

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ **2025**
Abstract



LAVAZZA
GROUP



Luigi Lavazza S.p.A.
Sede legale ed amministrativa: Via Bologna, 32 - 10152 Torino
Tel. +39 011.2398.1
Fax +39 011.2398.324
Capitale Sociale € 25.090.000 int. vers.
Registro delle Imprese di Torino 00470550013
Rea di Torino 257143
Codice Fiscale - Partita IVA 00470550013
sustainability@lavazza.com

CREDITI FOTOGRAFICI:

Andrea Guermani
Andrew Lee
Davide Bozzalla
Hanns R. Neumann Stiftung
International Coffee Partners
Naturaleza Secreta - Biocubacaffè
Sawa World
Save the Children
World Coffee Research

COORDINAMENTO EDITORIALE:

Direzione Innovation, Sustainability & Institutional Relations
Laura Poggio

IDEAZIONE E PROGETTO GRAFICO:

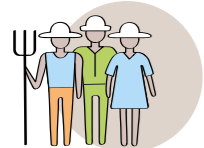
Visualmade, Milano

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ **2025**

Abstract

IL MONDO DEL CAFFÈ

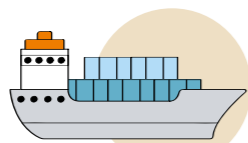
Il Gruppo Lavazza opera come torrefattore nella filiera del caffè, una delle filiere agricole più articolate e frammentate: il **95%** della produzione mondiale proviene da **25 milioni** di piccoli produttori, circa **12,5 milioni** di aziende agricole a conduzione familiare su terreni di grandezza inferiore ai 5 ettari, dislocate in più di **40 Paesi** produttori all'interno nella cosiddetta **coffee belt**, la cintura del caffè compresa tra il Tropico del Cancro e il Tropico del Capricorno, nei cui primi cinque Paesi (Brasile, Vietnam, Indonesia, Colombia ed Etiopia) si concentra **oltre il 70%** della produzione. Il consumo giornaliero mondiale è in crescita costante: si calcola che ogni giorno vengano consumate **3,1 miliardi** di tazzine da caffè equivalenti a 178 milioni di sacchi da 60 kg di chicchi.



25 MILIONI
di piccoli produttori
in più di 40 Paesi lungo
la fascia equatoriale

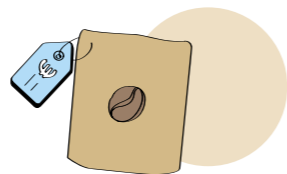


3,1 MILIARDI
di tazzine di caffè
consumate al giorno



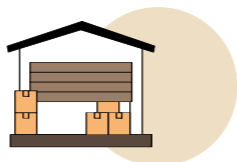
LOGISTICA DEL CAFFÈ DAL PAESE DI ORIGINE

- Trasporto interno dalla piantagione al porto
- Spedizione su nave cargo



DETERMINAZIONE DEL PREZZO DI MERCATO

- Incontro tra domanda e offerta
- Determinazione del prezzo in base a:
 - Qualità
 - Origine
 - Costi di produzione
 - Condizioni di mercato



STOCCAGGIO NEI MAGAZZINI DOGANALI

- Controlli di conformità sanitaria, qualitativa e organolettica
- Trasporto negli stabilimenti produttivi



SELEZIONE DEI CHICCHI

- Valutazione e classificazione dei chicchi in base a colore, dimensione e densità
- Tostatura campione
- Cupping



TOSTATURA

- Miscelazione
- Tostatura
- Macinazione
- Controlli di qualità del prodotto finito



