LA GENOVESE | RAPPORT DE DURABILITÉ 2022

“Nous aimons rendre les gens heureux avec du café”

L'histoire de l'engagement envers la durabilité d'une entreprise de café depuis 1936

Indice

Lettre aux parties prenantes 5

1| Étapes marquantes de notre histoire 6

2| Notre processus de torréfaction 8

- Café vert 8
- La machine de torréfaction 9
  - Refroidissement à l'air 9
  - Torréfaction dans un Coffee Shop 9
- Stockage 10
- Impact environnemental 10
- Certification et récompenses 14
  - Références 14
- Nos valeurs 17
- Marchés 18
    - Données de revenus par zone géographique 18
    - Revenus d'exportation de 2022 par pays exportateurs % 19

3| La chaîne d'approvisionnement du café 20

4| Vers l'avenir 22

- Ce qui compte pour nous 22
  - Gouvernance 22
  - Nos parties prenantes 23
- Durabilité, notre engagement 24
  - Réchauffement climatique 27
- Durabilité environnementale 28
  - Eau 31
  - Matières premières 32
  - Énergie 34
  - Durabilité chez Coffee Storming 35
- Durabilité sociale 36
  - Pour les gens 37
  - Notre engagement envers la communauté 39
  - Communication institutionnelle 40
    - Site internet institutionnel 41
    - Social Media 41
    - Facebook 41
    - Instagram 41
    - LinkedIn 42
    - Newsletter 42

5| Objectifs pour 2023 43

6| Nos objectifs de développement durable 45

Lettre aux parties prenantes

> «Dans notre entreprise, toutes les relations de travail sont 'comme en famille'. Je sais que je peux être exigeant et demander beaucoup à mes collaborateurs, mais j'ai toujours cru que travailler dans un environnement serein, capable de répondre aux besoins de chacun, ne peut qu'apporter des avantages à l'entreprise.».

Ces paroles sont de mon père, Dario Borea. C'est l'environnement de travail que j'ai trouvé en rejoignant l'entreprise et que j'ai cherché à préserver. L'honnêteté, la transparence, l'innovation, la connexion au territoire, la responsabilité sociale et environnementale sont les valeurs auxquelles La Genovese s'identifie. En plus de quatre-vingts ans d'activité, ces valeurs sont devenues les ressources reconnues de l'entreprise, formant une identité culturelle forte et claire. Ces dernières années, nous avons orienté nos stratégies de développement vers un modèle d'entreprise durable et transparent, capable d'intégrer des objectifs économiques, sociaux et environnementaux. Nous sommes conscients que nos actions ont des répercussions dans divers contextes, ce qui nous oblige à définir clairement l'ensemble des valeurs que l'entreprise reconnaît et partage, ainsi que les responsabilités qu'elle assume envers les parties prenantes internes et externes. Notre idée de faire des affaires ne peut pas négliger la création de valeur pour tous les acteurs impliqués le long de la chaîne de production et par le biais d'un processus d'amélioration continue des systèmes de gestion environnementale, de la consommation d'énergie, de la recherche, de la traçabilité des matières premières et du soutien aux communautés locales. Aujourd'hui, il est temps pour nous de commencer à suivre notre engagement envers un avenir plus durable. Le mettre en chiffres nous aide à nous améliorer d'année en année avec conscience.

Alessandro Borea

1| Étapes clés de notre histoire

Notre histoire d'entreprise est étroitement liée à l'histoire de notre famille enracinée dans la Riviera di Ponente en Ligurie.

Le nom "La Genovese" découle du lien fort que notre famille et notre réalité entrepreneuriale ont toujours entretenu avec notre territoire.

1930

1936

La Genovese est née.

Dario Valle et son futur gendre Giuseppe Borea ouvrent à Albenga, via Mazzini.

1949

Avec le premier camion FIAT Topolino, la distribution de café s'étend à de nombreux établissements le long de la Riviera.

1950

Dans les années 1950, des emballages de café dans des sacs en papier enduits d'aluminium avec des clips sont introduits en formats de 250g / 500g / 1000g.

1967

La torréfaction déménage via Vittorio Veneto.

1990

L'entreprise se transforme en une société structurée et moderne. La croissance est facilitée par l'expansion de notre café au- delà des frontières italiennes.

1994

Le premier pas significatif est le début des exportations vers la Roumanie.

La troisième génération rejoint l'entreprise et pose les bases d'une structure organisationnelle plus moderne et tournée vers l'international.

2000

En **2000** nous participons pour la première fois au Salon Saveurs à Paris.

2003

La torréfaction déménage à regione Bottino:
130 m2 de bureaux,
510 m2 d'entrepôt de production et 500 m2 supplémentaires en sous-sol pour le stockage des emballages et de l'équipement.

2004

La Genovese obtient la certification UNI EN ISO 9001.

2008

La Genovese obtient la certification IEI pour les produits Espresso italiens.

2010

2013

La Genovese obtient la certification de produit biologique.

2014

Les dosettes de café sont également produites en interne dans la torréfaction.

2017

La Genovese obtient la certification pour la production de café avec le label UTZ, ultérieurement Rainforest Alliance.

2020

2020

"La G Coffee Academy" ouvre ses portes au sein de la torréfaction, offrant des cours dédiés aux Baristas et aux amoureux du café.

2022

Un nouveau brûleur vert plus efficace et écologique est installé sur la torréfactrice.

2022

CoffeeStorming ouvre ses portes: le premier café La Genovese situé Via Veneto à Albenga.

2| Notre Processus de Torréfaction

Le processus de production du café La Genovese commence par la sélection de matières premières de haute qualité. La sélection de café de première qualité principalement du Brésil, de Colombie, du Honduras, d'Éthiopie, d'Inde et du Vietnam est rendue possible grâce à des importateurs fiables et des négociants en café vert, avec lesquels nous avons établi une relation de confiance et de collaboration au fil des ans.

Café Vert

Chaque lot de café sélectionné est soumis à un test de dégustation dédié qui nous permet d'évaluer sa qualité et ses caractéristiques organoleptiques.

Notre panel de dégustation est composé de dégustateurs internes spécialement formés, et l'évaluation de chaque lot de café est effectuée à l'aide de techniques de dégustation ainsi que d'extraction espresso.

La Torréfactrice

La torréfaction a lieu à l'aide d'une machine à torréfaction **Futura K120** produite par STA Impianti, qui en **2022** a été équipée d'un **brûleur moderne "Green"**, nous permettant d'avoir un impact significatif et respectueux de l'environnement avec des économies de gaz et d'électricité.

La torréfactrice est également gérée avec un logiciel de pointe qui nous permet de créer des profils de torréfaction dédiés et constamment surveillés pour chaque mélange produit.

Une fois que le processus de torréfaction commence, le café est déchargé de différents silos de café vert selon les mélanges préétablis dans le logiciel et traité selon nos paramètres de temps et de température prédéfinis.

