli "investimenti sociali", oltre alle collaborazioni strategiche con le Comunità dei Paesi produttori, le diverse società del Gruppo si adoperano per creare valore e beneficio per le comunità in cui operano. In un'ottica di lungo periodo vengono sostenuti interventi nei campi socio-assistenziale, educativo, di solidarietà, della ricerca scientifica. Nel 2015 la sola capogruppo (illycaffè SpA) ha sostenuto interventi in questi settori erogando oltre 430.000 euro. A questi si sommano le erogazioni delle società estere che, in totale, ammontano a circa 512.000 euro e comprendono donazioni, sponsorizzazioni ed il valore dei servizi resi tramite in-kind ed altre tipologie di attività.

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.

A livello territoriale locale, l'azienda sostiene due importanti realtà culturali: il Teatro lirico Giuseppe Verdi che è il principale teatro di Trieste e il Politeama Rosetti, il Teatro Stabile del Friuli-Venezia Giulia.

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 Alimenti, Circulo Bellas Artes, Museo Guggenheim, Palau de la Musica, Teatro Liceu, Reina Sofia, Macba ed ha donato nel 2015 la somma di 135 mila euro.

In **Francia**, contribuisce ad una scuola di business specializzata nella formazione di studenti di economia specializzata per il settore Ho.Re.Ca.

In **Olanda**, ogni anno sostiene due fondazioni, Roparun e Kika, che supportano la ricerca sul cancro e in Austria sponsorizza il "life ball", un evento per la raccolta di fondi per la lotta all'AIDS.

In Nord America, anche nel 2015 sono stati portati avanti numerosi progetti civici legati agli stili di vita sana, cinema e l'arte, campagne di raccolta fondi, seminari ed una giornata di volontariato d'impresa in collaborazione con la fondazione "Clean the world". Complessivamente, nel 2015, illycaffè North America ha destinato più di 370 mila euro tra donazioni, in-kind o supporto alla realizzazione di numerose attività. Tra le molteplici iniziative, si segnala la serie di seminari "The Coffee Talk" all'interno del padiglione degli Stati Uniti all'interno di EXPO. I seminari hanno coinvolto numerosi esperti dell'Università del Caffè su tematiche relative al mondo del caffè ed a supporto dell'esposizione del padiglione indirizzata alle tematiche della scarsità di cibo e nutrizione.

Relazioni istituzionali

I rapporti tra illycaffè e le istituzioni nazionali e sovranazionali sono improntati a un'assoluta trasparenza e governati inoltre 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 una 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
- AllPA 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 Isituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione
- ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO
- ISTITUTO PER I VALORI d'IMPRESA
- UPA Utenti Pubblicità Associati
- World Economic Forum
- Altagamma
- 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

illycaffè è impegnata 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.

Sustainable value report 2015

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 caffeicoltori, 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. 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.

Nel corso del 2015 è stato siglato un accordo tra illycaffè, la Fondazione Ernesto Illy e l'Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale (Unido), sotto il patrocinio del Ministro Etiope dell'Industria, Mebrathu Meles, e Luca Zelioli, responsabile Direzione Generale per la Cooperazione dello Sviluppo presso il Ministero Italiano degli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale, con l'obiettivo di aumentare la qualità e la

capacità di produzione etiope di caffè e di consentire ai piccoli produttori di accrescere i propri guadagni, incoraggiando lo sviluppo economico locale e ottenendo un riconoscimento internazionale.

Il progetto Unido "Improving the Sustainbility and Inclusiveness of the Ethiopian Coffee Value Chain through Private and Public Partnership" mira a raggiungere gli obiettivi di sviluppo e di business in modo sostenibile, usando le migliori tecnologie per produrre e commercializzare il caffè etiope in tutto il mondo.

Ai piccoli produttori etiopi e alle cooperative sarà proposta l'adozione delle migliori pratiche agronomiche (Best Agronomical Practices) per migliorare le competenze tecniche e la produzione. Inoltre, introdurrà efficaci modelli di sviluppo sostenibili, inclusa la "Illy Responsible Supply Chain Process Certification", che sarà utilizzata come punto di riferimento per rafforzare i fornitori etiopi.

Questa nuova partnership si integra nell'Ethiopia Programme for Country Partnership, programma di Unido per contribuire al progresso dell'Etiopia, facendolo diventare un Paese con un reddito sostenibile entro il 2025.

Sempre nel 2015 è stata firmata la dichiarazione d'intenti tra illycaffè e SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) l'istituzione pubblica nazionale colombiana, per l'avvio di una cooperazione internazionale che ha l'obiettivo di trasferire le conoscenze e le buone pratiche in materia di produzione e preparazione del caffè, creando un beneficio sia per i produttori che per i consumatori. A ufficializzare l'accordo a Bogotà erano presenti il Presidente del Consiglio dei Ministri italiano Matteo Renzi, il Vice Presidente Repubblica della Colombia, German Vargas Llera, - il Presidente e Amministratore Delegato di illycaffè, Andrea Illy e il Direttore Generale di SENA, Alfonso Prada Gil.

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	CECAFÈ - Conselho dos Exportadores de Cafè 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 Cafè				
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 a marzo 2016 Andrea Illy è stato 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 Agricolture Iniziative platform SCAA - Specialty Coffee Association of America ISIC - Institute for Scientific Information on Coffee				

Sustainable value report 2015

■ 2.6.3 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 ed emergenti dando loro visibilità.

L'obiettivo è quello di diffondere e sostanziare una cultura di ricerca e applicazione del bello unito al ben fatto, con progetti in partnership con istituzioni quali la Biennale di arti Visive di Venezia (di cui è partner dal 2003), la Triennale di Milano ed EXPO 2015.

Il desiderio di offrire un'esperienza autentica ha stimolato illycaffe a creare Galleria illy, l'evento che fa vivere la brand a 360 gradi, o a creare la comunità attraverso il web come attraverso il blog di illywords o il sito illysustainart.org, 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, decorate da Grandi Maestri e nuovi talenti. L'utile, derivato dalla vendita delle collezioni, viene reinvestito nel mondo dell'arte per supportare progetti e istituzioni per dare visibilità a giovani artisti.

Nel 2015 è uscita la seconda serie di tazzine Expo, ispirata al tema di Expo Milano 2015 "Nutrire il pianeta, Energia per la vita". I quattro artisti, Felipe Arturo, Wanja Kimani, Marcelo Moscheta ed Ernesto Bautista, provenienti da Colombia, El Salvador, Etiopia e Brasile, sono stati selezionati dai curatori del progetto illy sustainArt.

Mended Cups è invece la nuova illy Art Collection, realizzata da Yoko Ono e presentata al MoMa di New York. Le sei tazzine della collezione raccontano tragici eventi della storia contemporanea: ciascun piattino riporta il luogo e la data dell'evento e le parole "Riparato nel 2015". La settima tazzina della collezione, Unbroken Cup, è intatta, senza crepe né riparazioni e il suo piattino esprime un messaggio di pace e speranza attraverso le parole di Yoko Ono: "This cup will never be broken as it will be under your protection" ("Questa tazza non si romperà mai finchè sarà sotto la tua protezione").

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 anche attraverso la piattaforma illysustainart.org. Al solo premio in denaro, dal 2012, viene anche offerta una residenza di tre mesi presso la Fondazione Bevilacqua La Masa di Venezia, durante i quali l'artista può 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; nel 2015 la residenza è stata vinta da Felipe Arturo, artista e architetto colombiano, che ha proposto un documentario sperimentale ispirato ad Huerequeque.

Sustainable value report 2015

A small section of the world

Premiato con il 47esimo Key Awards per la colonna sonora originale e al Cristal Festival come miglior documentario nella categoria Branded entertainment & Content, "A Small Section of the World" è un documentario prodotto da illy nel 2014 con la regia di Lesley Chilcott. Racconta la storia di un gruppo di donne coraggiose che, in una remota regione del Costa Rica, hanno scatenato una vera e propria rivoluzione nel mondo della coltivazione del caffè. Quando gli uomini del villaggio hanno dovuto lasciare le famiglie in cerca di lavoro, con l'aiuto di Illy, le donne della comunità di Asomobi sono riuscite a trasformare la loro piccola porzione di mondo in modo prospero e sostenibile. La colonna sonora "The Morning" è stata scritta insieme a Carlos "Tapado" Vargas e cantata da Alanis Morissette. La collaborazione concorre a sostenere i progetti dell'azienda a favore dell'istruzione delle donne nelle comunità in cui si coltiva il caffè.

illyartlab @ La Triennale di Milano illy Coffee Surfing - Share a Dream

In occasione del Salone del Mobile, presso lo spazio illyartlab in Triennale, il celebre fotografo italiano Gabriele Galimberti, con cui illy dal 2013 ha portato avanti il progetto Coffee Surfing, ha catturato con uno scatto fotografico l'espressività dei visitatori intenti a vivere il loro sogno, ispirati dall'aroma e dal gusto di una tazzina di caffè illy.

Sustainable Connections

Sustainable Connections è la mostra che ha raccolto i lavori degli otto artisti invitati da illy a interpretare le due collezioni di tazze da caffè per Expo Milano 2015. Adán Vallecillo (Honduras), Elias Sime (Ethiopia), Esteban Piedra León (Costa Rica) and Naufus Ramírez-Figueroa (Guatemala), Felipe Arturo (Colombia), Ernesto Bautista (El Salvador), Wanja Kimani (Ethiopia) and Marcelo Moscheta (Brazil): tutti gli artisti provengono da Paesi produttori di caffè. I loro lavori e le varie pratiche artistiche stimolano il dialogo sul significato di sostenibilità nei loro territori di provenienza e raccontano nuove frontiere della creatività

Biennale Venezia e Fondazione Bevilacqua La Masa

Anche nel 2015 illycaffè è stato sponsor dell'Esposizione Internazionale contestualmente d'Arte (56° edizione). Sempre nella città di Venezia, illycaffè ha inaugurato, presso la prestigiosa sede di piazza San Marco della Fondazione Bevilacqua La Masa, la mostra "Profumo di sogno", un viaggio nel mondo del caffè con le fotografie di Sebastião Salgado, creando un ponte fra Venezia e la concomitante EXPO 2015, dove le immagini del grande fotografo brasiliano sono state esibite in grande formato all'interno del Cluster Caffè.

Il progetto è il più **grande reportage** mai realizzato dedicato al **mondo del caffè**, un **viaggio fotografico** nei Paesi coltivatori, fondato sul valore condiviso tra illy ed i produttori: lo **sviluppo sostenibile**.

Si conferma, inoltre, il supporto di illy all'**IILA (Istituto Italo-Latino Americano)**, organismo internazionale invitato dalla Biennale ad organizzare il Padiglione America Latina.

Il Gusto Di Una Città, Trieste Capitale Del Caffè

Nel 2015 illycaffè è stato fra i promotori di Il Gusto Di Una Città, Trieste Capitale Del Caffè, una mostra multimediale innovativa, allestita al Palazzo degli Incanti di Trieste, che nasce come prolungamento geografico e tematico di EXPO e del Cluster Caffè - per raccontare Trieste attraverso il suo ruolo di Capitale del Caffè: storia, economia, tradizione, costume, tessuto imprenditoriale.

illycaffè e i progetti editoriali

Il 2015 ha visto la pubblicazione del libro di Andrea Illy, **Il Sogno del Caffè**. Dalle origini della sua scoperta ai modi in cui il caffè stimola la creatività, questo libro racconta in ogni suo aspetto una delle bevande più diffuse al mondo. Un libro che vuole essere un messaggio straordinario e positivo su ciò che la passione e il lavoro per creare un prodotto d'eccellenza possono esprimere in termini di bellezza, piacere, rispetto, innovazione.

Spettacolo teatrale "Caffè" di Laura Curino

Lo spettacolo "Caffè" di e con Laura Curino, realizzato per illycaffè nel 2008 in occasione dei 75 anni dell'azienda e andato in scena per la prima volta nell'ambito di Galleria illy Trieste, è oggi disponibile in formato video.