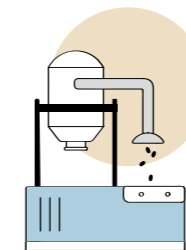
PIANTAGIONE E COLTIVAZIONE

- Semina delle piante
- Cura della crescita



RACCOLTA

- Raccolta delle ciliegie di caffè
- Selezione



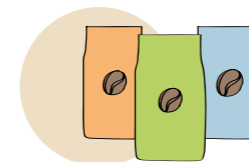
ESSICAZIONE E DECORTICAZIONE

- Essiccazione naturale o meccanica
- Decorticazione



PRE-LAVORAZIONE DELLE CILIEGIE DI CAFFÈ

- Naturale
- Lavato
- Miele



IMPACCHETTAMENTO



DISTRIBUZIONE

- Caffetterie
- GDO
- Casa



CONSUMO E FINE VITA

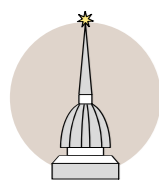
IL GRUPPO LAVAZZA

Il Gruppo Lavazza nasce 130 anni fa dalla passione imprenditoriale della famiglia Lavazza e oggi è tra i principali protagonisti dello scenario globale del caffè come torrefattore. Offre prodotti di alta qualità attraverso un modello di business responsabile, basato su innovazione, passione e competenza, e strutturato nella **strategia di sostenibilità "A Goal in Every Cup"** con i suoi tre pilastri: **Climate & Nature, People & Community, Value Chain**.



LAVAZZA 130



 A Torino dal **1895**

 Oggi in oltre **140** Paesi nel mondo

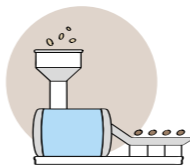
PURPOSE 
AWAKENING
A BETTER WORLD
EVERY MORNING

VALORI

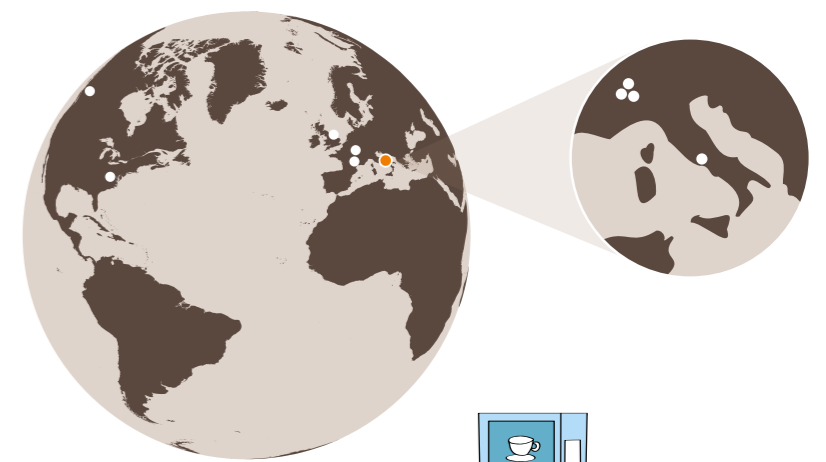
-  AUTHENTICITY
-  PASSION FOR EXCELLENCE
-  RESPONSIBILITY
-  INVENTIVENESS

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ



 **9** stabilimenti produttivi

- Italia
- Francia
- UK
- Usa
- Canada



BUSINESS MULTICANALE

- Retail
- E-commerce
- Food Service
- Retailing
- Office Coffee Service
- Vending



COFFEE MILESTONES: 130 ANNI DI STORIA



1895

Luigi Lavazza apre il primo negozio a Torino.



1947

Nasce il primo logo Lavazza.



1957

Lavazza diventa il più grande produttore di caffè in Italia.



2004

Nasce la Fondazione Lavazza.



2016

Ingresso di Carte Noire nel Gruppo Lavazza.



2018

Acquisizione della divisione caffè di Mars Drinks che diventa Lavazza Professional.



2022

Accordo per l'acquisizione di MaxiCoffee.



1927

Lavazza: inizia la storia del caffè di famiglia.

1952

Viene introdotto il metodo di confezionamento sottovuoto e nasce una nuova era delle miscele.



1982 -1990

Espansione in altri mercati europei chiave.



2015

Merrild diventa parte del Gruppo.



2017

Kicking Horse Coffee entra a far parte del Gruppo e inizia l'integrazione di Nims.



2021

Avvio della partnership tra il Gruppo e Yum China.



2025

Lancio di Tabli.