Refroidissement à l'Air

Même le refroidissement du café fraîchement torréfié est réalisé grâce à une excellente méthode: il est strictement réalisé à l'air, produisant des grains avec une faible teneur en humidité, ce qui entraîne un rendement final plus élevé et une durée de conservation accrue du produit.

La Torréfaction dans un Coffee Shop

Nous partageons l'expérience de la torréfaction chez **CoffeeStorming**, où nous avons installé une **torréfactrice moderne** de la marque **Giensen**, dédiée à notre sélection de **café de spécialité** et à nos **mélanges biologiques**, consommés et vendus directement dans la torréfaction.

Nous souhaitons fournir aux clients une connaissance encore plus approfondie, les accompagnant dans un voyage qui commence avec le café vert et s'étend au produit emballé ou servi.

Stockage

Les lignes d'emballage sont entièrement automatisées, et des emballages spécifiques avec des valves à sens unique permettent de contrôler et de libérer le dioxyde de carbone en excès tout en empêchant l'oxygène extérieur d'entrer et de déclencher un processus d'oxydation.

Ce processus garantit une parfaite préservation du produit et de ses caractéristiques. Les salles de stockage des produits finis ont de grandes ouvertures dans le plafond pour assurer une ventilation naturelle. Les grandes fenêtres nous permettent de profiter de l'éclairage naturel, ce qui entraîne une consommation d'énergie considérablement réduite.

Nous gérons et identifions numériquement chaque lot de café produit.

Cela nous permet d'identifier en permanence les produits et de reconstituer l'ensemble du cycle de production, des matières premières à la distribution finale, en identifiant les données clés et les problèmes éventuels.

Impact Environnemental

Toute l'électricité que nous consommons provient de sources **100% renouvelables**, et nous utilisons du **gaz compensé à 100% en CO2.** Chaque année, nous nous engageons à augmenter l'utilisation de matériaux recyclables pour nos emballages.

Nos dosettes et capsules de café sont compostables et/ou recyclables.

Nous enrichissons constamment notre sélection de café avec ceux issus d'une agriculture durable et certifiée biologique.

EMBALLAGE DURABLE
Anniversario Canettes
Aluminium 100% recyclable

CAFÉ
certifié Biologique
certifié Rainforest Alliance

EMBALLAGE DURABLE
Juta Biologique Emballages de 1.000 g
sans alu

Dosettes compostables
boîtier externe sans alu
emballage extérieur 100% carton

EMBALLAGE DURABLE
Dosettes compostables
boîtier externe sans alu
emballage extérieur 100% carton
Capsules qualité Oro “Nespresso” compostables
Capsules “Lavazza A Modo Mio” compostables

* Les marques “Lavazza A Modo Mio” et “Nespresso” n’est pas détenue par la Sas Genovese ou des sociétés qui lui sont liées.

CAFÉ
certifié Biologique
certifié Rainforest Alliance

CAFÉ
certifié Biologique

CAFÉ
provenant de micro-entreprises
provenant de d'entreprises
dirigées par des femmes

CERTIFIÉES BIOLOGIQUES · CERTIFIÉES RAINFOREST ALLIANCE · DE MICRO-ENTREPRISES · ENTREPRISES DIRIGÉES PAR DES FEMMES · EMBALLAGE DURABLE

Certifications et Récompenses

Pour nous, la qualité est un concept concret.
Nous avons toujours cru en la formation et nous efforçons de produire le meilleur café possible dans nos moyens.
La sélection des matières premières, nos contrôles internes et les certifications de tiers sont essentiels pour nous, attestant de notre engagement envers une amélioration constante.

Referenze

Références certifiées Espresso italien	Références certifiées produits biologiques	Références certifiées Rainforest Alliance	Références de micro-entreprises	Références d'entreprises dirigées par des femmes

Les certifications **ISO 9001** et **INEI** de nos mélanges ont été déterminantes dans une reconnaissance internationale importante, telle que les nombreuses médailles d'or que nous avons reçues au fil des ans du concours international de dégustation de café.

Parallèlement, nous visons à être conscients de l'environnement et respectueux de la dignité humaine. C'est pourquoi nous avons introduit du **café** provenant de fermes **certifiées biologiques** et **Rainforest Alliance**.

CERTIFICATION DE QUALITÉ UNI EN ISO 9001

Depuis **2004** le **système de qualité certifié** a été mis en place pour surveiller intégralement toutes les activités de l'entreprise, de l'achat des matières premières à la transformation du café vert, du marketing aux ventes.

CERTIFICATION DE L'ESPRESSO ITALIEN

En **2008**, les trois principales mélanges de l'entreprise (Gran Miscela Anniversario, Qualità Royal et Qualità Oro) ont obtenu la **Certification** importante **pour l'Espresso Italien**.

CERTIFICATION DE PRODUCTION BIOLOGIQUE

En **2013** nous avons obtenu la certification pour la production de café issu de l'**agriculture biologique**, certifiée par **CCPB.**

CERTIFICATION DE RAINFOREST ALLIANCE

Nous avons adopté la mission de Rainforest Alliance, qui s'engage à créer un monde où l'agriculture durable est la norme.
L'agriculture durable aide les producteurs, les travailleurs et leurs familles à atteindre leurs propres ambitions tout en protégeant les ressources mondiales, maintenant et dans le futur.
La certification pour la production de café a été obtenue en **2017** sous le label **UTZ**, puis est passée à **Rainforest Alliance**.

Nos Valeurs

Notre mission est de produire du café torréfié de qualité supérieure et des mélanges reconnus pour leur excellence. Nous produisons, emballons et distribuons tout en respectant l'environnement et la dignité des personnes.

D'un côté, notre objectif est de satisfaire pleinement les clients et les consommateurs finaux grâce à des produits et services de haute qualité. D'un autre côté, nous nous efforçons de créer des conditions pour une croissance personnelle et professionnelle constante de nos employés et clients, dans le respect de la correction économique et sociale.

La Genovese est dirigée par la famille Borea depuis trois générations, permettant la création d'une identité forte basée sur l'intégrité, le respect des personnes et le souci des intérêts de l'entrepris.

Ces valeurs sont notre carte de visite et définissent le "style La Genovese", qui implique un enrichissement mutuel humain et professionnel des personnes qui travaillent ou collaborent pour l'entreprise, formant la base de notre Code d'éthique.

La Genovese considère la Déclaration universelle des droits de l'homme de l'ONU, la Charte de la Terre rédigée par le Conseil de la Terre, les principes énoncés dans le Pacte mondial de l'ONU et les 17 Objectifs de développement durable de l'Agenda 2030 comme des éléments indispensables pour définir ses valeur.

Marchés

En 2022, La Genovese a renforcé sa position tout en conservant son leadership en Ligurie, où ses racines sont ancrées.

