



FACT SHEET

« BLEND FOR BETTER » : DES RACINES PROFONDES DE LA DURABILITÉ À L'AVENIR. ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

« Je ne veux pas faire partie d'un monde qui détruit les trésors de la nature », Luigi Lavazza, 1934

L'attention portée par Lavazza aux questions de durabilité environnementale remonte aux années 1930 et n'a jamais cessé d'influencer les décisions industrielles et commerciales de l'entreprise ou son engagement envers les communautés et les lieux dans lesquels elle opère. Dans le cadre de la politique d'innovation du groupe, **la durabilité environnementale guide désormais le développement de processus et de produits** visant à réduire l'impact sur l'environnement et à produire des effets positifs à long terme conformément à deux des quatre objectifs de développement durable des Nations unies identifiés comme des priorités pour le groupe dans son **Manifeste sur la durabilité : l'Objectif 12 - Consommation et production responsables, et l'Objectif 13 - Action climatique.**

Le café est l'une des cultures les plus vulnérables à l'impact du changement climatique, qui se traduit notamment par une perte de biodiversité et une baisse de la productivité et de la qualité, avec des conséquences négatives sur les conditions de vie des agriculteurs.

Conscient de cela, le groupe Lavazza a intensifié ses efforts et placé la barre plus haut en termes d'ambitions : grâce à **un processus scientifique intégré de la fève à la tasse**, le groupe a élaboré **une stratégie détaillée de durabilité environnementale** dans laquelle son engagement à lutter contre le changement climatique se traduit par un certain nombre de programmes d'intervention stratégique, notamment sa **« Roadmap to Zero »** pour réduire et compenser les émissions, et sa **« Feuille de route pour un emballage durable »** basée sur les principes de l'économie circulaire.

« Roadmap to Zero » vise à rendre progressivement le groupe neutre en carbone d'ici 2030, en atteignant un impact nul d'émissions totales de CO2 grâce à l'équilibre entre les émissions produites et leur absorption, non seulement par le biais de programmes de réduction, mais aussi par le biais de la compensation, pour laquelle Lavazza acquiert des **crédits carbone**. Il s'agit de "crédits verts", chacun représentant l'équivalent d'une tonne de CO2 non émise ou non absorbée, générée par le soutien et le financement de projets à impact positif développés en dehors de la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise. Chaque crédit obtenu certifie la réduction ou la suppression d'une tonne de CO2 émise dans l'atmosphère, ce qui est utilisé pour compenser les émissions qui ne peuvent être réduites. Mais ce n'est pas tout : dans le cas des trois premiers projets de compensation des émissions choisis par Lavazza Group, l'achat de crédits carbone signifie également financer et **soutenir l'amélioration des conditions de vie des communautés locales, assurant ainsi des avantages non seulement environnementaux mais aussi sociaux et économiques.**

Ces projets ont été soutenus afin d'atteindre la neutralité totale des émissions de carbone pour les activités des sites de production, des bureaux, des magasins phares et du parc automobile de l'ensemble du groupe Lavazza (champs 1 et 2), atteinte à la fin de 2020. **Madre de Dios au Pérou, Kariba au Zimbabwe et Guarané en Uruguay sont les trois programmes de développement durable et d'achat de crédits carbone vérifiés**



selon les normes VCS, le programme de certification volontaire des GES¹ le plus utilisé, sur la base d'un processus d'évaluation rigoureux.

MADRE DE DIOS – PÉROU. Près du Machu Picchu, site des anciennes ruines incas, la construction d'une route interocéanique met en péril la conservation de l'un des endroits les plus précieux au monde en termes de biodiversité, avec quelques 35 espèces endémiques. Contrôlé selon les normes VCS et CCBA, ce projet vise à empêcher la déforestation de 100 000 hectares de forêt tropicale et à éviter l'émission de 700 000 tonnes de CO2 par an. L'impact positif sur le plan social est très élevé : 470 emplois ont déjà été créés pour les habitants des communautés locales.

