



TORINO, ITALIA, 1895

LA SOSTENIBILITÀ È CONDIVISA

Lavazza cammina da sempre nel solco di un **percorso strategico di sviluppo sostenibile**, arricchendo ogni tappa di nuove idee e progetti e coinvolgendo sempre di più tutti i suoi stakeholder - produttori, partner, collaboratori e consumatori – secondo modalità innovative e non convenzionali: **la sostenibilità è una responsabilità condivisa e va sostenuta attraverso l'innovazione.**

Le radici del viaggio

Da più di 120 anni il **modello di business** del Gruppo si basa sulla sinergia tra **sistema valoriale** – fatto di passione per l'eccellenza, spirito di squadra, coerenza, trasparenza, integrità e lungimiranza – e **solidità economica**, testimoniata dal grande impegno etico ed economico in Sostenibilità.

Nel corso del tempo, questa sinergia si è trasformata in un **percorso strategico** che si basa sulla convinzione che *“l'integrazione sempre più profonda tra la crescita economica, l'inclusione sociale e la tutela dell'ambiente sia l'unico paradigma in grado di creare valore condiviso oltre che di salvaguardare il mondo in cui viviamo”* – sottolinea **Mario Cerutti**, Chief Institutional Relations & Sustainability Officer di Lavazza.

Fare sistema, costruire insieme il futuro



Lavazza ha deciso di sposare un percorso di concreta collaborazione con le maggiori organizzazioni che si propongono di fare sistema verso gli obiettivi di sostenibilità, sottoscrivendo l'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite e i suoi 17 Sustainable Development Goals (SDGs)** e aderendo all'**Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS)** e al **Global Compact delle Nazioni Unite**.

“Per noi che da sempre promuoviamo un approccio olistico alla sostenibilità, come impresa responsabile e attraverso la nostra Fondazione, questo è un ulteriore passo avanti” – dichiara **Mario Cerutti** – *“I nostri programmi attuali e tutti quelli futuri, nel seguire la matrice proposta dall'Agenda delle Nazioni Unite, risponderanno ai 17 Sustainable Development Goals e vedranno coinvolte non solo le comunità del caffè, ma anche i collaboratori, i fornitori, i consumatori e la società civile”*.

Il “Goal Zero – Diffondere il messaggio”



Inoltre, ai 17 Goals, Lavazza ne aggiunge virtualmente uno: il **“Goal Zero – Diffondere il messaggio dell'Agenda 2030”**, ossia quello che si prefigge di **comunicare** in senso più ampio **lo sviluppo sostenibile**, a tutti e in tutte le sue sfaccettature.

Si tratta di un obiettivo necessario per raggiungere tutti i traguardi proposti, perseguito dall'azienda già da una serie di iniziative:



TORINO, ITALIA, 1895

- Il **calendario Lavazza 2018** è dedicato ai **17 SDGs**: “**2030 What Are You Doing?**” è stato il primo **megafono artistico** al mondo destinato ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, nato per divulgarli ovunque in maniera semplice, emozionale, efficace e per diffondere un vero e proprio “contagio di responsabilità” tra le persone.
- La partecipazione al **Festival dello Sviluppo Sostenibile 2018** sia in qualità di partner di ASviS che con l’organizzazione di uno degli eventi nazionali in calendario dedicati ai singoli Goal: “**Generazione 2030**”, **l’appuntamento dedicato all’Obiettivo di Sviluppo Sostenibile n.4 (Istruzione di qualità)**, si svolgerà a **Torino il 24 maggio** presso lo spazio eventi di **Nuvola Lavazza**.
- Le iniziative rivolte ai **giovani della scuole superiori e agli universitari** la partecipazione al concorso “*Facciamo 17 goal. Trasformare il nostro mondo: l’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*” promosso da Miur-ASviS, che coinvolge le scuole italiane, e il contest “*Lavazza and Youth for SDGs*”, l’iniziativa che, tramite la Rete Università Sostenibili (RUS), coinvolge una selezione di università italiane e chiede agli studenti di proporre progetti, legati ai 17 Global Goal, da applicare nei Paesi in cui opera la Fondazione Lavazza. Per entrambi i progetti la premiazione si svolgerà durante l’evento nazionale sul Goal 4 il 24 maggio a Torino.
- Un programma di engagement e formazione sull’Agenda 2030 rivolto ai **dipendenti** di tutto il mondo, attraverso strumenti di comunicazione interna, quali newsletter, la distribuzione a ognuno del calendario “2030 What Are You Doing?”, training.

Un piano integrato di sostenibilità: poniamo oggi le basi per un futuro sostenibile

Il valore delle partnership

Lavazza condivide il valore della sostenibilità con **partner d’eccellenza** in progetti di sviluppo concreto e duraturo, orientati alla qualità, al rispetto dell’ambiente, della terra e delle risorse.