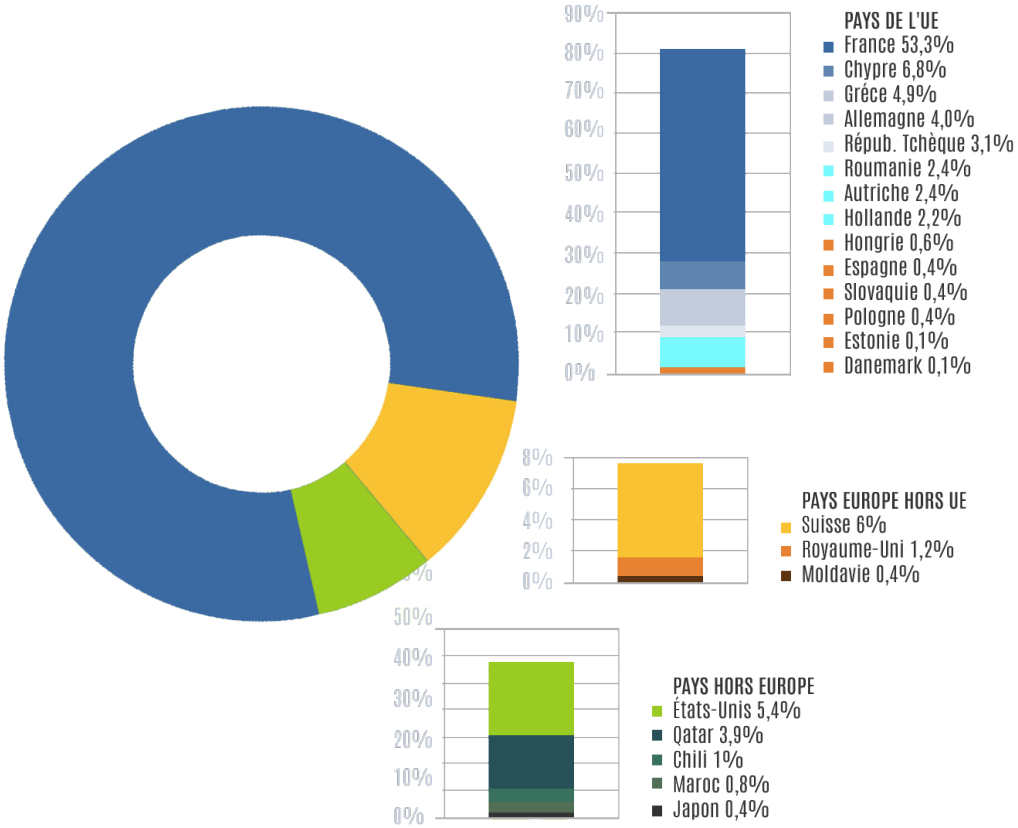
La Genovese adopte une stratégie de distribution omnicanal. Ses produits sont principalement commercialisés par le canal Ho.Re. Ca. avec des canaux de distribution supplémentaires tels que la vente en ligne et la vente au détail.

Revenu par Zone Géographique

ZONE GÉOGRAPHIQUE	2020	2021	2022
ITALIE DONT:	**52%**	**55%**	**55%**
Savona / Imperia	35%	38%	37%
Genova	12%	11%	12%
PAYS DE L'UE	**42%**	**39%**	**37%**
PAYS EUROPE HORS UE	**4%**	**4%**	**3%**
PAYS HORS EUROPE	**2%**	**2%**	**5%**

Pour le marché étranger, il existe une forte relation commerciale avec les régions françaises voisines, la Côte d'Azur et la Provence. La Genovese exporte plus de 40% vers de nombreux pays à l'étranger.

Revenu d'Exportation 2022 par Pays d'Exportation %



Dans la sélection des enterprises "Export Champions 2022", par le Sole 24 Ore et Statista, La Genovese figure parmi les 200 entreprises italiennes de production distinguées pour leurs performances à l'exportation, l'une des sept PME liguriennes présentes dans ce classement .

3| La Chaîne d'Approvisionnement du Café

Plus de 80% du café est produit par 20 millions de petits agriculteurs. Il y a plus de 120 millions de personnes qui dépendent de la chaîne d'approvisionnement du café pour leur subsistance, réparties dans plus de 70 pays.

Le café nécessite un climat chaud et humide pour prospérer, des conditions que l'on retrouve dans les pays situés entre les tropiques. Dans la région sud- américaine, le café arabica est principalement produit, tandis qu'en Afrique, en Inde, en Indonésie et au Vietnam, le café robusta est principalement cultivé.

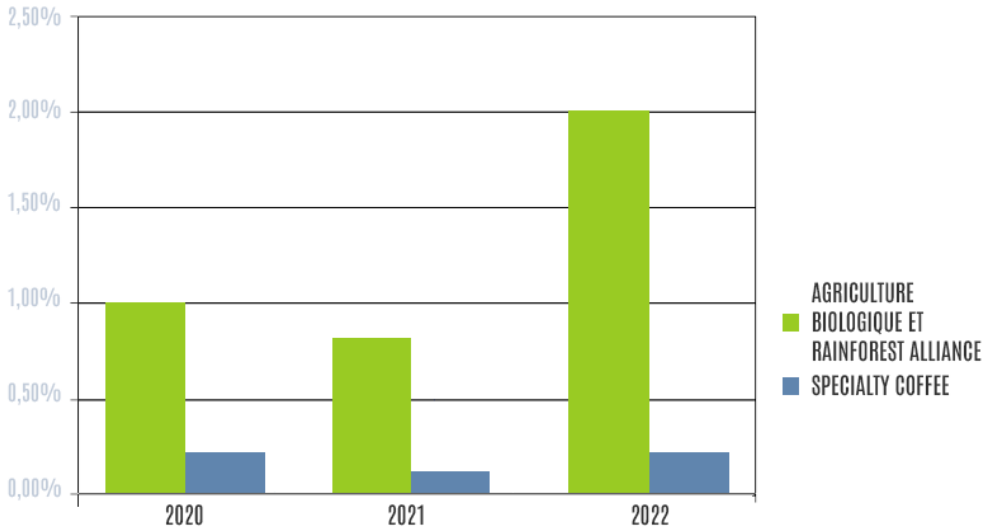
Le réchauffement climatique affecte le développement des plants de café, qui sont gravement affectés par des déséquilibres écologiques et climatiques, en particulier dans la répartition des précipitations tout au long de l'année.

La Genovese est une petite torréfaction artisanale qui n'est pas encore capable de gérer directement ses relations avec les producteurs de café.
Nous avons introduit des mélanges et des cafés d'origine unique issus de l'agriculture biologique dans notre catalogue, élargi la sélection de cafés certifiés Rainforest Alliance et approvisionné auprès de coopératives gérées par des femmes, d'initiatives d'équité entre les sexes et de petits producteurs.