Diritti umani

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

- Adesione ai principi dell'ILO International Labor Organizations: illycaffè acquista solo dai paesi che hanno ratificato lo standard ILO e che hanno stabilito nelle proprie legislazioni l'età minorile minima di 14 anni o maggiore.
- Applicazione e richiamo esplicito al rispetto del Codice Etico, che prevede clausole sul rispetto dei Diritti Umani in tutti i comportamenti e in tutti i contratti di acquisto. 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.



ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

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.



Ricominciamo dal futuro partendo dal presente

Highlights

1

accordo attivo volontario con il 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 di acqua per chilo di caffè pergamino prodotto 475 tonnellate

nel 2015 l'impianto fotovoltaico installato sulle coperture degli stabilimenti di illycaffè e di proprietà di terzi ha generato 893.708 kWh ed ha evitato un totale di 475t di CO₂ equivalenti

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 impattino 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.





Valore ambientale 69

L'impegno ambientale assume, per illycaffè, 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, dalle piantagioni fino alla tazzina.

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

Un modo che illycaffè ha sviluppato per onorare gli obiettivi definiti nel Protocollo Europeo 20-20-20 (per l'impegno di riduzione delle emissioni di $\rm CO_2$), è l'ideazione di nuovi packaging a minor impatto ambientale e l'introduzione di innovazioni eco-efficienti nel processo produttivo.

L'impresa promuove, presso i produttori di caffè verde, pratiche agricole sostenibili, tenendo presente la dimensione economica della produzione, la qualità del prodotto e le tecniche agronomiche 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 dal 2003 è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (S.G.A.) certificato secondo la norma ISO 14001 ed ha inoltre ottenuto la registrazione Eco- Management and Audit Scheme. Per sviluppare un sistema efficace, l'azienda ha condotto un'analisi iniziale che ha evidenziato gli impatti più significativi e le criticità ambientali legate al sito produttivo, definendo in seguito le scelte di gestione, controllo, prevenzione e di miglioramento, inserite poi nel S.G.A.

Stabilimenti e processo produttivo

L'azienda garantisce al territorio ed alla comunità interessati, siti industriali rispettosi dell'ambiente e certificati. A Trieste ci sono due stabilimenti produttivi: la lavorazione del caffè avviene esclusivamente nello stabilimento di via Flavia e anche la maggioranza degli impatti diretti provengono da questo sito, mentre nel Distripark in via Malaspina gli impatti sono per lo più funzionali alle attività di stoccaggio e magazzino logistico. Entrambi i siti non rientrano in aree protette o ad elevata biodiversità.

STRUMENTI E CERTIFICAZIONI PER LA GESTIONE AMBIENTALE

- Politica Ambientale e Dichiarazione Ambientale: raccolgono la strategia e le attività dettagliate intraprese dall'azienda compresa la diffusione di percorsi formativi volti alla comprensione e l'attuazione di politiche e obiettivi per l'ambiente, a tutti i livelli dell'organizzazione.
- Life Cycle Assessment: illycaffè utilizza l'ultima versione del software SIMAPRO 8.3 per calcolare e ridurre l'impatto ambientale dei propri processi produttivi. LCA è uno strumento di supporto alle decisioni sin dalla fase di progettazione, finalizzata alla realizzazione di nuovi prodotti e imballaggi.
- Autorizzazione Unica Ambientale AUA: nel 2015 illycaffè ha ottenuto un provvedimento autorizzativo unico istituito dal DPR 13/038/2013 n. 59, che sostituisce i diversi titoli abilitativi in materia ambientali (emissioni in atmosfera, scarichi idrici, impatto acustico ecc.) prima richiesti ed ottenuti separatamente. Si tratta di uno strumento di semplificazione amministrativa che risponde alla duplice esigenza di garantire la tutela dell'ambiente e di ridurre gli oneri burocratici a carico degli operatori.
- Certificazione ISO 50001 "Sistemi di gestione dell'energia": nel mese di dicembre 2015 l'azienda ha ottenuto la certificazione conseguendo un approccio sistemico all'efficientamento energetico, declinando politiche coerenti verso il miglioramento continuo della propria prestazione energetica.



Sustainable value report 2015

L'energia richiesta nelle fasi di produzione deriva quasi esclusivamente da quella elettrica e a metano: per questa ragione l'azienda ha adottato specifiche soluzioni per ridurre i consumi energetici e rendere più efficiente la gestione dei rifiuti.

Il Piano di Sorveglianza e Misurazioni, supportato dallo scadenzario degli adempimenti ambientali, ha certificato anche per il 2015 il rispetto dei regolamenti e delle leggi in materia ambientale.

Le società estere di illycaffè, invece, si occupano della commercializzazione dei prodotti con attività prevalentemente di tipo amministrativo. Tuttavia, oltre a quanto programmato e gestito per la sede triestina, illycaffè realizza diverse attività nelle società estere con l'obiettivo di ottenere benefici derivanti da un'attenta gestione delle risorse energetiche, dei rifiuti e dei materiali. Le attività di progettazione ed esecuzione di tali iniziative sono gestite autonomamente da ogni singolo Paese, al fine di trovare le migliori soluzioni che soddisfino il contesto locale (normativa ambientale, pratiche di settore, sensibilità del mercati).

Le spese sostenute dalla capogruppo nel 2015 per la tutela dell'ambiente sono state pari a 559,6 mila Euro risultando così suddivise:

*illycaffè SpA comprende nella città di Trieste il sito di produzione di via Flavia 110, il polo logistico di via Malaspina 32 (entrambi dotati di certificazione

SPESE DELLA CAPOGRUPPO ILLYCAFFÈ	2014	2015
Trattamento e smaltimento dei rifiuti, compresi i rifiuti elettronici	391,7 mila Euro	489,4 mila Euro
Servizi esterni per la gestione ambientale	28 mila Euro	9 mila Euro
Certificazione esterna dei sistemi di gestione ambientale	10,7 mila Euro	7,3 mila Euro
Sviluppo ambientale	15,5 mila Euro	30 mila Euro
Altro	25,4 mila Euro	23,9 mila Euro

ambientale) e un terzo sito in via Caboto 19 dove si svolgono alcune attività marginali alla produzione, legate alla progettazione e controllo qualità delle macchine da caffè. La dichiarazione ambientale EMAS è finalizzata a descrivere le attività, gli aspetti ambientali, il sistema di gestione, gli obiettivi ed 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 relativi ai consumi ed alla gestione dei rifiuti.

ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

In **Olanda**, sono state avviate numerose iniziative per l'adozione di comportamenti sostenibili tra i dipendenti, come ad esempio le fatture elettroniche, la raccolta differenziata e la stampa centralizzata per la riduzione di carta utilizzata.

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 **Spagna**, è stato messo a punto il sistema di riciclo e portata avanti una particolare attenzione verso l'utilizzo di apparati elettrici, macchinari e luce.

NOTA METODOLOGICA: PERIMETRO PER I CONSUMI AMBIENTALI

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

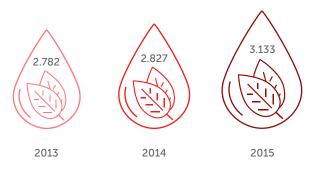
- i maggiori impatti ambientali sono legati alle attività produttive, tutte ubicate a Trieste, negli stabilimenti della Capogruppo;
- il 68% dei dipendenti dell'azienda globale è dipendente della Capogruppo.

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.

Emissioni in atmosfera

illycaffè ha siglato un accordo volontario in tema di calcolo e rendicontazione della Carbon Footprint, con il Ministero dell'Ambiente, per un progetto sviluppato con il Politecnico di Milano sul tema "ISO 14040 caffè - modalità di preparazione espresso italiano". Il progetto ha l'obiettivo di quantificare gli impatti ambientali tramite lo studio di LCA del prodotto, al fine di poter dare seguito concretamente all'impegno alla riduzione delle emissioni.

EMISSIONI LEGATE AI SITI PRODUTTIVI IN ITALIA STABILIMENTI DI VIA FLAVIA-CABOTO, TRIESTE



Gas naturale (Scope 1): emissioni dirette (derivante da combustione in impianti e macchinari fissi) di gas ad effetto serra significative (TONN CO₂eq)*

Grazie all'approvvigionamento di energia elettrica totalmente proveniente da fonti rinnovabili, illycaffè ha azzerato le emissioni di CO_2 legate a questa fonte energetica.

Inoltre, i progetti di efficientamento energetico o di produzione di energia da fonti rinnovabili permettono ogni anno ad illycaffè di evitare l'immissione in atmosfera di:

- 260 tonnellate di CO₂ derivanti dai camini della tosteria: l'impianto di recupero di calore è in funzione da gennaio 2012. Nell'anno 2015 l'energia recuperata ed utilizzata era pari a 1.011 MWh.
- 452 tonnellate di CO₂: l'impianto Fotovoltaico Distripark è connesso alla rete di distribuzione dal 1° luglio 2011. Nell'anno 2015 ha prodotto 893.708 kWh (misure trasmesse a GSE). Il coefficiente utilizzato è 505,36 Grammi di CO₂ per ogni kWh di energia elettrica consumata (fonte rapporto: ISPRA).

La nuova Autorizzazione Unica Ambiente autorizza illycaffè alla creazione di sette nuovi camini per il controllo delle polveri derivanti dal trasporto delle cotte di caffè tostato: l'esigenza di creare nuovi punti di campionamento è tesa a rafforzare il controllo delle polveri.

L'entrata in vigore e l'attuazione della nuova Direttiva 2010/75/UE relativa alle emissioni industriali, introduce i nuovi parametri di controllo quali NOx (ossidi di azoto) e COT (Carbonio Organico Totale) per i camini delle tostatrici. Almeno annualmente, illycaffè dovrà effettuare, nelle condizioni più gravose di esercizio, il rilevamento delle emissioni derivanti dagli impianti stessi trasmettendo i risultati alla Provincia di Trieste, all'ARPA FVG, all'ASS n1 Triestina e al Comune di Trieste. I valori limite di emissione sono 350 mg/Nmc per NOx e 50 mg/Nmc per COT, limiti autorizzati dalla regione Friuli Venezia Giulia.

^{*}Coefficiente per inventario delle emissioni di CO_2 . Inventario nazionale UNFCCC (valido fino a dicembre 2014) tCO_2 /Un = 1,956 - coefficiente di ossidazione = 1.



Materie prime

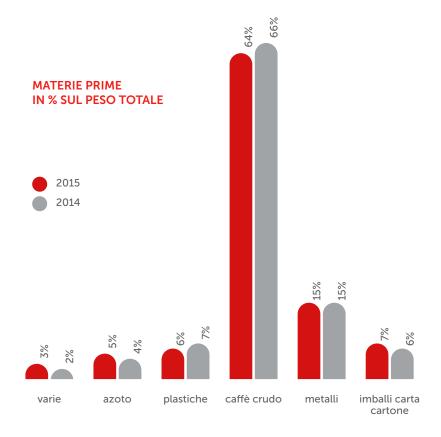
La materia prima principale per illycaffè è il caffè verde crudo. illycaffè ogni anno acquista centinaia di migliaia di sacchi di caffè Arabica dai produttori dell'America Latina, Paesi africani e dei Paesi del Sud Est Asiatico. L'azienda riconosce la produzione della materia prima come una parte considerevole del proprio impatto ambientale indiretto e ne monitora le fasi, dal cuore delle piantagioni al trasporto.

Oltre al caffè verde, l'azienda considera rilevanti l'impiego di tutti i materiali di imballaggio e confezionamento utilizzati nel packaging (plastiche e metalli) e dell'azoto. È meno cospicuo, dal punto di vista del peso sul totale, l'utilizzo di altri materiali quali: olii, solventi, inchiostri, prodotti chimici, legno, sacchi di juta, anidride carbonica, carta e cartone (diversi da imballi). Carta e cartone, sacchi juta e legno per gli imballaggi, 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, il Brasile incoraggia ai propri dipendenti una continua riduzione delle materie prime utilizzate ed un corretto smaltimento dei rifiuti prodotti. 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.

In Olanda si è raggiunta una riduzione dell'utilizzo di carta, sia attraverso l'utilizzo di fatture elettroniche che la centralizzazione delle stampe.