KARIBA – ZIMBABWE. Ce projet a un impact social et environnemental considérable, car il préserve l'indépendance des communautés autochtones et améliore leur bien-être en renforçant les soins de santé, les infrastructures, l'éducation et l'agriculture : par exemple, 37 000 personnes ont désormais accès à l'eau potable grâce à la réparation de 147 puits. En outre, au fil des ans, le projet a permis de protéger 785 000 hectares de terres contre la déforestation et d'éviter l'émission de plus de 3,5 millions de tonnes de CO2 grâce à des initiatives telles que la création de potagers communautaires et la formation d'apiculteurs à la gestion des incendies et à l'écotourisme, avec des répercussions positives pour toute la région.

GUARANÉ – URUGUAY. Ce projet consiste à replanter des forêts et à restaurer des prairies dégradées afin d'améliorer la qualité des sols et la biodiversité tout en évitant les émissions de carbone. Plus important encore, il a lancé une industrie de bois durable pour créer de nouveaux emplois et renforcer l'économie rurale de la région.

Le groupe Lavazza s'engage à compenser ses émissions annuelles de CO2 par ces projets et d'autres projets certifiés choisis d'année en année.

Feuille de Route pour un emballage durable

L'objectif du groupe Lavazza est de **garantir un café de qualité maximale avec un impact environnemental le plus faible possible grâce à une innovation continue des processus de production et des produits.** Le groupe Lavazza, d'une part, utilise les techniques les plus innovantes dès les premières phases de conception de ses emballages, de ses machines à café et de ses modèles de production et, d'autre part, avec son approche de « durabilité par le design » (*Sustainable by Design*), applique les principes de l'économie circulaire pour éviter les déchets et réduire l'impact environnemental, stimulant ainsi l'efficacité et réduisant les émissions et les déchets tout au long du cycle de vie du produit.

Dans cette perspective, la **Sustainable Packaging Roadmap** vise à rendre l'ensemble du portefeuille d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici **2025**.

Cette feuille de route prévoit également la transition progressive vers des emballages recyclables et une empreinte carbone de plus en plus réduite pour ses **produits en grains et moulus**, à commencer par le nouvel emballage lancé sur le marché en 2020 pour certains formats de la gamme **Lavazza j Tierra !**, véritable icône de durabilité sociale et environnementale.

¹Acronym pour Gaz à effet de serre



Un autre cas vertueux est celui de Lavazza Professional, qui a lancé les **Eco Cups**, des gobelets en papier qui peuvent être recyclés jusqu'à sept fois et qui sont **faciles à éliminer en tant que déchets triés**, même sur les marchés les plus exigeants comme l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Enfin, **l'utilisation responsable des ressources** tout au long de la chaîne est une stratégie clé sur la voie de la durabilité environnementale. En Italie et en France, par exemple, l'électricité est désormais fournie à 100% par des sources renouvelables, et en Italie, de 2012 à 2014, ce progrès a permis de réduire de 90% les émissions de CO2 corrélées.



Blend for Better est le nouveau concept de communication durable du groupe Lavazza, qui englobe l'engagement de l'entreprise et de ses marques en matière de durabilité et définit le positionnement actuel du groupe dans le domaine de la responsabilité sociétale des entreprises, depuis ses valeurs les plus profondes, qui remontent très loin dans le temps, jusqu'à son engagement actuel, alors que la durabilité est de plus en plus intégrée dans ses activités.

Le groupe Lavazza est un pionnier en matière de durabilité : il a adopté une feuille de route stratégique concrète pour le développement durable qui a impliqué **une évolution de l'identité actuelle de l'entreprise**, laquelle est basée sur les valeurs et les stratégies clés du groupe telles qu'elles sont exprimées dans son **Manifeste sur la durabilité** : ses quatre **Valeurs – Authenticité, Passion pour l'Excellence, Responsabilité, Inventivité** – et **l'Objectif du groupe** : « Réveiller un monde meilleur chaque matin ».