Acteurs Clés de la Chaîne d'Approvisionnement Traditionnelle

- Les **cultivateurs**, qui travaillent généralement de petites parcelles de terrain.
- Les **producteurs**, généralement organisés en consortiums ou coopératives, ou de grands propriétaires terriens qui effectuent le traitement post-récolte (lavage, séchage, tri).
- Les **exportateurs**, qui achètent du café vert auprès des producteurs, l'agrègent en lots macro en fonction des demandes du marché, et le distribuent aux importateurs ou aux grandes torréfacteurs.
- Les **distributeurs**, qui achètent du café auprès des exportateurs et le revendent à de petits ou moyens torréfacteurs dans les pays importateurs.

Achats Durables de Café



4| Vers l'Avenir

La cohérence, la transparence et le respect devraient guider chaque décision et comportement dans un contexte de confiance mutuelle et d'interdépendance.

Ce qui compte pour nous

Notre concept d'entreprise ne peut pas ignorer la création de valeur pour toutes les parties prenantes impliquées le long de la chaîne de production. Nous visons une amélioration continue des systèmes de gestion environnementale, de la consommation d'énergie, de la recherche, de la traçabilité des matières premières et du soutien aux communautés locales.

La Genovese vise à satisfaire les besoins de toutes les parties prenantes, les individus ou groupes impactés par nos décisions et nos activités, et qui, par des relations réciproques, nous influencent également.

Gouvernance

En **2022**, nous avons adopté un Code d'éthique comme outil fondamental pour diffuser et expliquer nos principes d'entreprise, faisant explicitement référence à la Déclaration universelle des droits de l'homme de l'ONU, la Charte de la Terre rédigée par le Conseil de la Terre, les principes énoncés dans le Pacte mondial de l'ONU et les 17 Objectifs de développement durable de l'Agenda 2030.

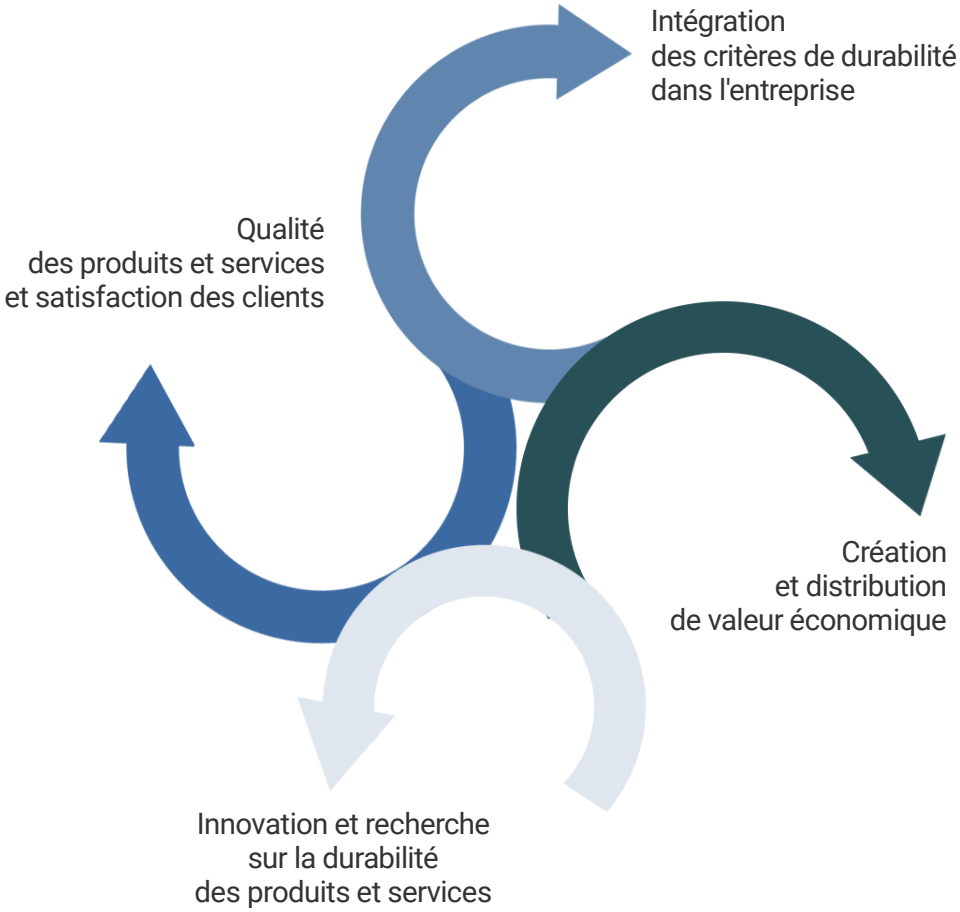
Nos Parties Prenantes

Notre stratégie d'entreprise doit nécessairement prendre en compte les intérêts, les évaluations et les attentes des parties prenantes. À partir de 2023, nous nous engageons à mettre en œuvre de nouveaux outils d'écoute, notamment une **matrice de matérialité**, permettant un dialogue constant avec toutes les parties prenantes impliquées dans nos activités et à mieux comprendre l'impact social, économique et environnemental de l'entreprise.
Les principales catégories de parties prenantes identifiées par La Genovese sont:

- **Consommateurs**: les personnes qui consomment nos cafés, pour lesquelles nous travaillons afin de garantir un produit de plus en plus de haute qualité.
- **Clients: n**otre interface avec les consommateurs. Grâce à leur professionnalisme et à leur expertise, nous pouvons offrir un produit de qualité. En 2020, nous avons créé **La G Coffee Academy**, offrant des cours de formation dédiés aux baristas pour soutenir leur développement professionnel continu.
- **Collaborateurs**: nos "gens de La Genovese" - tous ceux qui travaillent ou collaborent avec nous - représentent la ressource centrale pour le développement et le succès de notre entreprise.
- **Fournisseurs**: directs de nos matières premières et tous ceux impliqués dans leur production, en particulier les parties prenantes de la chaîne d'approvisionnement en café vert.
- **Communautés locales et institutions**: les personnes et les organisations de la région locale qui entrent en contact avec l'entreprise, y compris les institutions, les organisations bénévoles, les associations et les autres entreprises.

Durabilité, Notre Engagement

Durabilité Économique



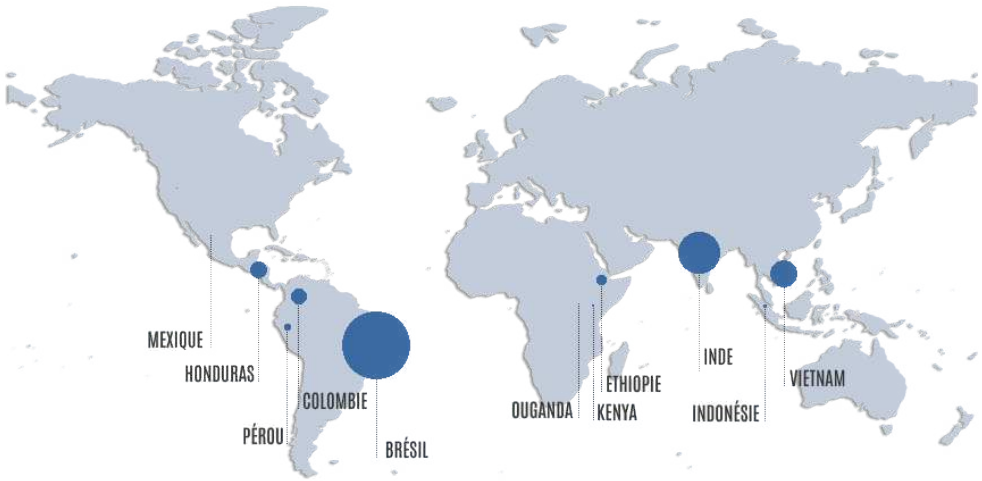
Durabilité et responsabilité de la chaîne d'approvisionnement

Les principaux domaines de la chaîne d'approvisionnement comprennent l'approvisionnement en café brut, les matériaux d'emballage, les services de logistique et de distribution.