Energy management

illycaffè ha volontariamente introdotto in Italia la figura dell'Energy Manager, per il coordinamento ed il monitoraggio del proprio sistema energetico: ha il compito di gestire al meglio le energie disponibili verificando i consumi e promuovendo azioni che conducano al miglioramento della prestazione energetica.

I vettori energetici utilizzati nelle fasi di produzione sono principalmente quello elettrico ed il metano mentre, con riferimento al parco mezzi aziendale, i vettori sono benzina e gasolio.

Per quel che concerne l'energia elettrica, grazie alle iniziative di efficientamento introdotte negli ultimi anni, l'incremento dei consumi è stato contenuto al 3,9%. Nel 2015, nei tre siti di Trieste, si è registrato un consumo totale di **energia elettrica** pari a 42.112.800 MJ (+3,9% sul 2014) interamente proveniente da fonte idonea garantita per tutti i punti di prelievo ubicati a Trieste. L'azienda non cede all'esterno energia elettrica autoprodotta.

Il gas metano è direttamente funzionale al processo di torrefazione e l'aumento oltre la quota di proporzionalità con il caffè tostato è da attribuirsi alla volontà dell'azienda di privilegiare le caratteristiche qualitative del prodotto finito. Anche l'ampliamento dell'offerta e l'introduzione sul mercato del cosiddetto Caffè Extra Scuro, un prodotto che richiede una tostatura più lunga, ha contribuito all'aumento dei consumi. Per questi motivi, il raggiungimento dell'obiettivo di riduzione del 20% dei consumi gas metano viene mantenuto ma procrastinando l'anno 2020 inizialmente previsto. Il metano è utilizzato per il 92% nella fase di torrefazione, per il 6% nel riscaldamento e produzione di acqua calda, mentre il restante 2% è impiegato per la preparazione dei pasti nella mensa aziendale.

Il consumo nel 2015 è stato di MJ 62.477.090 (+10,8% sul 2014) nei siti di via Flavia e via Caboto, mentre nel polo logistico di via Malaspina, non vi è consumo di metano. I ridotti consumi di gas metano per riscaldamento e produzione di acqua sanitaria sono residuali in riferimento ai giorni di fermo dell'impianto di torrefazione nei weekend e nei festivi, in quanto l'impianto di recupero del calore dai camini della tosteria, provvede a soddisfare il fabbisogno dei siti. L'impianto non impiega fonti fossili.

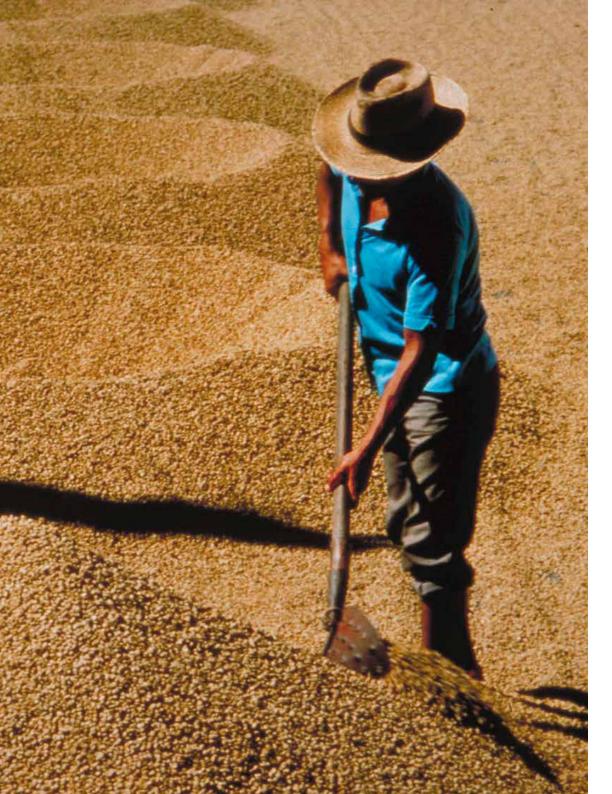
Sustainable value report 2015

Con riferimento alla gestione della flotta aziendale, nel 2015 sono stati consumati 278.821 litri di carburante (benzina e gasolio) per un totale di 3.485.263 km percorsi (con una media di consumo per vettura diesel di 8 litri/100km). Si stima che le emissioni in termini di $\rm CO_2$ equivalenti siano state pari a 544 tonnellate.

Nel 2015 sono continuate le iniziative rivolte all'efficientamento ed al migliore utilizzo delle energie disponibili (building automation, ottimizzazione impianti esistenti di recupero calore, gruppo frigorifero ad assorbimento da recupero calore, involucri immobili, etc.). A fronte di un aumento globale del caffè torrefatto rispetto al 2014 del 6,7% (+11% rispetto al 2013), il consumo di energia elettrica è cresciuto del 3,9% e l'uso del gas metano del 10,8%.

CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE - PRINCIPALI FATTORI ENERGETICI	2013	2014	2015
Consumo di Metano (non rinnovabile)	55.344.423	56.377.681	62.477.090
Electricity consumption MJ (100% comprovata da fonti rinnovabili)	38.854.800	40.518.000	42.112.800
Totale consumo di energia (MJ)	94.199.223	96.895.681	104.589.890
Indicatore consumi energetici per tonnellata di caffè tostato	5,70	5,63	5,69

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



Iniziative di efficienza energetica ed energia rinnovabile

Nel 2015 sono entrati in funzione l'impianto di recupero di energia frigorifera e l'impianto di recupero dell'aria calda dalla sala compressori. Il recupero di energia frigorifera avviene durante il cambiamento di fase tra liquido e gassoso dell'azoto, gas inerte utilizzato per il confezionamento dei prodotti. La tecnologia applicata permette un recupero di energia pari a circa 40kWh.

Nel 2015, inoltre, sono stati ottenuti ulteriori risparmi sui consumi per raffrescamento e condizionamento grazie all' intervento sull'efficienza degli involucri sia ad uso produttivo/manifatturiero che dei servizi.

Per quel che concerne la **produzione di energia rinnovabile** si conferma lo stato di efficienza dell'impianto fotovoltaico di 1 megawatt di potenza che si estende per 11 mila metri quadrati sulla copertura del polo logistico Distripark di via Malaspina a Trieste. illycaffè non è proprietaria dell'impianto ma ha concesso in locazione alcune 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 2015 ha prodotto 4.184.926 kWh (misure trasmesse a GSE). Nell'anno 2015 si considera che l'energia prodotta abbia evitato l'emissione in atmosfera pari 475t (Fonte: ministero ambiente 2012 - 0,531Kg/kWh).

ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

Anche le società estere portano avanti gli obiettivi del gruppo per la riduzione dell'energia. Per esempio in Francia, la sede di illycaffè è stata trasferita in un nuovo stabile, con maggiori caratteristiche di efficienza energetica e bassi consumi.

In Olanda, sono state installati i timer per la gestione automatica del riscaldamento e delle luci negli uffici per una riduzione dei consumi energetici.

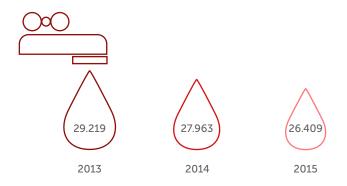
Water management

L'acqua 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.

Per quanto riguarda il sito produttivo di via Flavia i prelievi di acqua vengono misurati da un apposito contatore posizionato all'interno dell'impianto. La quantità totale di acqua prelevata dalla rete è pari a 26.409mc (-5% rispetto al 2014). La quantità di acqua scaricata in fognatura è stimata a partire dal dato di prelievo e per il 2015 è risultata pari a 22.448 mc.

A questi risultati si aggiunge quanto illycaffè riesce a ottenere dai coltivatori, avendoli sensibilizzati sulle tecniche che abbattono le quantità di utilizzo di acqua nel lavaggio del caffè raccolto (cfr. paragrafo 3.10)

ACQUA PRELEVATA - PROCESSO PRODUTTIVO DI VIA FLAVIA



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



Gestione dei rifiuti

La gestione dei rifiuti nel sito produttivo e nel polo logistico di Trieste è controllata in tutte le fasi amministrative, produttive e post-produttive, comprese quelle relative al trasporto ed 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, la dislocazione negli stabilimenti e negli uffici di contenitori dedicati e la formazione del personale sul tema. illycaffè nel 2015 ha recuperato il 99,5% dei rifiuti prodotti. Questi ultimi sono stati pari a 2.196.321 chili, in aumento rispetto al 2014 in quanto è aumentata la produzione di caffè tostato. Il 92,1% dei rifiuti 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.

2015

RIFIUTI SCARICATI STAB. DI TRIESTE - IT (KG)	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI
Avviati a smaltimento	170	11.250
Avviati a recupero (riciclo, compostaggio, recupero di energia, ecc.)	7362	2.177.359
TOTALE	7532	2.189.362

In base alle informazioni fornite dal fornitore del servizio di smaltimento rifiuti;

La percentuale dei rifiuti solidi urbani nel 2015 è pari a 7,9% dei rifiuti totali prodotti ed è l'8,6% del totale dei rifiuti speciali. illycaffè è riuscita a ottenere un vantaggio dalla differenziazione efficiente: dalla vendita di alcuni rifiuti, come rottami, sfridi di rame e di banda stagnata, ha ottenuto 133.366,00 Euro. Inoltre, illycaffè non importa né esporta rifiuti pericolosi e non ha effettuato nessun sversamento significativo nel corso del 2015.

Scarti di produzione

L'officina prototipi di illycaffè ha ideato un sistema per separare le capsule, facenti parte degli scarti di produzione, dal caffè, e recuperarle post percolazione. Tale attività consente non solo di ridurre le capsule deputate allo smaltimento, ma anche di indirizzare le varie componenti nel rispettivo destino di fine vita: la plastica viene destinata alla fabbricazione delle lastre in polipropilene a sezione alveolare, delle interfalde nonché di altri imballaggi industriali, mentre il caffè è conferito al compostaggio.

illycaffè ha ridotto gli scarti provenienti dagli impianti produttivi grazie alle migliorie eseguite negli ultimi due anni ed il miglior consumo di carta negli uffici dovuto all'implementazione dei sistemi informatici con una riduzione rilevata del consumo del 12% rispetto al 2014.

ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

All'estero tutte le società sono impegnate attivamente nella raccolta differenziata dei rifiuti: in Spagna è stato avviato un sistema di riciclaggio; in Francia, ad esempio, sono stati installati anche dei punti per la raccolta delle batterie. Anche in Brasile, Olanda 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:

- REDUCE: nella fase di progettazione, in cui viene applicata la tecnologia che massimizza la qualità del caffè, 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.
- **REUSE**: per gli imballi secondari l'azienda predilige l'acquisto di materiali riciclati che in media rappresentano l'80% della carta e del cartone acquistato e il 100% dei bancali utilizzati.
- RECYCLE: vengono privilegiati e progettati imballi riciclabili, realizzati con materiali non compositi (metalli o plastiche).

Con riferimento agli imballi dei propri prodotti, illycaffè adotta soluzioni ecocompatibili: utilizza la banda stagnata per i confezionamenti dei barattoli (3 chilogrammi, 250 grammi) e il polipropilene per le capsule Ipso, tutti materiali riciclabili. Nel 2015 il barattolo da 3 chili viene saldato attraverso l'aggraffatura, consentendo l'aumento della qualita, la riduzione del costo e dell'impatto ambientale rispetto al 3 chili attuale saldato.

Per gli imballi secondari l'azienda predilige l'acquisto di materiali riciclati e in media rappresenta l'80% della carta e del cartone acquistato ed il 100% dei bancali sono di riutilizzo.

Alcune innovazioni introdotte nel packaging da illycaffè:

- Refilly 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 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. Realizzato per sostituire il barattolo in alluminio, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale dell'imballo.
- Cialda ESE monodose. La confezione è stata realizzata riducendo gli imballi primari, secondari e terziari.

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.

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

Da gennaio 2015 in Italia le capsule, previa separazione dell'imballo (plastica) dal caffè possono essere conferite nella raccolta differenziata. Per garantire un aiuto concreto all'ambiente, illycaffè ha messo a punto l'apricapsule ECO (easy capsule opener), un semplice strumento che permette di separare la plastica delle capsule iperespresso dal caffè, a casa propria con pochi semplici gesti.

