

COFFEE DEFENDERS

A PATH FROM COCA TO COFFEE

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

SOSTENIBILITÀ: IL PRIMO DOCUMENTARIO DI LAVAZZA, UNA STORIA AL FEMMINILE DI RINASCITA E SPERANZA

“**COFFEE DEFENDERS, A PATH FROM COCA TO COFFEE**”
dal 5 giugno su [prime video](#)

Torino, 1 giugno 2020 – Lavazza ha scelto la **Giornata Mondiale dell’Ambiente** per lanciare sul servizio streaming di Amazon **Prime Video**, a partire da Italia, Stati Uniti e Regno Unito, il docu-film “**Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee**”, del regista **Oscar Ruiz Navia**, una delle voci più riconosciute del cinema colombiano contemporaneo.

Il documentario racconta la **vera storia di Johana**, una ragazza colombiana che durante il conflitto armato causato dalla **guerriglia delle FARC** ha perso tutto, ma che è riuscita a riprendere in mano la sua vita e quella dei suoi sei figli, restando con tenacia nella sua comunità, nei territori fertili e incontaminati del Meta, una regione caffecicola ai piedi della cordigliera della

Ande, dove nel 2013 le famiglie di agricoltori come quella di Johana hanno ricevuto dal governo colombiano i terreni prima usati per colture illegali.

Guidata dalla speranza e da un’incrollabile fiducia in un futuro migliore, rinata nella sua rinnovata azienda agricola di caffè, Johana racconta una storia di **emancipazione femminile e di coraggio**. E proprio una **piantina di caffè è il simbolo della sua rinascita**: una piantina che la protagonista porta con sé nel viaggio dalla sua terra di origine fino alla Costa Rica, dove sarà conservata nel Centro Agronomo di Cartago. In questo itinerario Johana è accompagnata dalla reporter **Alexandra Roca**, una reporter che con particolare sensibilità si è occupata di vari temi in oltre 14 paesi del

COFFEE DEFENDERS, A PATH FROM COCA TO COFFEE

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

mondo, dai diritti delle donne ai movimenti delle comunità indigene: tornata in Colombia per documentare la ripartenza del paese, la aiuterà a raccontare se stessa, le sue difficoltà e le sue speranze; passo dopo passo, le due protagoniste viaggeranno tra le straordinarie bellezze della natura sudamericana e attraverso numerose testimonianze in un percorso di rinascita e di passaggio dalla guerra alla pace.

“In quel periodo si coltivava la coca” – ricorda **Johana, la protagonista** – *“Avevo paura, ma in fondo mi sono detta “Torno a casa, perché quella è la mia casa ed è rimasta abbandonata. Non mi importa, se mi vogliono uccidere, che mi uccidano, ma devo tornare a casa mia”*”.

Nel Meta, la terra di Johana, la **Fondazione Lavazza** è attiva dal 2015 con un programma di sviluppo sostenibile che ha risollevato le condizioni socioeconomiche di oltre **cento famiglie** di agricoltori, inclusa quella della nostra protagonista, aiutandole a far rifiorire le piantagioni di caffè, grazie alla piantumazione di oltre **1 milione di piante** e tramite una formazione dedicata alle **buone pratiche agricole** e alle tecniche per contrastare gli effetti dei cambiamenti climatici. I risultati sono importanti per queste piccole comunità: è raddoppiata la produttività per ettaro e si è incentivata la produzione di **caffè di alta qualità e certificato dalla ONG Rainforest Alliance**, organizzazione internazionale che garantisce la sostenibilità socio-ambientale delle produzioni agricole; inoltre, le piccole aziende

agricole sono state assistite nella piantumazione di circa 13.000 piante da frutto, utili per dare ai contadini una fonte di reddito complementare a quella dal caffè, al fine sia di aumentare le entrate, sia di sostenere la sicurezza alimentare delle famiglie.

Inoltre, il programma in corso nel Meta è stato declinato con un occhio particolare alla promozione dei diritti delle donne, in considerazione del fatto che nel mondo della coltivazione del caffè fino al 70% della forza lavoro è femminile, ma solo nel 25% dei casi le aziende agricole sono gestite da donne. Questo è un esempio dei **24** progetti ad oggi promossi dalla Fondazione Lavazza, nata nel **2004** e oggi presente in **17** paesi lungo 3 continenti per oltre **97.000** contadini beneficiari.