% des achats auprès des fournisseurs : liguriens, italiens et étrangers

Revenu	2020	2021	2022
ITALIE DONT:	**100%**	**100%**	**99%**
Liguria	61%	57%	66%
Savona e prov.	8%	5%	8%
EU (HORS ITALIE)	**0%**	**0%**	**1%**

Principaux pays d'origine du café de La Genovese en 2022



Réchauffement climatique

La majorité du café est cultivée dans des pays pauvres, et un pourcentage élevé de caféiculteurs dans ces pays sont touchés par la pauvreté. Les caféiculteurs sont exposés à l'exploitation et travaillent souvent dans des conditions insoutenables avec des salaires insuffisants. Selon l'Organisation Internationale du Café, la crise économique déclenchée par la pandémie a conduit à une augmentation de l'exploitation du travail des enfants dans 16 pays producteurs de café (représentant 85% du marché mondial de la production).

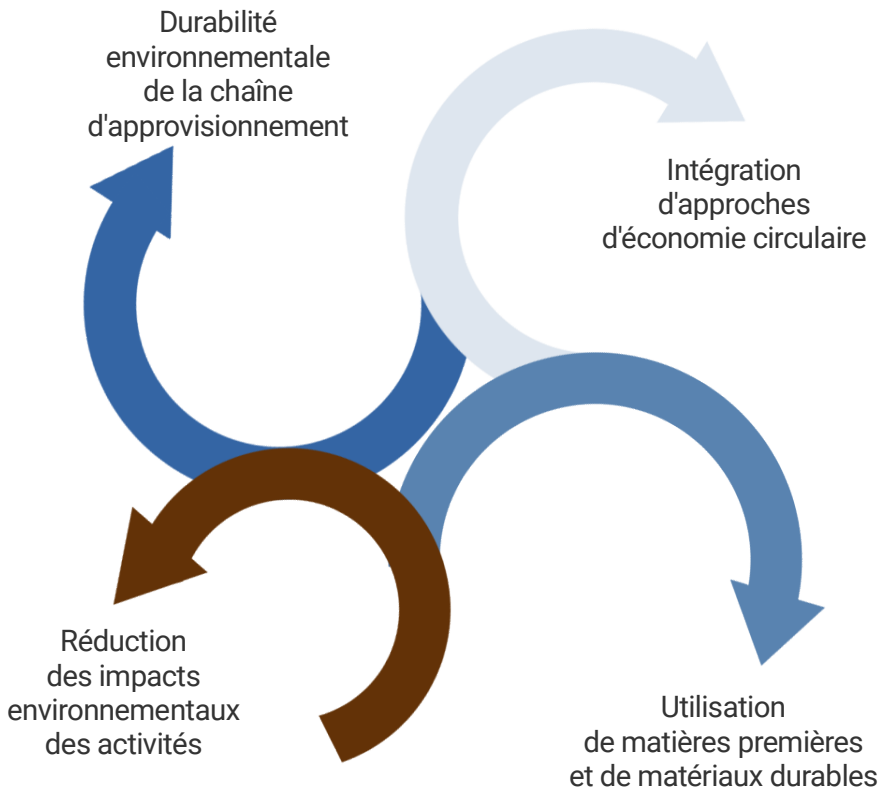
Le changement climatique représente également une menace.

Le café est un produit agricole, et un climat de plus en plus sec avec des saisons des pluies plus courtes rend la production plus imprévisible et risquée pour la stabilité économique des caféiculteurs.

Pour consolider la gouvernance de la chaîne d'approvisionnement, en particulier en ce qui concerne le café, nous visons à établir des critères et des protocoles de sélection des fournisseurs et des éléments contractuels qui soutiennent une chaîne d'approvisionnement de café durable.

Nous visons à créer des partenariats avec des fournisseurs de café sélectionnés engagés envers la durabilité, capables de fournir toutes les garanties nécessaires concernant les normes internationales et la promotion d'une chaîne d'approvisionnement de café durable.

Durabilité environnementale



Le Siège

- Entrepôt de production : 510 m²
- Entrepôt de produits finis : 250 m²
- Bureaux : 135 m²
- Entrepôt en sous-sol: 550 m²
- Académie: 47 m²
- Éclairage: Grandes fenêtres dans les bureaux, la production et les zones d'entrepôt
- Éclairage LED dans les bureaux et l'académie
- Éclairage au néon dans les zones de production et d'entrepôt
- Chauffage: pompe à chaleur (chaud/froid) dans les bureaux et l'académie, pas de chauffage dans les zones de production et d'entrepôt. Des ventilateurs sont utilisés en été

Utilisation des ressources

Nous visons à acheter des matières premières selon nos besoins, dans le but de minimiser les déchets. En même temps, nous nous efforçons d'améliorer continuellement l'efficacité des processus de torréfaction, d'emballage et de transport.

Eau

Jusqu'en octobre 2022, la consommation d'eau était limitée à un usage sanitaire. Cependant, nous sommes conscients que notre empreinte hydrique doit prendre en compte toute la chaîne d'approvisionnement, en particulier la culture et le traitement post-récolte du café. Notre consommation d'eau estimée est d'environ 2 206 136,99 mètres cubes d'eau, soit environ 7 992,75 mètres cubes par tonne de café vert*.