ILLYCAFFÈ ALL'ESTERO: ESEMPI E BUONE PRATICHE

illy North America, per il solo mercato degli Stati Uniti, continua il programma "iperEspresso Capsule Recycle Program" per la raccolta e il riciclo delle capsule attraverso il coinvolgimento dei consumatori. Nel 2015, inoltre, ha implementato il progetto, testando anche il coinvolgimento del settore Ho.Re.Ca. La crescita del programma, ha portato ad una maggior raccolta rispetto al 2014, per l'ammontare di 624,079 capsule, equivalenti a 5.653 chili di plastica e 4.181 chili di caffè.





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 lo studio della strategia di miglioramento anche attraverso la metodologia del LCA.

Il trasporto per la distribuzione dei prodotti, invece, è ancora fortemente legato ai combustibili fossili e l'azienda si è posta l'obiettivo di monitorare questo aspetto e di valutare scelte innovative. Sul fronte della distribuzione, illycaffè sottopone periodicamente ai propri fornitori qualificati dei questionari su temi ambientali specifici, quali il consumo di risorse, le emissioni in atmosfera, la produzione di rifiuti, gli effluenti liquidi, la contaminazione del suolo e l'inquinamento acustico. Nel 2011 le misurazioni delle performances ambientali di un logista distributivo, a cui l'impresa affida gran parte delle sue consegne nel territorio italiano, ha fatto emergere come, sia per l'elevata numerosità e capillarità delle consegne sul territorio, che per l'impiego di mezzi ad energia elettrica (nei centri urbani con traffico limitato), le emissioni in termini di grCO₂/Km siano state contenute.

LOGISTICA IN ENTRATA

Provenienza: Italia

In Italia il trasporto avviene quasi esclusivamente via gomma. 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. Per ottimizzare i flussi e lo stock a magazzino l'azienda ha avviato il cosiddetto Progetto Milk Run attraverso il quale coordina il trasporto delle componenti per le capsule da tutti i fornitori e, così facendo, le permette di guadagnare cubatura industriale. Ad oggi sono stati **ricavati** 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 definite politiche di sostenibilità relativamente all'abbattimento degli impatti.

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 più economico e qualitativo di quello ferroviario. Il 60% circa delle spedizioni viene gestita da un importante operatore di logistica che ha adottato una Politica Integrata per Qualità, Ambiente e Sicurezza ed 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 europei 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, i due che rappresentano quasi il 90% delle spedizioni, hanno chiare e dettagliate politiche di sostenibilità.

illycaffè ha adottato alcune soluzioni di trasporto intermodale (effettuato con diversi mezzi in combinazione: gomma/treno/gomma) verso Norvegia e Grecia: questi due casi permettono di **evitare circa 0,1 kg CO₂/ton-Km** (WEF, 2009).

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.



84

3 10

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.

Nelle zone di produzione, illycaffè 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 Prêmio 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 nelle falde naturali. Nel 2014, illycaffè ha attivato diversi corsi online per rendere la formazione ancora più accessibile al pubblico: 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. 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 macronutrimenti, anche attraverso concimazione organica. A tal proposito nel 2014 illycaffè ha realizzato uno studio sull'analisi dei rischi di contaminazione del caffè dovuti a prodotti fitosanitari, i cui risultati sono stati divulgati a marzo 2015 durante un webinar 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.

Il Coffee Working Group del Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform ha individuato la relazione fra le emissioni di gas serra e gli impatti del caffè verde.

Con l'obiettivo di comunicare il risultato di un'analisi del ciclo di vita del caffè verde all'interno delle dichiarazioni ambientali, a fine 2013 sono state pubblicate le prime Regole Specifiche di Prodotto (Product Category Rule-PCR) a livello mondiale, realizzate in collaborazione dell'Iniziativa Olandese del Commercio Sostenibile (IDH).

Biodiversità

La biodiversità è un tema centrale della costante promozione delle tecniche di agricoltura integrata, effettuata dai tecnici della illycaffè 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.

La Fondazione Ernesto Illy ha continuato a sviluppare il progetto di riforestazione a Támara, in 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 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 caffecoltura.









valore economico



In equilibrio sopra un chicco di caffè

Highlights

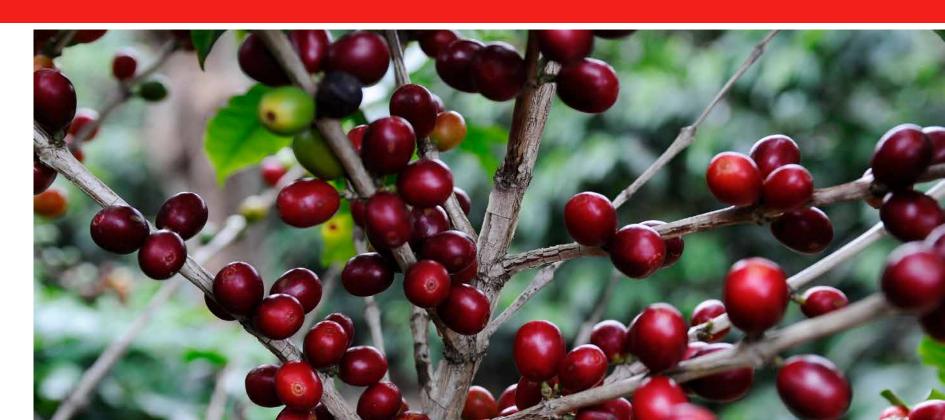
+9%

il valore aggiunto generato e distribuito a livello consolidato rispetto al 2014

1.600

produttori di caffè hanno ricevuto un audit specifico secondo il Responsible Supply Chain Process (fino a fine 2015)

87



Innovazione e ricerca

Highlights

338 brevetti totali depositati concessi al 31 dicembre 2015 2,4 milioni di euro in ricerca e sviluppo nel 2015 10

articoli su riviste scientifiche, presentazione di 4 poster e 14 lectures a importanti congressi scientifici nazionali ed internazionali

Sustainable value report 2015

■ 4.2.1 Approccio di illycaffè alla ricerca e innovazione

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

Innovare, per illycaffè, significa:

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

L'approccio scientifico e tecnologico e il ricorso alla scienza e alla tecnologia 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 ad alta pressione) che esalta e mantiene nel tempo la qualita del caffe;
- nel 1935 **illetta**, la macchina progenitrice delle attuali macchine per caffe professionali che ha reinventato la formula dell'espresso ed ha permesso la diffusione delle macchine per espresso nei bar;
- nel 1974 la **cialda** in carta, che rappresenta il primo sistema porzionato, è stata industrializzata con l'obiettivo di esportare l'espresso in quei Paesi in cui non esiste la professionalita del barista.

■ 4.2.2 Ricerca e sviluppo tecnologico

Il dipartimento 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 ed uno a San Paolo (Brasile) e di cinque laboratori integrati per il trasferimento orizzontale di conoscenza e in contatto con centri universitari:

AromaLab, certificato ISO 17025.2005

- 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, certificato ISO 17025.2005

- 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 qusti percepiti
- Validazione di prodotti e processi

Un importante progetto di ricerca realizzato da illycaffè, insieme ad altri partner, riguarda il sequenziamento del genoma di Coffea arabica. Si tratta di una ricerca unica al mondo, che apre la strada a futuri sviluppi dal punto di vista scientifico e agroalimentare, con conseguente ricaduta a livello economico lungo tutta la filiera del caffè e con il coinvolgimento di tutti i Paesi produttori e consumatori.

Lo studio, esclusivamente italiano, è stato condotto in collaborazione con Lavazza dalle Università di Padova, Trieste e dall'Istituto di Genomica Applicata di Udine, con il coordinamento del professor Giorgio Graziosi di DNA Analytica Srl, spin off dell'Università di Trieste. Il progetto di sequenziamento del genoma di Arabica ha permesso per la prima volta di decodificare la base

genetica di questa specie di caffè – che rappresenta il 70% della produzione mondiale di caffè – e di organizzare sistematicamente i risultati ottenuti, rendendoli disponibili per possibili applicazioni agronomiche e industriali.

Il sequenziamento del genoma di Arabica permetterà di apportare un significativo miglioramento delle pratiche agronomiche e, in generale, di assistere a un incremento della produttività delle coltivazioni di caffè. Sarà possibile, ad esempio, ottenere una sincronia di maturazione dei frutti. Si potranno individuare i geni che conferiscono maggiore resistenza alle malattie e alle infezioni delle piante e ottenere un migliore adattamento delle coltivazioni a condizioni sfavorevoli

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.

Il portafoglio brevetti di proprietà della Società al 31 dicembre 2015 comprendeva 338 titoli depositati di cui 281 concessi e 107 pendenti, suddivisi in 52 famiglie.

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)

TechLab

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

FoodScienceLab

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

90

■ 4.2.3 Innovazione di prodotto

Quando illycaffè introduce un'innovazione nei propri prodotti o nei sistemi sulla qualità della materia prima.

Principali iniziative di innovazione del 2015

Tostatura extra scura

Roasting is the process that forms the substances that create the blend's aroma and flavour profile: il grado di tostatura influenza il colore del caffè oltre a determinare le caratteristiche organolettiche della bevanda. La tostatura Extra Scura di illy si caratterizza per un processo che segue un profilo termico appositamente studiato per massimizzare gli aromi positivi senza crearne di negativi. Il risultato è un caffè ristretto dall'aroma ricco e avvolgente in cui si sprigiona al massimo il profumo di cioccolato fondente e di pan tostato

Refilly

L'innovazione introdotta nel packaging (nato da studio LCA) e nel processo

- (espresso+drip);
- riduzione dei consumi elettrici.

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 macchina per il caffè Y5 in versione USA per Drip coffee (sviluppo del sistema Iperespresso con la capsula caffè all'americana), la macchina X9 per capsule Iperespresso e la Y5 Milk con "one touch" cappuccino e acqua calda per il tè. Nel 2015 è stata inoltre lanciata la X2.2, macchina iperespresso Ho.Re.Ca. con vapore potenziato (tipo professionale) e aumento della affidabilità dei termoblocchi.

Sustainable value report 2015



di preparazione del caffè, ha un obiettivo preciso: migliorare il livello di soddisfazione dei consumatori. Ciò significa intervenire sulla funzionalità, sull'estetica ed il design, sui materiali, sulla comodità, sulla gradevolezza e









LE INNOVAZIONI INTRODOTTE **NEGLI ULTIMI ANNI**



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.



X2 prima macchina professionale Horeca a boiler con capsule Iperespresso.



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

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



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

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



Nuova macchina Iperespresso home a scarico automatico in estensione di range della famialia "Y".

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

Pulcina è una moka rivoluzionaria che unisce la tecnologia sviluppata da illycaffè e l'esperienza progettuale di Alessi. Grazie alla forma interna della sua speciale caldaia. Pulcina interrompe automaticamente e nel giusto momento, l'erogazione del caffè, eliminando la fase stromboliana - quella finale di estrazione che genera un retrogusto bruciato e amaro – e consente di ottenere solo il meglio del caffè, valorizzandone l'aroma corposo e rotondo.

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

X7 prima macchina home a boiler con capsule Iperespresso.

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

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

X7.1

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

Y1 macchina home Iperespresso in alluminio e vetro ad espulsione automatica delle capsule. Gestione termica e

comandi elettromeccanici.

X7.1 E Y1.1 TOUCH

Evoluzione della macchine secondo le normative ErP sui consumi energetici.

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

Nuovi modelli di macchine espresso Francis Francis for illy.

ricarica studiata per ridurre l'impatto ambientale.

Propone ridotti imballi primari, secondari e terziari.

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







Sustainable value report 2015

4 3

La filiera

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 la quale certifica che illycaffè:

- adotta un'approccio diretto degli acquisiti e la tracciabilità fino al produttore a meno di barriere istituzionali, come nel caso del mercato ECX in Etiopia o le difficoltà di un mercato interno come l'India;
- trasferisce alla filiera caffè verde le conoscenze per il continuo miglioramento della qualità del prodotto;
- garantisce un compenso superiore rispetto alla media del mercato per premiare i produttori.
- L'investimento per le attività di monitoraggio e supporto specifiche sulla filiera di approvvigionamento del caffè verde è stato pari a 456.950 euro nel 2015, per un totale di 4,75 milioni di euro a partire dal 2011.