“La Fondazione Lavazza da quasi vent’anni è attiva con programmi di sviluppo sostenibile nei paesi produttori di caffè, a stretto contatto con i cafficultori e ispirata da quel senso di responsabilità che permea la cultura di Lavazza verso tutte le comunità e i luoghi presso cui opera” – dichiara **Mario Cerutti, Chief Institutional Relations & Sustainability Officer di Lavazza**. *“Con questo documentario desideriamo raccontare una delle numerose storie dei protagonisti dei nostri progetti, attraverso un linguaggio contemporaneo e con un partner di eccellenza come Amazon. Il tutto nel pieno spirito del Goal Zero – Diffondere il messaggio, l’Obiettivo di Sviluppo Sostenibile che abbiamo ideato, affiancandolo ai 17 Goals*



Johana



dell'Agenda 2030 dell'ONU, da noi sottoscritta, col fine di coinvolgere le persone sui temi della sostenibilità”.

Infatti, nel far evolvere la propria strategia di sostenibilità e renderla sempre più integrata nel business, Lavazza ha deciso di operare all'interno di linee guida internazionalmente riconosciute come il **Global Compact delle Nazioni Unite**, impegnandosi a rispettarne i principi fondamentali e specificandoli attraverso l'adesione all'**Agenda 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**.

In questo percorso l'Azienda ha individuato i **quattro pilastri di sostenibilità prioritari** per le persone e il business, rispetto ai quali continuare a impegnarsi nei prossimi anni e che si ritrovano tutti in **“Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee”**: **Goal 5 - Uguaglianza di genere, Goal 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica, Goal 12 - Consumo e produzione responsabile, Goal 13 - Agire per il clima**. In particolare, i primi due obiettivi sono al centro del programma della Fondazione Lavazza sviluppato in Meta e si ritrovano nel docu-film, con la storia di emancipazione femminile incarnata da Johana, una delle tante donne che hanno conquistato un ruolo chiave nella società contadina colombiana, e con la creazione di condizioni socioeconomiche migliori per le comunità uscite dalla guerriglia.

I quattro Obiettivi di Sviluppo Sostenibile prioritari dell'Agenda 2030 sono declinati nel **Manifesto della Sostenibilità**, la dichiarazione programmatica della strategia di sostenibilità dell'Azienda che il Gruppo Lavazza ha appena pubblicato insieme alla quinta edizione del **Bilancio di Sostenibilità “A Goal in every cup”**.

“Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee” si inserisce nel progetto Lavazza **“Coffee Defenders”**, un'iniziativa che trae ispirazione dalle storie dei produttori beneficiari dei progetti della Fondazione e mira al coinvolgimento sui temi della sostenibilità della **“coffee community”**, ossia gli amanti del caffè, un prodotto agricolo particolarmente vulnerabile agli effetti dei cambiamenti climatici.

*“La comunicazione digital ha una rilevanza sempre più strategica per Lavazza grazie alle numerose opportunità che ci offre per avvicinare nuove audience giovani attraverso forme di narrazione contemporanee e coinvolgenti, ha dichiarato **Lorenzo Giorda, Global Head of Digital Marketing di Lavazza**. “Questo progetto diventerà un filone di comunicazione e di posizionamento dell'azienda e riteniamo che il docu-film rappresenti un'importante asset per raccontare attraverso un linguaggio differente, visivo, autentico e universale il tema della*



Oscar Ruiz Navia



Alexandra Roca

sostenibilità, che è parte integrante del nostro business da molti anni e che ci caratterizzerà da qui in avanti. Nel futuro, infatti, il documentario vivrà sia a livello digitale che fisico in altri luoghi poiché non si tratta solo di un prodotto di entertainment ma di un veicolo di messaggi forti e contemporanei”.