PAYS	KG	LITRES D'EAU PAR KG DE CAFÉ VERT	M^3 D'EAU CONSOMMÉE
BRÉSIL	162.654,50	6.113,25	994.347,62
COLOMBIE	8.589,00	13.151,10	112.954,80
ETHIOPIE	3.681,77	11.432,30	42.091,10
HONDURAS	10.543,60	11.296,90	119.109,99
INDE	62.254,40	12.655,60	787.866,78
INDONÉSIE	237,00	27.113,20	6.425,83
KENYA	119,00	21.209,70	2.523,95
MEXIQUE	59,00	43.154,00	2.546,09
PÉROU	1.504,85	12.062,80	18.152,70
OUGANDA	10,00	17.193,40	171,93
VIETNAM	26.364,00	4.549,62	119.946,18
TOTAL	276.017,12		2.206.136,99

* source de traitement des données watertofood.org

Matières premières

		2020	2021	2022
CAFFÈ VERT	Kg	217.000	238.000	278.000
EMBALLAGE				
Emballage souple tri-couche pour sachets de 1000 g	Kg	3.506	4.070	4.369
Emballage souple sans alu recyclable pour sachets de 1000g	Kg	-	11	58
Emballage souple tri-couche pour dosettes et capsules	Kg	2.898	891	967
Emballage souple recyclable sans alu pour dosettes et capsules	Kg	842	2.900	2.825
Emballage souple tri-couche pour sachets de 250 g	Kg	124	103	124
Sacs tri-couches préformés	Kg	172	72	86
Canettes en aluminium de 3000 g	Kg	2.396	2.779	2.803
Canettes en aluminium de 250 g	Kg	587	569	620
Carton	Kg	14.670	14.463	15.371
EMBALLAGE FLEXIBLE TOTAL TRI-COUCHE	Kg	6.700	5.136	5.546
EMBALLAGES SOUPLE SANS ALU TOTALEMENT RECYCLABLES	Kg	842	2.911	2.883
TOTAL DES CANETTES EN ALUMINIUM	Kg	2.983	3.348	3.423
TOTAL PAPIER ET CARTON	Kg	15.256	14.962	15.763

		2020	2021	2022
CAPSULES ET DOSETTES				
Capsules non compostables	N	320.160	371.375	210.527
Capsules compostables	N	10.176	13.424	31.080
Dosettes non compostables		-	-	-
Dosettes compostables		2.030.000	1.995.000	1.945.000
GADGET				
Gobelets en carton	N	304.450	827.000	530.000
Gobelets en plastique	N	161.000	-	-
Palettes en bois	N	313.300	520.000	445.700
Palettes en plastic	N	150.000	-	-
Serviettes en papier recyclé	N	7.353.000	7.339.000	7.796.000

Dans les trois dernières années, nous nous sommes concentrés sur l'amélioration de l'emballage en introduisant des options plus durables et en éliminant progressivement les emballages non recyclables.

Dans une perspective plus large, nous nous engageons à rechercher des solutions d'emballage alternatives et innovantes qui peuvent être gérées en mettant l'accent sur la réutilisation et le recyclage.

Energie

		2020	2021	2022
THERMAL COMPENSATED CO2 NATURAL GAS	m^3	17.992	24.707	23.366
ELECTRIC FROM NON-RENEWABLE SOURCES	kwh	-	-	-
ELECTRIC FROM RENEWABLE SOURCES	kwh	72.593	78.909	88.329
SELF-PROPULSION: DIESEL	litri	14.486,21	14.511,32	12.354,2

Durabilité chez "CoffeeStorming"

CoffeeStorming est sans plastique. Les plastiques à usage unique ont été éliminés dans toutes ses utilisations: toute la vaisselle est en céramique, les verres sont en verre, et les gobelets, les contenants et les couverts à emporter sont en matériaux 100% compostables.

Les bouteilles d'eau ont été interdites, et de l'eau purifiée BWT est servie gratuitement à table et au comptoir. Un distributeur d'eau gratuit à double sens est installé dans les locaux, offrant de l'eau à température ambiante et froide, où les gens peuvent remplir librement leurs propres bouteilles. Seule de l'eau filtrée par osmose inverse est utilisée pour alimenter les machines à café.

Toutes les boissons sont servies dans des bouteilles en verre.

Produits alimentaires

Tout le café servi est soit certifié biologique et Rainforest Alliance, soit du café de spécialité provenant d'une chaîne d'approvisionnement courte auprès de petits producteurs.

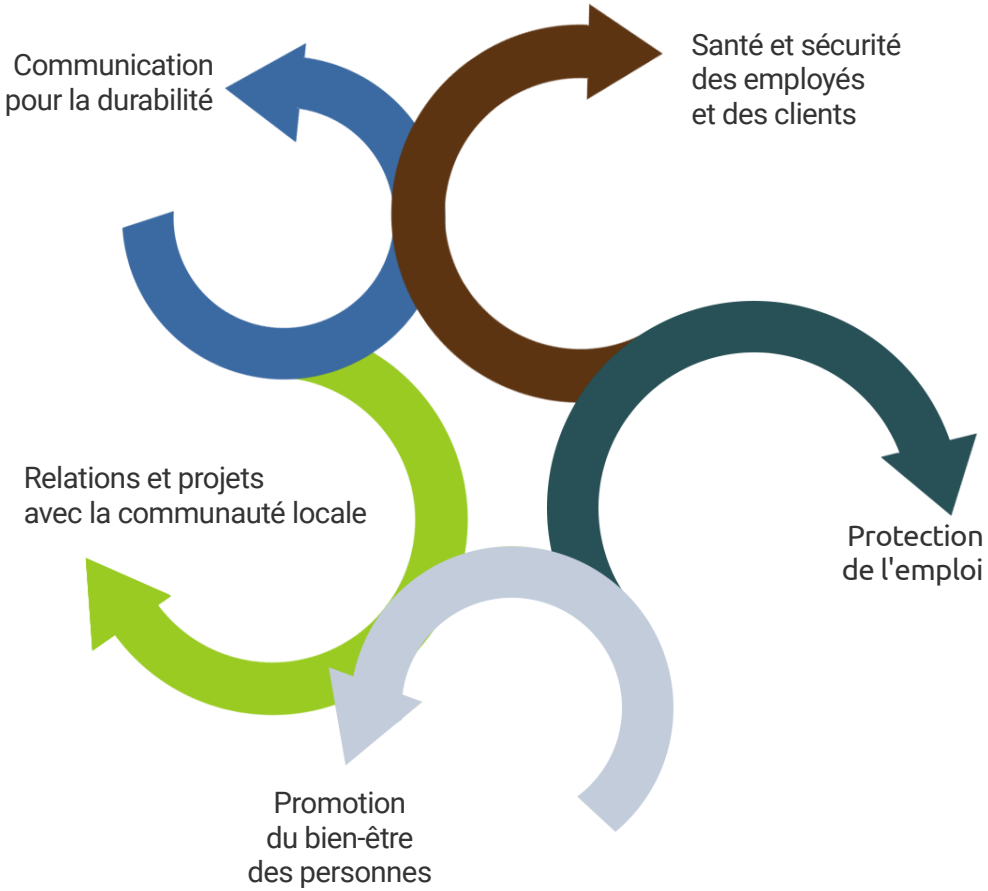
Toutes les préparations de pâtisseries (à l'exception des brioches) sont réalisées par le personnel de cuisine.

Les fruits et légumes, le pain et la focaccia, l'huile d'olive extra vierge et le lait frais proviennent de fournisseurs locaux. Les ingrédients des produits congelés et autres produits frais proviennent de sociétés nationales.

Nous utilisons la plateforme "Too Good To Go" pour réduire le gaspillage alimentaire. Il a été calculé que, en moyenne, chaque boîte magique sauvegardée réduit les émissions de CO2 de 2,5 kg*.