Per ottenere un caffe di qualita illycaffe opera a stretto contatto con i coltivatori dei Paesi dove cresce la piu pregiata Arabica. Infatti, la qualità richiesta non può derivare solo da una selezione finale, ma da una consapevolezza di tutti gli attori di filiera

Negli ultimi vent'anni illycaffè ha messo a punto un sistema di relazioni dirette con i propri fornitori basato su tre pilastri:

- selezionare e lavorare con i migliori produttori, intesi come quelli predisposti sempre a migliorarsi;
- aggiornare la loro la conoscenza e supportando la loro motivazione a fare qualità;
- premiarli economicamente per la qualità ottenuta.

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

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.

4.3.1 Il modello illycaffè per una filiera sostenibile del caffè

La filiera del caffè verde presenta diversi stadi di complessità, dalla separazione dei semi dal frutto, dal processo di pulitura alla selezione ed esportazione dei prodotti. L'obiettivo di illycaffè è garantire tracciabilità e qualità della materia prima lungo tutta la catena, anche nei Paesi dove sono principalmente coinvolti piccoli produttori. Le figure coinvolte nella filiera sono:

- coltivatori che lavorano piccoli appezzamenti di terreno e possono effettuare alcune lavorazioni preliminari sul raccolto;
- **produttori**: aziende (consorzi, cooperative o coltivatori medi e grandi) che effettuano le lavorazioni sul caffe raccolto quali separazione, lavaggio, asciugatura.
- esportatori: acquistano il caffe verde dalle cooperative, selezionano il
 caffe direttamente dai produttori e formano lotti commerciali sulla base
 dei propri clienti, rivenditori o tostatori. Conoscono le aree di produzione
 ed i produttori locali e questo e garanzia di tracciabilita e qualita della
 materia prima. Sono coinvolti nelle verifiche ed azioni di filiera secondo un
 approccio tipico delle filiere integrate.

Ruoli importanti sono rivestiti da Agenzie Governative (es. i Coffee Board nei Paesi Africani o in India), Istituzioni (es: ICO), enti di ricerca (es: CATIE), aziende fornitrici di input all'agricoltura che, a seconda dei Paesi di Origine e delle singole filiere, possono intervenire in differenti fasi della supply chain anche solo influenzandone i cambi.

FILIERA TRACCIATA E GARANTITA

illycaffè ha la tracciabilità del caffè che acquista

Selezione e motivazione

dei coltivatori diretti tramite l'assegnazione di premi a riconoscimento dei loro sforzi per la produzione di caffè eccellente, sostenibile e di qualità

> **INTEGRATED SUPPLY CHAIN**

attraverso le attività dell'Università del caffè e regolari visite alla

Acquisto diretto al fine di pagare un prezzo del caffe piu alto di quello di mercato e costruire relazioni a lungo termine

2

Creazione della

illycaffè acquista solo da coltivatori che garantiscono alta qualità e sostenibilità, remunerandoli con un premium price

illycaffè svolge attività di audit per accertare il rispetto

Attraverso i corsi dell'Università del Caffè e le visite in campo dei suoi agronomi e dei tecnici, illycaffè trasferisce know-how e le migliori pratiche agronomiche

illycaffè crea programmi di fidelizzazione per i produttori, con i quali costruisce una relazione di lungo termine. Un esempio è il Clube illy

■ 4.3.2 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 che ha preso come modello per lo sviluppo dello standard proprio la catena di fornitura di illycaffè, e lo ha integrato con le linee guida emergenti in tema di sostenibilità e responsabilità d'impresa e con gli standard per le attività di certificazione e di accreditamento.

Negli ultimi anni l'azienda ha operato in modo da raggiungere l'obiettivo di 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. La strategia fissata per il raggiungimento degli obiettivi è diversificata a seconda delle filiere. La RSCP è applicabile ad ogni attore della supply chain di illycaffè, non solo a livello di azienda agricola.

Il sistema di certificazioni di illycaffè si allinea con i principali standard internazionali in tema di lavoro minorile, lavoro forzato, equità nelle remunerazioni, trade union e multinazionali, inquinanti.

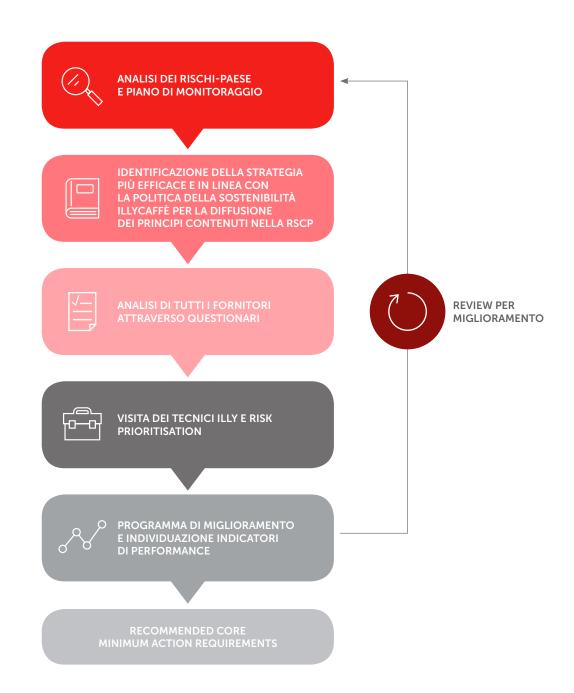
Lo standard applicato alla catena di fornitura del caffè verde prevede che l'azienda monitori i propri fornitori verificando che siano rispettati i requisiti minimi di legge (indispensabili per mantenere il rapporto con l'azienda) e prevede verifiche sulle seguenti aree:

AREA	REQUISITI
AMBIENTE	 Utilizzo del suolo Gestione dell'acqua Qualità dell'acqua Impatti sulla comunità locale Biodiversità
OCCUPAZIONE	 Tecniche agricole utilizzate Attrezzature impiegate per la produzione Condizioni di lavoro Rischi di incidenti e infortuni Capacità e competenze dei lavoratori
PRODOTTO	 Utilizzo di prodotti fito-sanitari Tecniche agricole utilizzate Attrezzature impiegate per la produzione e condizioni di lavoro Igiene

Sustainable value report 2015



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



Sustainable value report 2015

Da fine 2013 illycaffè realizza un documento di risk assessment che analizza rischi ambientali, business ethics risks, employment risks e product risks, valutandoli sia a livello Paese che di supply chain. Tale strumento di analisi permette all'azienda di migliorare la propria efficacia ed efficienza nelle attività di monitoraggio, in particolare riguardo ai punti su cui concentrare le proprie azioni future.

Il miglioramento del sistema di analisi per paese e per fornitore ha portato alla luce problematiche diffuse. Il vero problema si sposta sulle azioni che, per essere efficaci, devono far leva su chi può realmente determinare un cambiamento.

Fanno inoltre parte del processo le verifiche e le visite di controllo che servono ad alimentare i parametri della performance della filiera di illycaffè:

- Minimum actions requirements: requisiti minimi che i produttori sono tenuti a rispettare pena la temporanea esclusione del fornitore
- Key Performance Indicator: 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 non obbligatori ma altamente qualificanti

I KPI servono ad illycaffè per valutare le proprie performance nei confronti delle filiere: in base alle rilevazioni, l'azienda si pone obiettivi specifici 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, generalmente graduali ed osservabili solo nel medio e lungo periodo.

Monitoraggio della filiera

La verifica degli aspetti ambientali, del lavoro, dei diritti umani e sociali sulla base dei requisiti della Responsible Supply Chain Process è fondamentale per individuare programmi e iniziative per innalzare in maniera più diffusa la cultura della sostenibilità e della qualità nelle filiere coinvolte.

Particolare attenzione è rivolta all'anello più debole delle filiere di caffè verde, che salvo alcune eccezioni, è rappresentato dal coltivatore. Nel 2015 sono state realizzate verifiche in campo a 126 farmers e 6 beneficios secos per un totale di oltre 14.000 ettari coperti. Le Origini interessate dal monitoraggio

sono state, in ordine decrescente per numero di visite: India, Brasile, Costa Rica, Colombia, Honduras e Nicaragua. Il campionamento dei farmers avviene sia in base alla valutazione dei rischi effettuata da illycaffè (a livello Paese, Filiera, Organizzazione) sia dei volumi acquistati e sia in base agli esiti di precedenti cicli di monitoraggio.

Sustainable value report 2015

Dall'inizio del programma, in totale sono stati visitati direttamente in campo più di 1.600 produttori. Dopo anni di verifiche, le realtà di certi paesi, come il Brasile, è ben conosciuta e non è più quindi il numero dei produttori verificati a essere un KPI quanto lo studio di come apportare valore a una filiera già matura.

Dal 2010 al 2015 tra azioni dirette (corsi di formazione) e indirette (partecipazioni e realizzazioni di convegni) illycaffè ha raggiunto un numero di partecipanti stimabile in oltre 6.000. Dato il forte impegno di illycaffè nell'implementazione di una catena di fornitura sostenibile, il 100% del volume di acquisti effettuato da fornitori di primo e secondo livello (esportatori, cooperative e associazioni) risulta essere conforme alle politiche di approvvigionamento dell'azienda. Per quanto riguarda i fornitori di terzo livello, i coltivatori, si considera che il 91,6% rispettino i requisiti del protocollo Responsible Supply Chain Process.

Considerando i volumi di acquisto, a seguito delle attività di monitoraggio dei coltivatori, illycaffè ha realizzato specifiche iniziative di prevenzione dei rischi di sostenibilità. Sono state rilevate l'8,4% di non conformità, attinenti a violazioni delle leggi ambientali e lavorative, prevalentemente dovute alla mancanza della tenuta dei registri o all'inadeguatezza nella loro compilazione.

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.

Laddove vi sia una atomizzazione dell'offerta da parte dei coltivatori, la conoscenza del territorio viene articolata al 100% dei fornitori di secondo livello (agricoltori in forma associata, quindi cooperative o associazioni) e con verifica delle azioni sul territorio con la visita di almeno il 10% dei singoli coltivatori che hanno partecipato alla formazione di un lotto illy.

■ 4.3.3 Il Ruolo di illycaffè per lo sviluppo della filiera

illycaffè realizza programmi di trasferimento di know-how lungo le filiere di caffè verde, promuovendo attività di studio, ricerca e innovazione per migliorare le conoscenze sul caffè e si adopera per migliorare le condizioni di vita e produttive dei coltivatori.

Alcuni esempi di iniziative tenutesi nel 2015:

- "Coffee: learning from the past to build the future": webinar organizzato nel marzo 2015 nell'ambito dell'Università del Caffè - Brasile, volto ad identificare le sfide che coinvolgeranno la produzione del caffè in futuro. Il corso ha vantato 160 iscritti.
- Video per coltivatori sui temi della produzione del caffè: in collaborazione con Sustainable Agricolture Iniziative, illycaffè ha divulgato nel 2015 3 nuovi video accessibili online (http://www.accessagriculture.org/category/111/ Coffee)
- "Dia do campo": corsi di approfondimento per produttori brasilani sui temi della produzione di caffè di qualità che ha visto la partecipazione di 371 produttori
- Diversi incontri per rafforzare la collaborazione tra illycaffè e i soci memebri del Club illy, relativi alla catena di fornitura. Coinvolti 47 Soci Platinum.
- Si intensifica l'attività formativa con i corsi on line di PENSA (visibile su http://universidadedocafe.com/) cui si sono aggiunti nel 2015 corsi su:
 - La successione famigliare, tema rilevante sulle direttrici di cambiamento della struttura caffeicola in Brasile
 - I cambiamenti climatici
 - La meccanizzazione agricola
 - l risk assessement agrochimici
 - La struttura mondiale della produzione di caffè in Brasile
 - Le differenti declinazioni della qualità in ambito di filiera integrata

Alcuni corsi sono stati sottotitolati in spagnolo per allargare il bacino d'utenza anche ai tecnici di Costa Rica, Colombia, El Salvador e Nicaragua.

