Illycaffè World's Most Ethical Company per il quarto anno

illy-a2773b82

Illycaffè riceverà questa sera a New York il **riconoscimento 2016 World’s Most Ethical Company** da **Ethisphere Institute**, leader globale nella definizione e nella promozione degli standard per le pratiche commerciali etiche. L'azienda triestina, leader del segmento del caffè di alta qualità, è stata inserita nella lista delle World’s Most Ethical Companies **per il quarto anno consecutivo**. La società è una delle quattro aziende premiate nella categoria Alimenti, Bevande e Agricoltura per il 2016, ed è la sola azienda italiana, collocandosi così tra le aziende d’eccellenza leader di settore.

Il riconoscimento conferito da Ethisphere è giunto quest’anno alla sua decima edizione e prosegue la sua missione di redigere la **lista delle aziende più etiche al mondo**, inserendovi le società che trasformano i propri principi in azioni, in cui la fiducia è parte integrante del DNA aziendale, favorendo la creazione di nuovi standard di settore, introducendo oggi le best practices di domani.

“Essere nominata da Ethisphere come World’s Most Ethical Company per il quarto anno consecutivo è un onore, ed è il riconoscimento formale dell’impegno costante di illy verso i suoi stakeholder lungo tutta la catena del valore, dai coltivatori ai clienti”, commenta **Andrea Illy, presidente e CEO di Illycaffè**. “Il perseguimento dei più alti standard etici è al centro dei nostri valori e del nostro modello operativi e ha dato avvio ad un circolo virtuoso essenziale per realizzare il nostro sogno di offrire il caffè migliore al mondo”.

Illy è una **stakeholder company fondata sull’etica** e ha come obiettivo il miglioramento della qualità della vita. Per ognuno degli stakeholder l’azienda realizza la sostenibilità economica – attraverso la creazione di valore condiviso –, sociale – attraverso la crescita delle persone – e ambientale – attraverso il rispetto. Dalla fine degli anni Ottanta Illycaffè ha messo a punto un sistema di relazioni dirette con i propri fornitori basato su **tre pilastri**, che rappresentano un approccio unico e proprietario dell’azienda:
• selezionare e lavorare direttamente con i migliori produttori di caffè Arabica, sviluppando con loro un

rapporto diretto, duraturo e reciprocamente proficuo;
• trasferire a questi coltivatori, attraverso l'Università del Caffè e il lavoro quotidiano sul campo di agronomi specializzati, tutte quelle conoscenze maturate in ottant'anni di storia d'impresa e di ricerca necessarie per raggiungere i picchi d'eccellenza richiesti dagli standard Illy;
• acquistare le produzioni migliori dai coltivatori, pagando loro prezzi superiori a quelli di mercato per premiare la qualità prodotta e stimolare il miglioramento continuo.

“Le società si affidano a Ethisphere per misurare e accrescere i propri standard di comportamento. Le aziende che si dimostrano leader in aree quali **la cittadinanza d’impresa, l’integrità e la trasparenza** creano maggior valore per gli investitori, le comunità, i clienti e i dipendenti, consolidando un vantaggio commerciale sostenibile”, spiega **Timothy Erblich, Chief Executive Officer di Ethisphere**. “Congratulazioni a tutti coloro che lavorano in Illy per il riconoscimento di World's Most Ethical Company”.

Metodologia & Criteri di valutazione - La valutazione di World’s Best Ethical Company si basa sul **Quoziente Etico (QE)** dell’Istituto, un modello sviluppato nel corso di anni di ricerca, attentamente controllato e perfezionato dagli esperti del Methodology Advisory Panel del programma World's Most Ethical Company di Ethisphere. Il QE offre un approccio quantitativo alla valutazione della performance delle società in modo oggettivo, coerente e standardizzato. Le informazioni raccolte offrono un campionario completo di criteri che definiscono le competenze di base, piuttosto che tutti gli aspetti di gestione aziendale, rischio, sostenibilità, conformità ed etica.

I punteggi sono elaborati in **cinque categorie principali**: programma di etica e conformità (35%), cittadinanza d'impresa e responsabilità sociale (20%), cultura dell'etica (20%), governance (15%) e leadership, innovazione e reputazione (10%), e sono forniti a tutte le aziende che partecipano a questo processo.