* source italiacircolare.it

Durabilité sociale



Pour les personnes

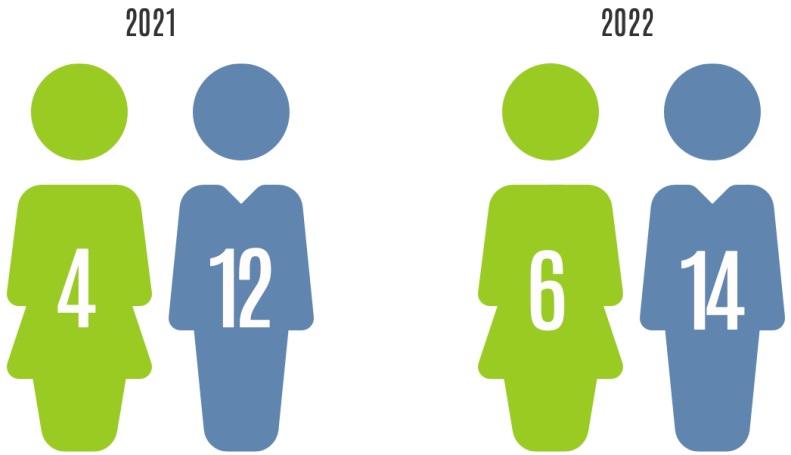
Nos relations avec nos employés et les organisations de la région sont des éléments essentiels de notre travail.

Nous nous engageons à améliorer continuellement le bien-être des personnes qui travaillent pour nous, en mettant l'accent sur le développement progressif des compétences, l'amélioration des conditions de santé et de sécurité des activités réalisées, et la promotion de l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

Collaborateurs de La Genovese en 2021 - 2022

Classés par engagement et type de contrat

	2021	2022
À DURÉE DÉTERMINÉE		2
PERMANENT	11	13
AGENTS	5	5
TOTAL	**16**	**20**



Formation et développement des compétences

Le développement des compétences et la formation continue des employés sont des facteurs cruciaux pour La Genovese.

En 2022, le personnel a reçu un total de 390 heures de formation.

- Cours d'anglais pour le personnel de comptabilité et de secrétariat
- Formation en apprentissage pour les processus de torréfaction
- Cours de barista pour le personnel de CoffeeStorming
- Cours et formations de recyclage sur la sécurité des travailleurs, les premiers secours et l'HACCP

Le travail de formation et de développement est également dédié à nos parties prenantes grâce à des réunions tenues au sein de LaGAcademy.

En tout, en 2022, l'Académie a dispensé 176 heures de formation.

- 5 cours d'Attitude Barista
- 2 cours de Latte Art
- 1 cours de spécialiste "Espresso Italiano" enseigné par Luigi Odello

Collaborations avec les écoles et les instituts de formation

- 16 heures de formation ont été dispensées à l'Institut Hôtelier Giancardi Galilei Aicardi à Alassio (SV) pour soutenir la formation des jeunes baristas de notre région.

Notre engagement envers la communauté

- Parrainage d'un véhicule pour la mobilité garantie par la Municipalité d'Albenga.
- Parrainage de l'événement "Let's See Each Other Again" du Lions Day pour la mobilité des personnes malvoyantes.
- Parrainage de l'événement historique Palio d'Albenga.
- Parrainage de l'ASD Albenga Calcio (secteur jeunesse).
- Parrainage de "Road to Nordkapp", un voyage à vélo vers Nordkapp, par Emanuele Mei.
- Soutien à l'association Basta Poco ODV grâce à l'achat de bouteilles d'eau et de calendriers.
- Création d'une bourse d'études dédiée aux étudiants de cinquième année de l'Institut Hôtelier Professionnel Giancardi à Alassio, avec accès aux finales de l'Espresso Italiano Champion dédiées aux baristas professionnels.

La Genovese reconnaît la valeur de la diversité des cultures et des talents et vise à attirer et à favoriser les individus passionnés par le café et la curiosité intellectuelle.

Communication institutionnelle

Notre communication institutionnelle met fortement l'accent sur la transmission de messages et de principes de durabilité. Notre récente présence à Host (2019 et 2021), l'événement italien le plus important dans le secteur HoReCa, a également été l'occasion de discuter de la durabilité et de notre engagement envers l'Agenda 2030.

En 2022, nous avons continué à communiquer les valeurs que nous souhaitons voir dans notre vie quotidienne.

Nos principaux objectifs de communication sont:

- Accroître la reconnaissance de la marque.
- Nous positionner en tant qu'entreprise qui croit en la durabilité, tant dans les chaînes d'approvisionnement agricole mondiales que dans la protection de l'environnement, ainsi que dans les droits de l'homme et la justice sociale.
- Soutenir la culture du café et le café de spécialité en particulie.

Sito istituzionaleSite internet institutionnel

Sur notre site internet, nous communiquons nos produits et tous les sujets liés au monde du café à travers deux sections dédiées.

Dans la section **Actualités**, nous publions des actualités sur l'entreprise en trois langues (italien, anglais, français).

Dans la section **Blog**, nous promouvons tous les aspects liés au café, en abordant la durabilité dans toute la chaîne d'approvisionnement et en diffusant la culture du café.

Nous discutons de la durabilité de la culture du café dans différentes régions du monde, avec une analyse approfondie de la chaîne d'approvisionnement et des défis qui y sont liés, en mettant l'accent sur les initiatives entreprises pour lutter contre le réchauffement climatique et/ou les inégalités sociales, en particulier le rôle actif des femmes.

Social Media

Nous sommes présents sur les principales chaînes de médias sociaux: Instagram, Facebook, LinkedIn et YouTube, en proposant du contenu adapté au public cible spécifique de chaque canal.

Facebook

Notre page a été créée en 2009 et représente depuis lors un fort lien avec notre territoire. Nous utilisons Facebook pour promouvoir la reconnaissance de la marque et communiquer sur le monde du café de qualité.

Instagram

Grâce à Instagram, nous engageons des conversations avec les amateurs de café, les baristas et les influenceurs de notre secteur. Nous publions en moyenne 3 à 5 messages par semaine, dans le but de mettre en valeur non seulement notre café, mais aussi de donner une voix à toute la chaîne d'approvisionnement.

Dans nos stories, nous mettons en avant nos clients Horeca et, en même temps, avons lancé deux formats qui impliquent les consommateurs, partageant les origines de nos cafés (#terredicaffè) et fournissant de petits conseils (#coffeetips).

Nous avons mené des campagnes spécifiques pour sensibiliser à l'Agenda 2030 et à son impact sur la chaîne d'approvisionnement du café, ainsi qu'au rôle des jeunes et des femmes travaillant dans l'industrie du café.