Brasile

Sempre in Brasile, è stato organizzato un corso gratuito per 36 esperti classificatori, che affiancheranno i produttori sui requisiti qualitativi illycaffè.

L'azienda è molto sensibile al tema del "best coffee nature can provide" tanto che al tema sono state dedicate alcune pubblicazioni circa le buone pratiche per la riduzione dell'impiego dei prodotti fitosanitari

Sustainable value report 2015

Prosegue l'attenzione di illycaffè per l'ambiente inteso come sistema complesso che deve essere considerato con approccio olistico. Un altro tassello della conoscenza di questo sistema è derivato dalla ricerca con Delta CO₂ (http://deltaco2.com.br), di prossima pubblicazione su Coffee Science e dal titolo: "Quantificação dos estoques de carbono e nitrogênio do solo devido a mudança do uso da terra em áreas de cultivo de café em Minas Gerais".

India

Il Paese e considerato a rischio perche le aziende agricole non sono soggette a tasse (e quindi a controlli) e in alcune zone la presenza di immigrati (Assamese laburs) potrebbe portare al loro impiego in aziende agricole. Problemi difficili da rilevare attraverso una visita di verifica all'azienda e aggravati da politiche sociali complesse. Nel 2015 due tesisti del Master in coffee economics and science - entrambi indiani - hanno prodotto due studi analizzando le barriere e le opportunità secondo schemi top down e bottom up di una supply chain per provare ad ipotizzare soluzioni applicabili. Nel 2015 due tesisti del Master in coffee economics and science - entrambi indiani - hanno prodotto due studi analizzando le barriere e le opportunità secondo schemi top down e bottom up di una supply chain che sono ora al vaglio dell'azienda per provare ad ipotizzare soluzioni applicabili.

Centro America

Le verifiche tenutesi nel 2015 in Costa Rica hanno evidenziato come, anche in un paese dalla alta legalità, esistano problemi di vario tipo quando la materia prima proviene da piccoli produttori, più esposti ai rischi economici e quindi più propensi ad affidare le operazioni della raccolta ai primi offerenti, specie se economici. Il problema del riconoscimento della legalità e del lavoro non regolamentato è sempre presente, come anche è risultato dalle verifiche in campo in Honduras e Colombia. Di fronte a questo scenario, nemmeno il Nicaragua, dove le aziende visitate sono apparse virtuose, può ritenersi rappresentativo della zona e quindi il rischio di rifornirsi da aziende non in linea con i requisiti illycaffè è alto.

La consapevolezza di ciò porta la illycaffè a ricercare progetti in sinergia con i fornitori di primo livello, che sono stati selezionati anche per aver già in campo progetti di sostenibilità e che di fatto sono risultati virtuosi: la strategia preferita è l'educazione.

È stato anche proposto, con la collaborazione dei Positive Planet, un manuale sulla gestione finanziaria per l'educazione dei coltivatori.

In Colombia è terminato il primo triennio del progetto Riforestazione, in collaborazione con la Fondazione Ernesto Illy, a Támara che ha sortito risultati imprevisti: se le piante sono ancora troppo piccole per sortire

risultati, i programmi educativi connessi al progetto hanno entusiasmato i produttori che hanno anche imparato a raccogliere l'immondizia in campo e a separarla, riciclare, cooperare. È in studio il seguito del progetto con l'obiettivo della gestione delle acque residue dalla lavorazione del caffè.

Sul fronte Africano, terminata nel 2015 la prima fase del progetto con UNIDO. Anche qui l'educazione è emersa come strategia da seguire.





■ LA FILIERA SOSTENIBILE: LE ATTIVITÀ DELLA FONDAZIONE ERNESTO ILLY IN SUPPORTO AD ILLYCAFFÈ

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

Master universitario di primo e secondo livello promosso ed organizzato da un gruppo di partner di eccellenza nella formazione: l'Università di Cambridge, l'Università di Trieste, l'Università di Udine, la Fondazione Ernesto Illy, l'Università del Caffè, la SISSA - Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, il Consorzio di biomedicina molecolare (Area Science Park - Trieste), il distretto industriale del caffè della provincia di Trieste (Trieste Coffee Cluster). Negli ultimi anni il master ha visto un crescente interesse da parte del pubblico principalmente composto da future generazioni di produttori e persone che vogliono avviare una carriera nel mondo del caffè.

Riforestazione delle aree di sorgenti idriche

Il progetto di riforestazione della regione di Támara (Colombia), con alberi nativi nei pressi delle sorgenti d'acqua, ha avuto luogo in un'area idonea alla produzione di caffè, ma con problematiche ambientali. A conclusione del progetto gli ettari conservati e riforestati sono 69,2, con 15 diverse specie per un totale di 12.290 piante/alberi nativi piantati. Le beneficiarie dirette sono state 80 famiglie di coltivatori di caffè e 320 persone coinvolte indirettamente.

Women in the World of Coffee

L'Università del Caffè di illycaffè e la Fondazione Ernesto Illy hanno organizzato presso il Padiglione Colombia in Expo il seminario Women in the World of Coffee: Fostering the "Quiet Revolution" - Sustainability in women's hands con l'obiettivo di far incontrare e mettere in relazione donne provenienti da diversi Paesi produttori per comunicare quanto le donne possono essere artefici di una nuova visione sostenibile sui temi del cibo e della cultura.

Coffee & Climate change

Nel 2015 la Fondazione Ernesto Illy, illycaffè S.p.A., Luigi Lavazza S.p.A. e l'Earth Institute - Columbia University hanno avviato un progetto di ricerca sul tema "Clima e Caffè" ed hanno dimostrato che il cambiamento climatico ridurrà la produzione nel settore: al riguardo sono state proposte diverse soluzioni che potrebbero supportare la raccolta dati e l'elaborazione di strategie di riduzione degli impatti negativi. Inoltre, il progetto ha accolto l'appello del Professor Jeffrey Sachs al Global Coffee Forum, che ha richiesto all'industria del caffè di informare i consumatori sui passi che dovrebbero essere adottati per affrontare il cambiamento climatico.

UNIDO & Fondazione Ernesto Illy

Il progetto è volto a valorizzare la catena del valore del caffè in Etiopia attraverso l'introduzione delle Best Practices agronomiche per migliorare la resa delle coltivazioni. La Fondazione Ernesto Illy sostiene il progetto offrendo aiuto economico a due studenti etiopi per la frequentazione del Master in Economia e Scienza del Caffè - Ernesto Illy a.a. 2015/2016.

■ 4.3.4 Premi ed incentivi per i produttori

L'azienda valorizza e premia la qualità del caffè attraverso diverse iniziative e riconoscimenti: in questo modo, non solo crea le condizioni per ottenere una materia prima eccellente, ma stimola la crescita imprenditoriale e culturale dei produttori, trasferendo e praticando i principi della sostenibilità.

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 che contribuisce con premi in denaro allo sviluppo rurale e ambientale di intere regioni del Brasile. Dal momento in cui illycaffè ha introdotto il premio, nel 1991, hanno partecipato più di 10.000 produttori, con un totale di premi distribuiti negli anni di circa 4,5 milioni di reais. Inoltre, riconosce un Premio al miglior Fornitore Brasiliano dell'anno sulla base delle prestazioni in termini di qualità, tempi di consegna e sostenibilità; l'azienda mette a disposizione dei fornitori vincitori e delle loro famiglie un viaggio in Italia, che include una visita alla illycaffè.

Clube Illy do Cafè

Nasce nel 1999 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, 432 nel 2015, ricevono delle tessere di fedeltà che variano a seconda della durata del rapporto di fornitura.

Iproduttori 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 nel 2008 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 butterly, che producono profitto attraverso lo sviluppo di una visione di lungo termine, capace di coniugare sostenibilità e qualità.

Sustainable value report 2015

Profitto equo per i coltivatori

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

illycaffè riconosce ai coltivatori una media del 30% in più rispetto ai prezzi di mercato. Questo margine ripaga i produttori per l'estrema cura dedicata alle coltivazioni e garantisce loro un profitto, anche quando il prezzo del caffè verde scende sul mercato internazionale.

Valore aggiunto economico

Nel corso del 2015, 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 dell'11,9% rispetto al 2014, principalmente in seguito all'aumento dei volumi di vendita e all'effetto cambio. In sintesi i dati economico-finanziari evidenziano per l'anno 2015 un margine operativo lordo (EBITDA) e netto (EBIT) in aumento rispetto all'anno 2014 ed un utile netto incrementato rispetto all'esercizio precedente.

	2013	2014	2015
ROI	11,7%	13,9%	13,7%
ROE	8,1%	11,3%	13,4%
ROS	6,9%	7,6%	7,7%
PFN/Ebitda	2,07	1,57	1,73
PFN/Equity	1,14	0,92	0,96
Numero dipendenti	1.056	1.084	1.177

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 2015, il Valore Aggiunto di illycaffè, a livello consolidato, è pari a 149,9 milioni di euro (+9,% rispetto al 2014).

PROSPETTO SINTETICO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO CONSOLIDATO Dati in migliaia di Euro	2013	2014	2015
Valore della produzione	379.901	396.576	448.087
Costi intermedi della produzione	-250.094	-256.174	-295.865
Saldo della gestione accessoria	-6.785	-1.825	-4.251
Saldo della gestione straordinaria	316	-1.142	1.909
Valore aggiunto globale lordo	123.337	137.435	149.878

Il seguente prospetto (distribuzione del Valore Aggiunto) rappresenta 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.

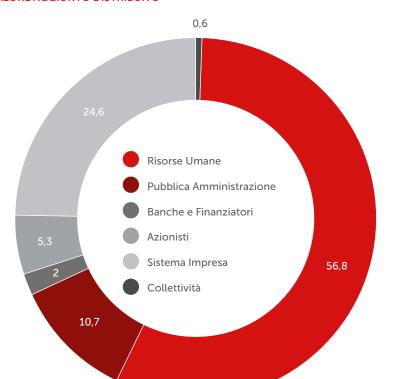
Dall'analisi del Valore Aggiunto prodotto e distribuito nel 2015 da illycaffè a livello consolidato emerge che:

- La quota più rilevante risulta destinata alla retribuzione delle Risorse Umane (+6,8% rispetto al 2014, soprattutto per le assunzioni effettuate anche per EXPO. 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 24,6% del valore aggiunto creato nel 2015 è stato reinvestito all'interno dell'azienda; questa quota (+16% sul 2014) comprende gli utili che non

vengono distribuiti agli azionisti e gli ammortamenti degli investimenti fatti dalle aziende del gruppo.

- Il 10,7% è stato destinato alla Pubblica Amministrazione (Stato ed Enti Locali) sotto forma di imposte e tasse, in linea con l'anno precedente.
- L'azionista ha ricevuto dividendi in linea con gli anni precedenti, per una somma pari al 5,3% del Valore Aggiunto.
- Alle banche e altri finanziatori vengono destinate le risorse per effetto degli interessi corrisposti per mutui e finanziamenti (2,0% del Valore Aggiunto).
- Lo 0,6% del Valore Aggiunto, infine, viene destinato alla collettività sotto forma di oneri per utilità sociale (il dato riguarda per larga parte i contributi che illycaffè spa (Italia) ha erogato a favore della Fondazione Ernesto Illy) e quote associative.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO AGLI STAKEHOLDER (2015) % VALORE AGGIUNTO DISTRIBUITO





Valore economico 104

4.5

Investimenti in information technology

Il 2015 si è caratterizzato anche per numerosi progetti legati all'evoluzione delle infrastrutture e delle applicazioni gestionali aziendali nell'ambito dell'Information Technology.

Il progetto più rilevante è stata l'implementazione per le consociate del nord America dell'intero sistema informativo gestionale con avviamento a partire dal 2016.

Altri progetti che hanno coinvolto la struttura di IT sono stati:

- Il supporto alla presenza presso EXPO a livello delle infrastrutture tecnologiche e di processo. In particolare si è dato supporto per i sistemi di gestione delle casse e del relativo dashboard sviluppato per poter seguire i risultati economici e di presenza in modo semplificato dai dispositivi mobili.
- Rilascio della nuova applicazione per dispositivi mobili illyLocator che consente un aggiornamento costante dei locali in cui acquistare i prodotti illy, l'integrazione del canale e-commerce e la comunicazione di promozioni ed eventi geo localizzati.