TABLÌ



IL NOSTRO IMPEGNO PER LE PERSONE



Nella strategia di sostenibilità del Gruppo, il pilastro che include **"People"** mira a garantire pari opportunità a tutte le persone di Lavazza, in un ambiente di lavoro sano, sicuro, equo e inclusivo che promuove il benessere personale, la crescita professionale e l'equità di genere.

La cura per le persone si declina attraverso un articolato sistema di welfare, programmi specifici, prassi e policy per: tutela dei diritti dei lavoratori e delle lavoratrici, salute e sicurezza, Diversità, Equità e Inclusione, formazione e sviluppo professionale, benessere psicofisico.



5.864
dipendenti

di cui più del **97%**
a tempo indeterminato

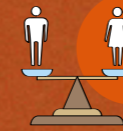
DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE



Nuova **GLOBAL PARENTAL POLICY** per un congedo parentale paritario



Primo livello **CERTIFICAZIONE EDGE** parità di genere (Italia, UK, Francia, Germania)



PROGRAMMA GAP FREE a livello globale

CERTIFICAZIONE EDGE PLUS Assess (Italia e USA)

FORMAZIONE

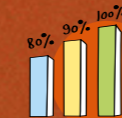


14 ore di formazione pro-capite



AMBASSADOR PROGRAMME III edizione - esperienza in piantagione per i dipendenti

SVILUPPO PROFESSIONALE



Valutazione delle performance dei dipendenti



Sistemi di incentivazione legati a obiettivi ESG

BENESSERE



TOP EMPLOYER UK e Italia



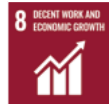
TIME TO CARE programma di welfare & wellbeing aziendale (Italia)



GREAT PLACE TO WORK Danimarca, UK, Svezia e Canada



UNA CRESCITA RESPONSABILE



Fare business in modo responsabile è da sempre un presupposto imprescindibile per il Gruppo Lavazza.

“Value Chain” è il pilastro strategico che si pone l’obiettivo di operare in modo responsabile, sviluppando una catena del valore incentrata sul rispetto dei diritti umani, del lavoro e dell’ambiente attraverso: un approccio multi-stakeholder e una governance trasparente; un solido corpo procedurale condiviso con tutti gli attori della catena (Codice Etico, Codice di Condotta fornitori e Statement su diritti umani e diritti dei bambini e delle bambine); la ricerca delle migliori pratiche di salute e sicurezza, a cominciare dal Sistema di gestione ISO 45001 multi sito.



3,9 MILIARDI €
di valore economico generato



di cui più del **97%**
distribuito agli stakeholder

GOVERNANCE ETICA E TRASPARENTE



Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità



Programmi di formazione antitrust e anticorruzione



Tax Control Framework



Policy anticorruzione

SALUTE E SICUREZZA DIPENDENTI



AUDIT ETICO-SOCIALI SMETA*
negli stabilimenti italiani del Gruppo

CATENA DI FORNITURA



Oltre **97%** del caffè verde** da fornitori valutati su EcoVadis



17 audit etico-sociali in **6** Paesi



Partnership multistakeholder nelle filiere del caffè



Supporto alla **ILO CHILD LABOUR PLATFORM**



Dal 2020 progetto per la **TUTELA DEI DIRITTI DELL'INFANZIA IN VIETNAM**: coinvolgimento attivo dei fornitori chiave di caffè

