



## Change for Better, Lavazza celebra le donne attraverso l'arte

### Storie vere in sette ritratti su Instagram #ChangeforBetter

Torino, 8 marzo 2021 – Da oggi, **Festa della donna**, Lavazza lancia sul proprio canale Instagram **Change for Better**, un reportage internazionale che attraverso l'arte del pittore **Saddo** proporrà i ritratti di sette donne impegnate nel costruire un futuro migliore, grazie al loro coraggio e al coinvolgimento in progetti di sviluppo sostenibile promossi dalla **Fondazione Lavazza**.

Sette storie di emancipazione femminile, diverse una dall'altra, ma in grado di ispirare le donne di ogni parte del mondo attraverso il linguaggio universale dell'arte, nella tensione verso l'indipendenza e l'uguaglianza di genere. **Ambrosía** in Repubblica Dominicana, **Carmen** in Colombia, **Doña Rina** in Honduras, **Isabel** in Guatemala, **Nadia** in Perù, **Pinki**, in India, **Sheila** in Uganda: tutte hanno dato una svolta alla loro vita, ma anche un importante contributo alla comunità in cui vivono, mostrando come empowerment femminile e sviluppo sostenibile possano creare valore condiviso all'interno delle collettività.

Il mondo della coltivazione del caffè, da cui provengono le sette protagoniste, è fatto da 12,5 milioni di produttori organizzati in imprese familiari, ma il contributo femminile è spesso sottovalutato o negato, nonostante le donne giochino un ruolo cruciale nel tenere insieme le comunità e nel gestire le risorse naturali: fino al 70% del lavoro di raccolta dei chicchi è svolto da donne, ma solo il 20% di esse è proprietaria della terra su cui lavora.

*“Lavazza crede fortemente che la promozione delle pari opportunità sia un motore di cambiamento in grado di accelerare il percorso verso lo sviluppo sostenibile e la crescita economica responsabile, in tutto il mondo, non solo nei paesi produttori di caffè. In quest'ottica, per il Gruppo Lavazza il Goal 5 - Gender Equality è uno dei quattro obiettivi di sviluppo sostenibile prioritari, pilastro per le persone e il business dell'azienda, ed ecco perché la promozione dei diritti delle donne è al centro di molti dei progetti sviluppati dalla nostra Fondazione”* – dichiara **Mario Cerutti**, Chief Institutional Relations & Sustainability Officer del Gruppo Lavazza.

La Fondazione Lavazza, nata nel 2004, gestisce attualmente **24 progetti in 18 paesi per oltre 97.000 beneficiari**. È impegnata nell'empowerment delle donne attraverso obiettivi trasversali, dalla promozione di pratiche agricole sostenibili alla lotta ai cambiamenti climatici, con un'attenzione particolare ai progetti di formazione professionale e imprenditoriale, nonché a percorsi formativi volti a conquistare quella fiducia in se stesse che spesso costituisce il primo passo verso l'indipendenza.

Dall'8 marzo all'inizio di aprile **Change for Better** sarà online sul canale IG lavazzaofficial con il racconto delle sette storie in immagini e contenuti audio.

I ritratti sono stati dipinti a mano dall'**artista di origini rumene Saddo**, con colori acrilici su carta, con l'obiettivo di mettere in luce la bellezza e la forza di ogni personalità e di suggerire le loro storie, attraverso dettagli evocativi e simboli inseriti nella cornice attorno al ritratto, come elementi della



TORINO, ITALIA, 1895

flora e della fauna locale o provenienti dall'arte decorativa dei rispettivi paesi di provenienza, ma anche accenni di icone ortodosse ed elementi folk. Basato a Bucarest, Saddo dipinge illustrazioni, opere su tela e grandi murali in tutto il mondo; ha preso parte numerose mostre collettive internazionali e ha tenuto tre personali a Viana do Castelo (Portogallo), Berlino (Germania) e Bucarest (Romania).

Lavazza crede in un'idea di **"arte positiva e sostenibile"**, ossia un'arte responsabile, ma in grado di ispirare e sensibilizzare le persone a cui si rivolge: una concezione di arte che riconosce l'importanza della conoscenza e della consapevolezza nell'attivare un cambiamento positivo, il "Change for Better" evocato nel nome del reportage.

Tra le sette storie ne spiccano tre in particolare in tre continenti diversi.

La giovane **Pinki, in India**, ha dovuto rinunciare presto allo studio per poter aiutare economicamente la sua famiglia con piccoli lavoretti, ma non ha avuto esitazioni, nonostante il parere negativo dei fratelli, quando ha avuto la possibilità di iscriversi al corso di formazione organizzato a Calcutta da Lavazza con **Save the Children**, partner dell'azienda da oltre vent'anni: oggi, insieme ad altri 45 giovani che vivevano in situazioni di difficoltà, può svolgere il lavoro di barista con una certificazione professionale. Questo risultato è stato ottenuto attraverso il progetto **"A Cup of Learning"**, un programma di formazione internazionale del Gruppo Lavazza, realizzato attraverso la partecipazione diretta degli esperti dell'Azienda che mettono a disposizione il loro know-how, il loro tempo e le loro energie andando a formare i ragazzi in prima persona, in questo caso in una delle zone più svantaggiate al mondo.

Pinki ha partecipato alla prima edizione di "A cup of learning", svoltosi in India nel 2017, che da quell'anno si è esteso a livello globale con un ampio numero di corsi di formazione a beneficio di un totale di oltre 120 persone in altri otto Paesi, oltre all'India: Italia, Brasile, Repubblica Dominicana, Haiti, Cuba, Ecuador, Albania e Regno Unito.