L'obiettivo degli importanti interventi di potenziamento delle infrastrutture di elaborazione, di comunicazione e di telefonia sono stati eseguiti al fine di poter garantire il miglioramento delle prestazioni applicative e delle capacità di comunicazione tra le sedi aziendali e verso internet, conseguendo inoltre importanti risparmi sui costi di gestione e manutenzione dei servizi.





standard



Nota metodologica

Il Sustainable Value Report di illycaffè è stato 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 qià da diversi anni.

Le linee guida utilizzate e processo di reporting

Il Sustainable Value Report 2015 è stato redatto secondo le "Sustainability Reporting Guidelines" versione G4 emesse dal Global Reporting Initiative (GRI) e le Linee Guida di settore (G4 Sector Disclosure - Food Processing Sector) con un livello "In accordance-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 di 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 Sustanable Value Report 2015 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://valuereport.illy.com/pdf/ASSURRANCE_2015_ita.pdf

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 al 31/12/2015.

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).

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

Standard 107 Sustainable value report 2015

5.2

Tabella GRI

GENE	RAL STANDARD DISCLOSURES	PARAGRAFO
STRAT	EGIA E ANALISI	
G4-1		Dichiarazione del Pres. A.D.
PROFIL	O DELL'ORGANIZZAZIONE	
G4-3	Nome dell'organizzazione	1.2 Profilo
G4-4	Marchi, prodotti e servizi	1.2
G4-5	Sede principale	1.2
G4-6	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	1.2
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	1.2 + 1.5 corporate governance
G4-8	Mercati serviti	1.2 Profilo
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	1.2
G4-10	Caratteristiche della forza lavoro	2.4.1 Occupazione
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	2.4.1
G4-12	Descrizione della catena di fornitura	2.5 Fornitori - 4.3 Filiera
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	5.2 Tab GRI
G4-14	Approccio prudenziale Nota: illycaffè 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	1.4.2 + 3.2. Impegno ambientale
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	1.4.1 Strategia Governo dell sostenibilità
G4-16	Partecipazioni ad associazioni o organizzazioni	2.6.2
MATER	IALITÀ E PERIMETRO DEL REPORT	
G4-17	Entità incluse nel Bilancio	5.1
G4-18	Principi per la definizione dei contenuti	5.1
G4-19	Aspetti materiali identificati nella definizione dei contenuti	1.8.2
G4-20	Aspetti materiali interni all'organizzazione	1.8.2
G4-21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione	1.8.2
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	5.3 Tab GRI
G4-23	Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro rispetto al precedente bilancio	5.1

STAKE	HOLDER ENGAGEMENT	
G4-24	Gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	1.8.1
G4-25	Identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	1.8.1
G4-26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.8.1
G4-27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder-	1.8.1
PROFIL	O DEL REPORT	
G4-28	Periodo di rendicontazione	5.1
G4-29	Data di pubblicazione del precedente report: 2015.	5.1
G4-30	Periodicità di rendicontazione: annuale	5.1
G4-31	Contatti e indirizzi per informazioni sul bilancio	5.1
G4-32	Indice dei contenuti GRI e indicazione dell'opzione "In accordance"	5.2
G4-33	Attestazione esterna	5.3 Assurance
GOVE	RNANCE	
G4-34	Struttura di governo	1.5 Corporate governance
ETICA	E INTEGRITÀ	ļ.
G4-56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	1.3.1

ASPETTI MATERIALI		PARAGRAFO
	CATEGORIA: ECONOMICA	
PERFC	PRMANCE ECONOMICHE	
DMA		4.4 valore aggiunto
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	4.4 valore aggiunto
PRESENZA SUL MERCATO Non materiale		
IMPAT	TI ECONOMICI INDIRETTI	
DMA		2.6.2 sostegno comunità 4.3.3 interventi filiera
EC7	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi per "pubblica utilità"	2.6.2 sostegno comunità 4.3.3 interventi filiera

PRATIC	HE DI APPROVVIGIONAMENTO	
DMA		2.5 fornitori
EC9	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	2.5 fornitori
FP1	Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'azienda	4.3.2 RSCP
FP2	Percentuale del volume di acquisti per i quali è stata verificata la conformità con standard produttivi di responsabilità credibili e riconosciuti a livello internazionale, distinti per standard	4.3.2 RSCP
	CATEGORIA: AMBIENTE	
MATER	RIALI	
DMA		3.4 materie prime
EN1	Materiali utilizzati	3.4 materie prime
ENERG	GIA	
DMA		3.5 energy
EN3	Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	3.5 energy
ACQU	A	
DMA		3.6 water
EN8	Volume totale di acqua prelevata per fonte di approvvigionamento	3.6 water
BIODI	VERSITÀ	
DMA		3.2 Impegno ambientale + 3.10 Agr. Sostenbile e biodiversità
EN12	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette	3.10 Agr. Sostenibile e biodiversità
EMISS	IONI	
DMA		3.3 emissioni
EN15	Emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) (Scopo 1)	3.3 emissioni
SCARI	CHI E RIFIUTI	
DMA		
EN23	Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	3.7 Rifiuti

Sustainable value report 2015

PROD	OTTI E SERVIZI		
DMA		3.8 Smaltimento prodotti	
EN27	Mitigazione degli impatti di prodotti e servizi sull'ambiente	3.5+3.6+3.8	
CONF	ORMITÀ		
DMA		3.2 Impegno ambientale	
EN29	Valore monetario delle multe significative e numero totale di sanzioni non monetarie per il non rispetto di leggi e regolamenti ambientali	3.2	
TRASF	ORTI		
DMA		3.9 trasporti	
EN30	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/ materiali e per gli spostamenti del personale.	3.9 trasporti	
GENE	RALE		
DMA		3.2 Impegno ambientale	
EN31	Spese e investimenti ambientali totali per tipologia	3.2	
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI			
DMA		4.3.2 RSCP	
EN32	Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri ambientali Nota: tutti i nuovi fornitori di caffè verde sono inseriti nel programma di valutazione di illycaffè e vengono valutati in base ai criteri e alle tempistiche stabilite con il protocollo B della certificazione RSCP	4.3.2 + 2.5	
MECC	ANISMI DI RECLAMO DOVUTI AD ASPETTI AMBIENTALI	Non materiale	
	CATEGORIA: SOCIALE		
OCCU	PAZIONE		
DMA		2.4.1 Occupazione	
LA1	Numero e tasso di nuove assunzioni e turnover del personale	2.4.1 Occupazione	
RELAZ	IONI INDUSTRIALI	Non materiale	
FP3	Percentuale di ore lavorative perse per dispute industriali, sciopero e serrata, per paese	Non materiale	

SALUT	E E SICUREZZA SUL LAVORO	
DMA		2.4.3 salute e sicurezza
LA6	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	2.4.3
FORM	AZIONE E ISTRUZIONE	
DMA		2.4.2 formazione e sviluppo
LA9	Formazione del personale	2.4.2
DIVER	SITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	
DMA		Occupazione
LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione del personale per indicatori di diversità	1.4.1 governance + 2.4.1 occupazione
PARIT	À DI RETRIBUZIONE PER UOMINI E DONNE	
DMA		Occupazione
LA13	Rapporto tra lo stipendio base delle donne e quello degli uomini	2.4.1 occupazione
VALUT	AZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DELLE POLITICHE E CONDIZI	IONI DI LAVORO
DMA		4.3.2 RSCP
LA14	Valutazione dei fornitori sulla base di criteri legati a politiche e condizioni di lavoro Nota: tutti i nuovi fornitori di caffè verde sono inseriti nel programma di valutazione di illycaffè e vengono valutati in base ai criteri e alle tempistiche stabilite con il protocollo B della certificazione RSCP	4.3.2
MECC	ANISMI DI RECLAMO DOVUTI AD ASPETTI DI LAVORO	-
	CATEGORIA: DIRITTI UMANI	
INVES	TIMENTI	
DMA		2.7+4.3.1
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	2.7+4.3.1
NON	DISCRIMINAZIONE	
DMA		2.7+4.3.1
HR3	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese	Nessun episodio rilevato

Sustainable value report 2015

LIBERT	TÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	
DMA		2.7+4.3.2
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 Nota: tutti i nuovi fornitori di caffè verde sono inseriti nel programma di valutazione di illycaffè e vengono valutati in base ai criteri e alle tempistiche stabilite con il protocollo B della certificazione RSCP	4.3.2 Non significativo per altri fornitori
LAVOF	RO MINORILE	
DMA		2.7+4.3.2
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 Nota: tutti i nuovi fornitori di caffè verde sono inseriti nel programma di valutazione di illycaffè e vengono valutati in base ai criteri e alle tempistiche stabilite con il protocollo B della certificazione RSCP	4.3.2 Non significativo per altri fornitori
LAVOF	RO FORZATO	
DMA		2.7+4.3.2
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 Nota: tutti i nuovi fornitori di caffè verde sono inseriti nel programma di valutazione di illycaffè e vengono valutati in base ai criteri e alle tempistiche stabilite con il protocollo B della certificazione RSCP	4.3.2 Non significativo per altri fornitori
PRATIO	CHE DI SICUREZZA	Non materiale
DIRITT	TI DELLA COMUNITÀ LOCALE	
DMA		2.7+4.3.2
HR8	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese <u>Nota: nessun episodio rilevato</u>	4.3.2 RSCP Non significativo per altri fornitori
VALUT	AZIONE	
DMA		2.7+4.3.2
HR9	Percentuale e numero totale di attività sottoposte a controlli e/o valutazioni di impatto relativi ai diritti umani	
VAL <u>U</u> T	AZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DEI DIRITTI UMANI	
DMA		4.3.2
HR10	Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione (screening) in materia di diritti umani	4.3.2

MECCANISMI PER I RECLAMI IN MATERIA DI DIRITTI UMANI		Non materiale	
CATEGORIA: SOCIETÀ			
COMUNITÀ LOCALI			
DMA		2.6 comunità	
SO1	Percentuale di operazioni che coinvolgono la comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	2.6 comunità + 4.3.3 ruolo di illycaffè nella filiera	
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.	1.5 Corporate Governance	
SO4	Comunicazione e formazione su politiche e procedure anti- corruzione		
POLITICA PUBBLICA			
DMA		1.5 Corporate Governance	
SO6	Totale dei contributi politici e relative istituzioni per paese e beneficiario. Nota: nessun contributo politico versato a partiti e relative istituzioni. illycaffé aderisce ad associazioni di settore e di rappresentanza e sostiene il pagamento delle relative quote associative.	2.6.2 + 4.4	
CONCORRENZA SLEALE		Non materiale	
COMPLIANCE			
DMA		1.5 Corporate Governance	
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	<u>Nessuna</u> <u>sanzione di</u> guesta natura	
VALUT	TAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DEGLI IMPATTI SULLA SO	OCIETÀ	
DMA		4.3.2 RSCP	
SO09	Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri di impatto sulla società Nota: tutti i nuovi fornitori di caffè verde sono inseriti nel programma di valutazione di illycaffè e vengono valutati in base ai criteri e alle tempistiche stabilite con il protocollo B della certificazione RSCP	4.3.2	
	ANISMI PER I RECLAMI RELATIVI AGLI IMPATTI SOCIETÀ	Non materiale	

CIBO SALUTARE ED A PREZZI ACCESSIBILI		Non materiale	
DMA		Non materiale	
BENESSERE DEGLI ANIMALI		Non applicabile	
CATEGORIA: RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO			
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI			
DMA		2.2 salute e sicurezza consumatori	
PR1	Categorie di prodotti e servizi oggetto di valutazioni a fini migliorativi per salute e sicurezza	2.2	
FP5	Percentuale dei volumi di produzione realizzati in stabilimenti certificati da un ente terzo indipendente secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale	2.2	
FP6	Percentuale dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	2.2	
FP7	Percentuali dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive quali fibre, vitamine, minerali, fitochimici o additivi alimentari funzionali	2.2	
ETICH	ETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI		
DMA			
PR5	Risultati dei sondaggi sulla soddisfazione dei clienti	2.3.3 ascolto e soddisfazione	
ATTIVI	TÀ DI MARKETING		
DMA			
PR6	Vendita di prodotti vietati o oggetto di contenzioso	Non sono venduti prodotti di questa natura	
PRIVA	CY DEL CONSUMATORE		
DMA			
PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	<u>Nessun reclamo</u> <u>di questa natura</u>	
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	Nessuna sanzione di questa natura	

Assurance

Introduzione

DNV GL Business Assurance Italia S.r.l. ('DNV GL') è stata incaricata dal Management di illycaffè S.p.a. ('illycaffè') di condurre una verifica sul suo Sustainable Value Report 2015 ('il Report') rispetto alle Sustainability Reporting Guidelines, versione 4 ('G4'), della Global Reporting Initiative ('GRI').