L’Azienda collabora a livello globale, da più di 15 anni, con **Save the Children**: con una donazione complessiva di 3 milioni di euro, sono stati sostenuti progetti in India, Costa d’Avorio, Myanmar e interventi di emergenza in Italia e Nepal (maggiori info [qui](#)).

Nel 2016 il legame con la ONG è stato ulteriormente approfondito attraverso la collaborazione sui [Children Rights and Business Principles \(The Principles\)](#), le linee guida di supporto alle aziende per il rispetto e la promozione dei diritti dell’infanzia, elaborate da [UNICEF](#), [UN Global Compact](#) e [Save the Children](#). E’ stato avviato un **programma di ingaggio e formazione degli attori presenti lungo la catena del valore del caffè**, interni ed esterni all’azienda, che mira a sensibilizzare e prevenire possibili situazioni contrarie ai Principles.

Nel **2017**, inoltre, l’azienda ha deciso di **mettersi in gioco in prima persona** con **due progetti pilota** per offrire la propria expertise al servizio della **formazione sul campo dei giovani**:

- **negli slum di Calcutta**. Grazie agli esperti del **Lavazza Training Center in Italia e in India** Lavazza organizza dei **corsi per barista**, vere e proprie “coffee school”: oggi i primi 8 ragazzi “diplomati” hanno **trovato lavoro o stanno facendo i colloqui, chi per grandi catene di caffetterie, chi per il bar di Calcutta creato da Save The Children, dopo un lavoro di rimessa in opera di macchine da caffè che erano rimaste inutilizzate**. Un’occasione per cambiare davvero la vita di questi ragazzi e un aiuto concreto per uscire da una situazione di vulnerabilità, grazie all’insegnamento di una professione



TORINO, ITALIA, 1895

- **nelle “fincas” del Centro America**, le fattorie dove si coltiva il caffè nei paesi in via di sviluppo. Lavazza organizza **programmi formativi per i produttori** svolti dai propri esperti assaggiatori e articolati in più fasi: direttamente sui campi, ma anche portando una selezione dei migliori partecipanti a seguire corsi speciali a Torino nel *Training Center* dell’azienda. L’obiettivo è quello di dare ai coltivatori le migliori competenze sul mercato e consentire loro una produzione di qualità sempre maggiore

“Fin dall’anno 2000 in Lavazza abbiamo scelto di destinare i progetti di sostenibilità dedicati al miglioramento della produzione e della vita dei coltivatori a caffèicultori che non sono nostri fornitori, anzi che spesso operano lontano dalle zone dove acquistiamo la nostra materia prima: il nostro obiettivo è sviluppare diffondere a largo raggio una cultura della qualità del caffè che porti sensibili vantaggi ai produttori” – sottolinea **Mario Cerutti, Chief Institutional Relations & Sustainability Officer**

L’Azienda, attraverso la Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza istituita nel 2004, collabora anche con **Oxfam Italia** nella ideazione e realizzazione di progetti per supportare gli agricoltori di **Haiti e Repubblica Dominicana** nel **migliorare qualità e quantità della produzione di caffè**, anche **tramite un avanzamento tecnologico** nella filiera della lavorazione. Nel 2018 è stato lanciato il **Coffee Study Program** in collaborazione con **Oxfam Italia e SDSN Youth**: un viaggio da Torino alla Repubblica Dominicana per toccare con mano quali interventi e buone pratiche possano migliorare l’impatto della produzione del caffè sull’ambiente e sulla comunità, grazie al coinvolgimento di giovani studenti provenienti da diversi Paesi.

Community Engagement

Lavazza è attiva attraverso un articolato **programma di community engagement per diffondere una cultura dello sviluppo sostenibile** anche nel proprio contesto di appartenenza italiano: progetti in collaborazione con le istituzioni locali della città di Torino e con le organizzazioni della società civile locali finalizzati a promuovere l’inclusione sociale e il rispetto dell’ambiente.

Nuvola Lavazza è l’esempio più importante e recente di questo approccio: è un nuovo spazio polifunzionale, inaugurato lo scorso aprile, concepito come un grande portale che mette in relazione l’Azienda e la sua città con gli oltre 90 Paesi in cui opera, simbolo globale di apertura e condivisione, dove le persone si mescolano, lavorano insieme, producono, scambiano idee, si confrontano e comunicano con il mondo.

Nuvola Lavazza è stata sviluppata mettendo al centro il comfort delle persone, il risparmio energetico e la tutela dell’ambiente. Con questo progetto è stata restituita alla città un’area che era stata concepita per uso industriale, rileggendola in una logica diversa, con un’attenzione massima alla sostenibilità, che ha permesso di ottenere il **livello Platinum, il più alto in assoluto, della certificazione LEED**, il sistema che valuta l’eccellenza energetico-ambientale delle costruzioni. Nuvola Lavazza è stata quindi riconosciuta come uno degli edifici più eco-sostenibili del mondo.