Oscar Ruiz Navia, regista: *“Credo che sia un progetto speciale, un’opera cinematografica, per la quale sono stato coinvolto per la mia esperienza nella regia di documentari e fiction: per questo mi sono subito sentito a mio agio, felice di affrontarlo. Durante le riprese ho imparato tanto sulla storia di questo paese, ascoltando*

diverse testimonianze: per questo sono molto grato per aver fatto parte di “Coffee Defenders, a Path from Coca to Coffee”.

Alexandra Roca, reporter co-protagonista: *“Questo documentario ha molti significati, ma il principale, a mio parere, è che il cambiamento deve avvenire dentro noi stessi: Johana ne è un vero esempio. Ho imparato molto da lei, grazie alla resilienza e alla tenacia che ha dimostrato. La sua capacità di sopravvivenza l’ha trasformata in una donna indipendente. Questo, per me, è ciò che emerge di più da questo film, è il suo significato più profondo”.*



COFFEE DEFENDERS, A PATH FROM COCA TO COFFEE

GRUPPO LAVAZZA: BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2019 E MANIFESTO DELLA SOSTENIBILITÀ

“A Goal in every Cup” è il titolo della 5° edizione del Bilancio di Sostenibilità, redatta secondo i GRI Standards internazionali emessi dal “Global Reporting Initiative”. Il documento comunica l’approccio e i risultati del percorso di sostenibilità del Gruppo Lavazza e ne riflette la strategia ispirata dal profondo senso di responsabilità che l’Azienda nutre da oltre 120 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 pub-

A GOAL IN EVERY CUP

THE LAVAZZA FAMILY HAS BEEN IN THE BUSINESS OF CARING SINCE 1895.

WE CARE ABOUT THE COMMUNITIES WHERE OUR QUALITY BEANS ARE GROWN, ABOUT OUR EMPLOYEES AND ABOUT THE PEOPLE WHO ENJOY OUR COFFEE.

AND WE CARE ABOUT THE FUTURE OF OUR PLANET AND SOCIETY. THAT'S WHY WE ARE COMMITTED TO THE

U.N. SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

THEY ARE A GLOBAL BUSINESS IMPERATIVE AND GUIDE OUR WORK.

AND THE GLOBAL GOALS ALIGN WITH A LAVAZZA GROUP CORE VALUE:

RESPONSIBILITY.

AT LAVAZZA, WE COMMIT TO OPERATING RESPONSIBLY IN ALL ASPECTS OF OUR BUSINESS. WE ARE STAYING TRUE TO OUR VALUES AND FAMILY ROOTS. WE ARE STAYING TRUE...

TO THE FARMERS

WHO TEND COFFEE BEANS UNDER THE SHADE OF THE FOREST CANOPY AND THE RAYS OF TROPICAL SUN.

TO OUR EMPLOYEES

WHOSE FUNDAMENTAL RIGHTS, WELLBEING AND PERSONAL DEVELOPMENT IS OUR PRIORITY.

TO THE CUSTOMERS

WHO SHARE OUR CONCERNS AND COMMITMENT TO CREATING A MORE FAIR AND SUSTAINABLE FUTURE.

THE AUTHENTICITY OF OUR MISSION IS DEMONSTRATED BY OUR DEVOTION TO WORKING ON THE GROUND AND IN THE COMMUNITIES WHERE OUR BEANS ARE GROWN AND WHERE OUR COFFEE IS PRODUCED AND ENJOYED AROUND THE WORLD.

WE ENGAGE WITH PEOPLE EVERYWHERE BECAUSE WE BELIEVE EVERY PERSON CAN PLAY A MIGHTY ROLE IN HELPING OUR CLIMATE, ECONOMY AND SOCIETY.

WE ARE COMMITTED TO ADVANCE THE GLOBAL GOALS.

LAVAZZA GROUP

bliche e private, **24 progetti in 17 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.

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

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.

PER INFORMAZIONI

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Marilù Brancato

☎ +39 345 3972860

✉ marilu.brancato@lavazza.com

Simona Busso

☎ +39 335 5492296

✉ simona.busso@lavazza.com

BURSON CHON & WOLFE

Luca Cigliano

☎ +39 348 4599956

✉ luca.cigliano@lavazza.com