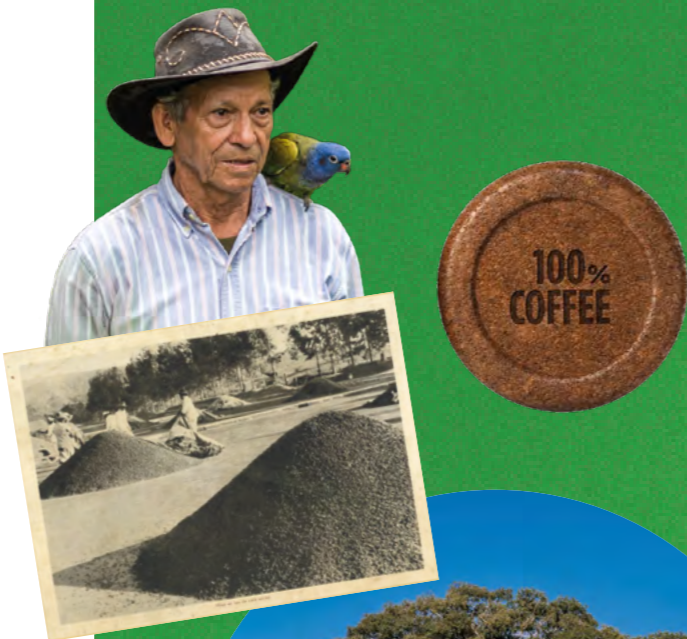
Oltre **6.000** beneficiari diretti

* Il protocollo di audit SMETA è una delle principali metodologie a livello globale per la conduzione di audit di terza parte ed è lo standard per essere inseriti nel Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX)

** Percentuale calcolata sul totale del caffè verde fatturato al Gruppo nel 2025.



LA TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE RISORSE NATURALI

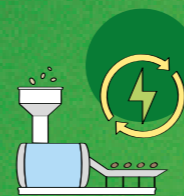


Il caffè è un prodotto della terra e come tale è influenzato da aspetti climatici e ambientali, verso

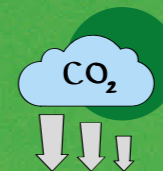
i quali il Gruppo Lavazza esprime impegno fin dalla sua fondazione. Con il pilastro **"Climate & Nature"**, l'obiettivo è contribuire alla transizione climatica e alla tutela della biodiversità, riducendo le emissioni di gas a effetto serra e raggiungendo la neutralità climatica lungo la catena del valore, partendo dall'adozione del Sistema di Gestione ISO 14001 multi sito e attraverso la "Roadmap to Net Zero" al 2050 di Gruppo, che include piani di decarbonizzazione, di innovazione e circolarità e il coinvolgimento attivo della catena di fornitura.



DECARBONIZZAZIONE



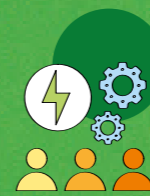
95% del caffè prodotto in stabilimenti che usano energia elettrica 100% rinnovabile



-7% di emissioni di CO₂eq rispetto al 2024 grazie ad attività di riduzione



Inventario emissioni GHG certificato ISO 14064-1



GLOBAL ENERGY MANUFACTURING TEAM per l'efficiamento in tutti gli stabilimenti del mondo



Emissioni dirette e indirette da energia elettrica neutralizzate dal 2020 (Scope 1 e 2)

CIRCOLARITÀ



TABLI: prima tab 100% caffè



91% del packaging del portfolio prodotti riciclabile



96% degli scarti vegetali dalla produzione del caffè trasformato in fertilizzante o biogas (Italia)



89% dei rifiuti recuperati o riciclati

BIODIVERSITÀ



4 progetti di agricoltura rigenerativa



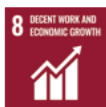
Programmi di ricerca sulla resilienza delle varietà al cambiamento climatico



Partnership multistakeholder: **WORLD COFFEE RESEARCH**



L'IMPEGNO PER LE COMUNITÀ LOCALI



Il pilastro strategico "People & Community" impegna il Gruppo nel migliorare lo sviluppo

sociale, ambientale ed economico delle comunità in cui l'azienda è presente con le proprie consociate e stabilimenti - attraverso il programma di Community Care - e delle comunità produttrici di caffè nei Paesi della *coffee belt* - attraverso il sostegno ai progetti in collaborazione con la Fondazione Lavazza.



COMMUNITY CARE

L'ampio programma di attività di coinvolgimento e supporto delle comunità locali è sviluppato grazie alla collaborazione con istituzioni locali e Organizzazioni Non Governative, con una progressiva estensione geografica nei Paesi in cui il Gruppo opera.