La responsabilità del leader

Lavazza sente il proprio ruolo di **leader** di mercato come un dovere ad **agire responsabilmente** nei confronti di tutte le **comunità** in cui opera, a partire dalle zone di produzione delle materie prime. Qui si trova il campo d’azione della **Fondazione Lavazza** rivolto all’apertura e allo sviluppo di **collaborazioni**:

- a livello locale con il progetto **iTierra!**
- su scala internazionale, per esempio con la partecipazione all’**International Coffee Partners (ICP)** – organo che riunisce sette tra i più importanti torrefattori e trader di caffè in Europa, i quali, in un’ottica precompetitiva collaborano per la sostenibilità del settore - e l’adesione al tavolo tecnico multistakeholder **Coffee & Climate**, di cui **Giuseppe Lavazza è co-chairman**, che mette in campo azioni concrete di supporto ai contadini (training) per il contrasto al cambiamento climatico.



TORINO, ITALIA, 1895

Si tratta di un impegno articolato e concreto: solo nel 2015 l'Azienda ha messo a disposizione della Fondazione **2,5 milioni di euro**.

Ad oggi sono oltre **60.000** i **produttori** coinvolti e più di **20** i **progetti** in 17 paesi avviati nel mondo da Lavazza.

iTierra! nasce nel 2002 come **primo progetto di sostenibilità interamente realizzato da Lavazza, volto allo sviluppo dell'imprenditorialità, alla formazione agricola e tecnologica e al miglioramento delle infrastrutture**: nella sua prima fase, durata fino al 2009 e concentrata in Colombia, Perù e Honduras, ha reso possibile il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro dei coltivatori, un salto in avanti che ha permesso di sviluppare le loro tecniche produttive e di migliorare così la qualità della materia prima. Questo approccio ha così portato alla nascita del caffè di alta qualità Lavazza **iTierra!**, proveniente da agricoltura sostenibile e certificato dall'ONG Rainforest Alliance.

Dal 2010 è partita la seconda fase del progetto in Brasile, Tanzania e India, mentre dal 2013 sono state coinvolte anche due comunità in Etiopia e Vietnam.

iTierra! è un programma in continua evoluzione anche all'interno dei paesi in cui è radicato da più tempo: nel marzo di quest'anno, per esempio, Giuseppe Lavazza, Vice Presidente del Gruppo, insieme a Juan Manuel Santos, Presidente della Repubblica di Colombia e Premio Nobel per la Pace 2016, ha visitato le comunità del Meta, ai piedi della Cordigliera Orientale colombiana, una zona altamente simbolica per la rinascita del paese dal conflitto armato, dove per anni la coltivazione del caffè è stata abbandonata. Qui dal 2015, l'azienda ha declinato il programma **iTierra! arricchendolo di un progetto di "trasformazione tecnologica"** articolato in fasi, che prima portato nella zona la connettività, poi ha fornito una formazione tecnologica e infine ha conferito servizi di telemedicina per gli abitanti della zona.

Il viaggio continua

Queste le prime tappe nel cammino verso il 2030, un cammino che vuole portare a una **rivoluzione positiva e attiva**, in grado di ispirare e risvegliare il senso comune: Lavazza continuerà a intercettare le tematiche più urgenti per poi renderle fruibili al maggior numero possibile di persone e a supportare e diffondere gli Obiettivi di Sostenibilità in modo capillare e globale.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, esportando oltre il 63% della sua produzione. Lavazza impiega complessivamente circa 3 mila persone, con un fatturato di 2 miliardi di euro nel 2017. Lavazza ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, ovvero l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue la maggior parte dei suoi prodotti.

L'azienda, tra le prime 100 marche al mondo per reputazione secondo il Reputation Institute, conta inoltre più di 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, imponendosi come prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso.

Lavazza è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre alla costante innovazione. Ad oggi Lavazza vanta un brand conosciuto in tutto il mondo, cresciuto grazie a importanti partnership perfettamente coerenti con la strategia di internazionalizzazione della marca: come quelle, nel mondo dello sport, con i tornei tennistici del Grande Slam e - nel campo dell'arte e della cultura - con prestigiosi Musei quali il Guggenheim di New York negli USA e l'Ermitage di San Pietroburgo in Russia. Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP, la danese Merrill, la canadese Kicking Horse Coffee e l'italiana Nims.

Visita lavazza.it

Per informazioni: **Lavazza** | Massimo Borraccetti | +39 011.234.8794 | +39 345 678 9452 | massimo.borraccetti@lavazza.com | **Edelman** | Laura Poggio | +39 340 5505096 | laura.poggio@edelman.com