La nostra verifica ha riguardato il Report 2015, nella versione resa disponibile da illycaffè agli stakeholder nel proprio sito web.

Per i dettagli sulla composizione di illycaffè e sul perimetro di rendiconto, si rimanda a quanto dichiarato nell'apposito paragrafo del Report.

illycaffè è responsabile della raccolta, analisi, aggregazione e presentazione delle informazioni contenute nel Report. La verifica è fondata sull'assunzione che i dati e le informazioni forniteci in buona fede dall'Organizzazione siano complete, sufficienti e autentiche.

La nostra responsabilità nello svolgimento del lavoro commissionatoci, in accordo con le condizioni concordate con l'Organizzazione, è unicamente verso il management di illycaffè.

Questa Dichiarazione di Assurance Indipendente è destinata esclusivamente agli stakeholder di illycaffè e non è destinata ad essere e non deve essere utilizzata da persone diverse da questi.

Scopo dell'Assurance

Lo scopo del lavoro concordato con illycaffè ha incluso i seguenti aspetti:

- Analisi, secondo un Moderate level di Assurance, delle attività e dei dati legati alla sostenibilità, riconducibili al periodo compreso tra gennaio e dicembre 2015, così come contenuti nel Report 2015.
- Valutazione dei principi di reporting richiamati dalle linee guida GRI G4, secondo l'opzione 'Core'.

La nostra verifica è stata condotta nel mese di maggio 2016 presso la sede centrale di Trieste.

Le informazioni e i dati economici sono stati acquisiti dal Bilancio d'esercizio 2015 certificato di illycaffè S.p.A. e non sono compresi nello scopo della nostra verifica.

Sustainable value report 2015

Metodologia di verifica

La nostra verifica è stata pianificata e condotta nel rispetto del protocollo di verifica 'VeriSustain' di DNV GL, basato sulla nostra esperienza professionale e sulle best practice internazionali in materia di assurance (tra le quali l'International Standard on Assurance Engagements - ISAE 3000). Questi documenti prevedono, tra l'altro, che il gruppo di verifica possieda conoscenze, capacità e competenze professionali necessarie per una verifica delle informazioni di sostenibilità e che il team sia conforme ai requisiti etici atti a garantirne l'indipendenza.

In accordo con il Protocollo, disponibile su richiesta sul nostro sito internet*, il Report è stato valutato rispetto ai seguenti criteri:

- aderenza ai principi delle Linee Guida GRI G4;
- GRI G4, rispetto ai requisiti richiesti per l'opzione Core;
- ISAE 3000, per la verifica delle informazioni non finanziarie.

Parte integrante della verifica è stata l'analisi delle dichiarazioni e degli assunti legati alla sostenibilità riportati nel Report e la valutazione della robustezza del sistema di gestione dei dati, dei flussi informativi e dei relativi controlli. Abbiamo esaminato e sottoposto a review i dati e le altre informazioni resi disponibili da parte di illycaffè.

Abbiamo recepito le informazioni e i dati tecnici dai sistemi di gestione certificati.

Per le informazioni relative alla supply chain del caffè verde, abbiamo recepito le risultanze delle attività di audit condotte nel 2015 in riferimento allo schema "Responsible Supply Chain Process". In particolare abbiamo recepito quanto emerso durante le verifiche effettuate presso la sede centrale di Trieste e presso un campione di produttori in Brasile.

Abbiamo condotto audit a campione su:

- i meccanismi attuati da illycaffè per l'implementazione delle proprie politiche di sostenibilità, come descritto nel Report;
- i processi per la determinazione della materialità dei contenuti da includere nel Report;
- i processi per la generazione, la raccolta e la gestione dei dati quantitativi e qualitativi inclusi nel Report.

Abbiamo intervistato 15 referenti aziendali coinvolti nella gestione operativa degli aspetti riportati nel Report 2015.

Abbiamo inoltre intervistato il referente di un cliente di illycaffè coinvolto in un'attività di formazione presso la sede di Trieste.

Conclusioni

Secondo l'opinione di DNV GL, il Sustainable Value Report 2015 di illycaffè è una rappresentazione accurata e imparziale delle strategie di sostenibilità, dei sistemi di gestione e delle performance dell'Organizzazione.

Materialità

Il Report riflette l'impegno di illycaffè nel fornire informazioni e dati che consentono ai propri stakeholder la valutazione delle performance economiche, sociali e ambientali dell'Organizzazione.

In tal senso si apprezza la realizzazione da parte dell'Organizzazione di un'attività interna di indagine e analisi, finalizzata a determinare gli aspetti ritenuti potenzialmente materiali da una parte dei propri stakeholder. Al fine di dare maggiore consistenza alle risultanze di tale analisi, risulta importante per l'Organizzazione potenziare ulteriormente il processo di review interna del documento, sviluppando canali di dialogo diretti con tutte le categorie di stakeholder; tale confronto, infatti, rappresenta lo strumento più efficace per confermare le proprie percezioni e per orientare in modo più robusto le proprie strategie, rendendo la rendicontazione ancor più rappresentativa degli impatti dell'Organizzazione in materia di sostenibilità.

Inclusività

Il documento evidenziare l'impegno di illycaffè verso la promozione e lo sviluppo di iniziative atte a coinvolgere con regolarità e sistematicità i propri stakeholder.

Si valutano positivamente le iniziative di coinvolgimento sviluppate nel corso dell'anno dall'Organizzazione nei confronti delle diverse categorie di stakeholder. In linea con l'impegno di illycaffè nel conseguimento di un modello di business strategicamente orientato alla sostenibilità, si ritiene importante consolidare ulteriormente i processi di analisi delle risultanze delle attività di dialogo, in modo da riflettere maggiormente la volontà di illycaffè di garantire un allineamento delle strategie aziendali con quanto emerso dai processi di coinvolgimento.

Allo stesso tempo, si sottolinea l'importanza, nello sviluppo dei contenuti del Report, di consentire agli stakeholder di comprendere più facilmente in che modo le tematiche e le istanze emerse come rilevanti siano state integrate nelle strategie e nelle azioni attuate da illycaffè.

Sustainable value report 2015

Completezza

Il Report consente agli stakeholder di valutare le performance di sostenibilità di illycaffè per ciò che attiene gli ambiti economici, sociali ed ambientali nel corso dell' anno di rendiconto, e la comprensione delle sue strategie e obiettivi di sostenibilità a medio-lungo termine.

Il documento è realizzato attraverso il contributo delle diverse strutture organizzative che concorrono a identificare gli aspetti e i dati rilevanti per l'anno di rendiconto. Si sottolinea l'importanza di proseguire nella sistematizzazione dei flussi interni di reporting, in particolare in riferimento alle fasi di validazione del dato.

A garanzia di un rendiconto ancora più completo degli impatti di sostenibilità di illycaffè si ritiene importante proseguire con l'inserimento di nuove informazioni relative alle società identificate come parte del perimetro e non ancora incluse nel documento.

Rispondenza

Il documento esplicita l'impegno di illycaffè nell'integrare le considerazioni provenienti dai propri stakeholder all'interno del proprio processo decisionale e dei propri piani d'azione strategici.

In coerenza con gli obiettivi di miglioramento continuo in tema di sostenibilità e di reporting, risulta importante proseguire nell'attività di strutturazione delle informazioni contenute nel Report, al fine di dare ulteriore evidenza di come le risultanze provenienti dalle attività di coinvolgimento dei propri stakeholder siano integrate all'interno delle proprie scelte strategiche e correlate agli obiettivi che l'Organizzazione si pone in materia di sostenibilità.

Contesto di sostenibilità

Le informazioni e i dati presentati all'interno del Report riflettono adeguatamente la strategia, gli impegni e le attività svolte da illycaffè in relazione al contesto di sostenibilità all'interno del quale l'Organizzazione opera.

Principi per la qualità del Report

Neutralità

Il Report è una descrizione completa e imparziale degli impatti e delle performance di sostenibilità di illycaffè. Il documento rispecchia la volontà dell'Organizzazione di rappresentare le proprie attività e i risultati relativi all'anno di rendiconto in modo equilibrato e coerente con le proprie strategie aziendali.

Accuratezza

Dalla nostra analisi dei dati e dei processi aziendali che li generano, i dati riportati nel Report sono frutto di attività stabili e ripetibili. Le informazioni contenute nel Report risultano pertanto sufficientemente accurate e dettagliate.

Ulteriori rilievi in relazione alle performance di sostenibilità

Affidabilità

I dati inseriti nel Report oggetto della nostra verifica sono risultati identificabili e rintracciabili; il personale responsabile è stato in grado di dimostrare in modo attendibile l'origine e l'interpretazione dei dati.

Durante la nostra attività, abbiamo rilevato un numero limitato di errori non rilevanti, che sono stati corretti prima della versione finale del Report.

Secondo la nostra opinione, le informazioni e i dati comunicati nel Report di Sostenibilità sono affidabili.

DNV GL ritiene che il Report sia in linea con i requisiti 'Core' richiamati dalle Linee Guida GRI G4.

Ulteriori conclusioni e osservazioni sull'adozione dei principi di rendicontazione e delle informazioni sulle performance specifiche sono riportate di seguito.

Opportunità di miglioramento

Di seguito si riporta una sintesi delle osservazioni e opportunità comunicate al management di illycaffè che, ad ogni modo, non influiscono sulle nostre conclusioni sul Report; esse risultano, infatti, coerenti con gli obiettivi organizzativi già in essere.

 Il committment degli organi e delle funzioni direzionali dell'Organizzazione rappresenta un aspetto imprescindibile per il continuo miglioramento delle performance di sostenibilità dell'organizzazione; in tal senso, considerato anche il contesto di cambiamento organizzativo, si sottolinea l'importanza di incrementare ulteriormente il livello di rendicontazione relativamente alla Governance di sostenibilità.

Sustainable value report 2015

- Si ritiene importante proseguire nell'attività di rendiconto delle performance di sostenibilità dei fornitori che operano per conto di illycaffè, incrementando le attività di monitoraggio e di dialogo e sfruttando allo stesso tempo le sinergie interne all'Organizzazione, al fine di migliorarne efficacia ed efficienza.
- Al fine di aumentare il grado di affidabilità delle informazioni ambientali riportate nel Report, si raccomanda di disciplinare meglio le modalità di trasmissione dei dati aggiornati e della successiva fase di validazione.

Competenza e Indipendenza di DNV GL

DNV GL è uno dei principali provider di servizi legati alla sostenibilità, tra cui la verifica dei bilanci di sostenibilità. I nostri specialisti di assurance ambientale e sociale lavorano in più di 100 paesi.

DNV GL non è stata coinvolta nella preparazione di alcuna dichiarazione o dato incluso nel Report, ad eccezione della presente Dichiarazione di Assurance. DNV GL conserva la completa imparzialità verso gli stakeholder intervistati durante il processo di verifica.

DNV GL declina ogni responsabilità o corresponsabilità per ogni decisione che qualsiasi persona o entità possa intraprendere basandosi sulla presente Dichiarazione di Assurance.

Per DNV GL Business Assurance Italia S r L

Antonella Biasco

Lead Verifier

Zeno Beltrami

Reviewer

Autoroffesso To Bethour

Vimercate (MB), 30-06-2016