Dopo quasi 10 anni come direttrice nazionale di **Sawa World**, **Sheila** non solo è esperta nell'aiutare i giovani nel suo paese, l'**Uganda**, ma è diventata un'ispirazione per molte giovani donne ugandesi. L'Ujana Coffee Project sostenuto dalla Fondazione Lavazza è un progetto che nel solo 2020 ha favorito l'imprenditorialità di oltre **300 giovani**, aiutandoli a strutturare le loro idee di business legate alla coltivazione locale del caffè in altrettante micro-imprese, e a diffonderle per via digitale per ispirare oltre **4.000 ragazzi e ragazze**: hanno così contribuito alle entrate economiche delle loro famiglie, messe a dura prova dall'impatto dell'emergenza sanitaria da **Covid-19**. Sheila ha innescato un significativo cambiamento nelle aree rurali dell'Uganda, evidenziando il grande valore che la formazione e le tecnologie possono avere.

A San Lucas, in **Guatemala**, con i suoi 55 anni **Isabel** è una delle donne più mature della comunità indigene di etnia Maya Poq'omchi ' oggi costituita in prevalenza di donne, a causa di 36 anni di guerra civile e della pulizia etnica che hanno decimato la popolazione e impoverito l'area. Il progetto di formazione alle buone pratiche agricole **"Coffee to be Reborn"** supportato dalla Fondazione Lavazza con l'ONG *Verdad y Vida*, dal 2016 ha creato le condizioni affinché un gruppo di donne coraggiose e piene di risorse potesse riavviare le imprese familiari di coltivazione del caffè: oggi, **140 donne** come Isabel non solo hanno ripreso una produzione di caffè di qualità, ma sono riuscite



TORINO, ITALIA, 1895

a fare enormi passi avanti nella sua commercializzazione mettendolo sul mercato in forma collettiva, con un impatto positivo sulla loro vita e quella di un'intera comunità fatta di oltre **1.000 persone**.

\*\*\*

### **Il Gruppo Lavazza e la Sostenibilità**

Il percorso di sostenibilità del Gruppo Lavazza riflette una strategia ispirata dal profondo senso di responsabilità che l'Azienda nutre da oltre 125 anni nei confronti delle comunità in cui opera, in particolare i coltivatori di caffè, i dipendenti e i consumatori.

Una strategia sempre più integrata nel business e basata sui principi dell'Agenda 2030 sottoscritta nel 2017, all'interno della quale Lavazza ha individuato i quattro pilastri di sostenibilità prioritari, rispetto ai quali impegnarsi nei prossimi anni: Goal 5 - Uguaglianza di genere, Goal 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica, Goal 12 - Consumo e produzione responsabile, Goal 13 – Agire per il clima.

I 4 Goals individuati sono stati scelti con l'obiettivo di promuovere un equilibrio di obiettivi sia sociali (8 e 5) che ambientali (12 e 13) e sono anche i quattro principi ineludibili alla base del Manifesto della Sostenibilità, la dichiarazione programmatica della strategia del Gruppo.

Ad essi il Gruppo affianca il "Goal Zero", ideato da Lavazza con il proposito di diffondere il messaggio dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile presso ogni interlocutore chiave dell'Azienda. Nell'ottica del Goal Zero, dal 2016 l'Azienda ha sviluppato un programma di attività mirate a creare un forte senso di responsabilità intorno ad essi per innescare il motore del cambiamento.

I 4 Goals Prioritari e il Goal Zero si declinano nella struttura del Bilancio di Sostenibilità 2019, che a ognuno dedica un capitolo, insieme al capitolo che approfondisce l'operato della Fondazione Lavazza.

### **Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Onlus**

Per coordinare e realizzare i progetti di sostenibilità l'Azienda ha istituito, nel 2004, la Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Onlus che oggi supporta e finanzia, sia autonomamente, sia attraverso collaborazioni pubbliche e private, **24 progetti in 18 paesi in 3 continenti, a beneficio di oltre 97.000 coltivatori di caffè**. I progetti sostenuti dalla Fondazione Lavazza hanno in primo luogo l'obiettivo di migliorare la **resa** produttiva e la **qualità** del caffè, promuovendo allo stesso tempo l'**imprenditorialità** dei produttori e il miglioramento delle loro **condizioni di vita**.

La strada intrapresa dalla Fondazione è quella del sostegno all'**autonomia delle comunità locali**, attraverso la valorizzazione del lavoro delle **donne** e il coinvolgimento delle **nuove generazioni**, a cui si accompagna la condivisione di **buone pratiche agricole** e l'introduzione di **strumenti tecnologici** finalizzati al contrasto degli effetti del cambiamento climatico. Le attività puntano anche sulla **diversificazione** delle produzioni, per contrastare l'impoverimento del suolo, e sul sostegno della **riforestazione**, processo essenziale alla ricostituzione della salute dell'ecosistema. La realizzazione dell'attività viene affidata ad attori locali, al fine di aumentare il coinvolgimento delle comunità produttrici e costruire rapporti di fiducia tra i soggetti coinvolti.

### **Il Gruppo Lavazza**

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è di proprietà della famiglia Lavazza da quattro generazioni. Tra i più importanti torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 140 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 70% del fatturato generato sui mercati internazionali. Lavazza impiega complessivamente oltre 4.000 dipendenti e nel 2019 ha generato un fatturato di 2,2 miliardi di euro.

Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la nordamericana Kicking Horse Coffee (2017), l'italiana Nims (2017) e il business dell'australiana Blue Pod Coffee Co. (2018). Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi rispettivamente nel settore dell'Office Coffee Service (OCS) e del Vending.