LinkedIn

Ce canal est dédié aux entreprises et aux affaires. Nous publions en moyenne trois messages par mois sur la page de l'entreprise, en générant du contenu en interne ou en mettant en évidence des actualités pertinentes pour notre industrie. Nous surveillons et interagissons avec les publications d'individus et de pages pertinentes qui s'alignent sur nos thèmes.

Newsletter

Nous avons deux newsletters : l'une dédiée aux clients et aux amateurs de café, et l'autre ciblant les médias et les leaders d'opinion.

La première newsletter mensuelle raconte l'histoire d'un produit, mettant en valeur des articles de durabilité du blog, en mettant l'accent sur le travail effectué par les agriculteurs dans les pays d'origine, en particulier par les femmes.

La deuxième newsletter fournit des mises à jour sur les actualités de l'entreprise, comprenant non seulement des mises à jour liées aux produits, mais aussi des jalons atteints, des innovations et des événements.

5| Nos objectifs pour 2023

Notre engagement envers l'environnement, tel qu'il ressort de ce rapport, n'est qu'un point de départ pour nous.

Nous sommes conscients que le chemin vers la durabilité ne peut être atteint que par une mesure précise de notre impact et une recherche constante et continue d'amélioration.En 2023, notre objectif sera de développer une matrice de pertinence qui nous permettra de comprendre les attentes de nos parties prenantes concernant notre engagement en faveur de la durabilité sociale et environnementale.

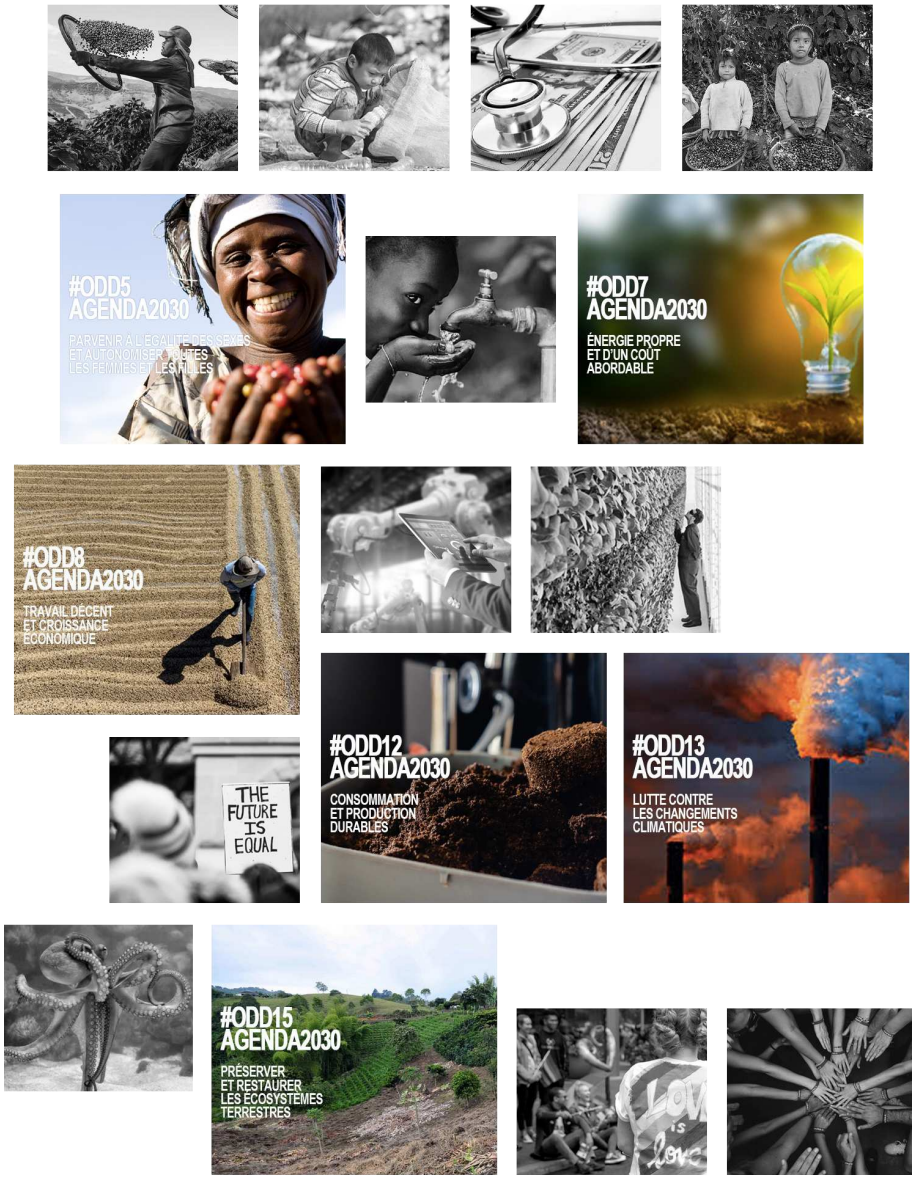
Nous donnerons la priorité à la formation des ressources humaines et renforcerons le bien-être au travail.

Nous augmenterons le nombre de références biologiques et certifiées RFA provenant de micro-entreprises.

Nous poursuivrons la conversion de tous nos emballages en matériaux durables, recyclables et compostables.

Nous lancerons un projet de micro-torréfaction chez CoffeeStorming pour torréfier tout le café consommé sur place ou vendu au détail, ce qui nous permettra de continuer à éduquer et à diffuser la culture du café à nos clients, tout en offrant du café fraîchement torréfié.

Enfin, nous mettrons en place de nouveaux processus pour surveiller et contrôler toutes nos émissions, dans l'objectif initial de les rendre entièrement mesurables afin de travailler efficacement à leur réduction.



6| Nos Objectifs de développement durable

Égalité entre les sexes (ODD 5)

Garantir aux femmes et aux filles un accès égal à l'éducation, aux soins de santé et à un travail décent.

Énergie propre et abordable (ODD 7)

Encourager l'utilisation d'énergies renouvelables et promouvoir l'efficacité énergétique.

Travail décent et croissance économique (ODD 8)

Contribuer à une croissance économique durable, inclusive et équitable en soutenant l'emploi local, en assurant un travail décent, un environnement de travail sain et sûr, et la croissance professionnelle pour tous les travailleurs.

Consommation et production responsables (ODD 12)

Promouvoir une utilisation efficace des ressources par la prévention des déchets, la réduction, le recyclage et la réutilisation, en s'appuyant sur les principes de l'économie circulaire.

Action pour le climat (ODD 13)

Sensibiliser et promouvoir de bonnes pratiques pour lutter contre le changement climatique, telles que la réduction des émissions de gaz à effet de serre et l'utilisation de sources d'énergie renouvelable.

Vie terrestre (ODD 15)

Protéger, restaurer et promouvoir l'utilisation durable des écosystèmes terrestres, arrêter et inverser la dégradation des terres et la perte de biodiversité.

REG. BOTTINO 1/M
17031 ALBENGA [SV] ITALY
INFO@LAGENOVESE.IT | WWW.LAGENOVESE.IT