GLOBAL:
progetti
in **8** Paesi

Italia
Francia
Australia
Canada

Danimarca
Germania
Regno Unito
Stati Uniti



ITALIA

10
progetti

6.000
persone
coinvolte

LAVAZZA VOLUNTEER PROGRAM



+1.700
ore lavorative
dal 2023



15 ASSOCIAZIONI:
donazioni per
il supporto alle
associazioni locali



+360
partecipanti
complessivi
dal 2023

A CUP OF LEARNING



+800
giovani formati
professionalmente
in **20** Paesi
dal 2017

FONDAZIONE LAVAZZA

Da oltre 20 anni promuove e finanzia progetti di sostenibilità economica, sociale e ambientale, in partnership multistakeholder e pubblico-privato, per aumentare la resa produttiva e la qualità del caffè, promuovendo l'imprenditorialità dei produttori e il miglioramento delle loro condizioni di vita, inclusi l'equilibrio di genere e la valorizzazione delle giovani generazioni.



Oltre **178.000**
persone raggiunte



32 progetti
di agricoltura sostenibile
e inclusione sociale

16 Paesi
produttori di caffè
3 continenti

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ “A GOAL IN EVERY CUP”

La **responsabilità** è uno dei quattro valori fondamentali del Gruppo Lavazza e, all'interno del purpose “Awakening a better world every morning”, guida le scelte dell'azienda da 130 anni. Nel tempo è stata strutturata un'ampia strategia di sostenibilità, chiamata “A Goal in Every Cup”, che nel 2025 è stata aggiornata e integrata nel piano strategico quinquennale del Gruppo. Al suo interno ci sono i quattro Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 considerati come prioritari.

“A Goal in Every Cup” poggia su tre pilastri che mira a connettere per generare valore condiviso.



Contribuire concretamente alla **transizione climatica** e alla **tutela della biodiversità**, riducendo le emissioni di gas a effetto serra e raggiungendo la neutralità climatica lungo la catena del valore attraverso la “**Roadmap to Net Zero**” al 2050: un percorso basato su una progressiva decarbonizzazione, secondo un approccio scientifico, con il coinvolgimento attivo della catena di fornitura e processi di innovazione e circolarità.

OBIETTIVI

CLIMATE

Emissioni di CO₂ equivalenti:

-37% entro il 2030 rispetto al 2023

NET ZERO entro il 2050

NATURE

Piano di **BIODIVERSITÀ**

Prendersi cura delle persone che lavorano nel Gruppo Lavazza e delle comunità in cui l'azienda opera, nonché di quelle in cui il caffè viene prodotto in tutto il mondo: da un lato, per garantire **pari opportunità alle persone che lavorano in Lavazza**, in un ambiente di lavoro sano, sicuro, equo e inclusivo che promuove il benessere personale, la crescita professionale e l'equità di genere, creando un contesto organizzativo in cui ogni persona possa sentirsi libera di essere autentica ed esprimere a pieno il proprio potenziale; dall'altro per migliorare **lo sviluppo sociale, ambientale, economico delle comunità lungo tutta la catena del valore**.

OBIETTIVI

PEOPLE

ZERO unexplained **GENDER PAY GAP** entro il 2030

35% donne Senior Manager e **45%** donne Manager entro il 2030

COMMUNITY

Programma **COMMUNITY CARE** e **LAVAZZA VOLUNTEER PROGRAM** nel **100%** dei Paesi in cui opera il Gruppo entro il 2030

Operare in modo responsabile sviluppando **una catena del valore incentrata sul rispetto dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente**, adottando un approccio multi-stakeholder che coinvolge tutti gli attori della catena del valore, con l'obiettivo di integrare i valori aziendali attraverso una governance responsabile di tutti i processi.

OBIETTIVI

VALUE CHAIN

AUDIT ETICO-SOCIALI SMETA in tutti gli stabilimenti del Gruppo

Sviluppo di un sistema di **DUE DILIGENCE ESG DEI FORNITORI** per il monitoraggio e la mitigazione dei rischi ESG di filiera orientato al miglioramento continuo



LAVAZZA
GROUP