



**PIZZOLATO**

ORGANIC WINE

**BILANCIO SOCIALE 2022**





**PIZZOLATO**

ORGANIC WINE

**BILANCIO SOCIALE 2022**

# S O M M A R I O

## **7 LETTERA AGLI STAKEHOLDER**

## **9 IL GRUPPO PIZZOLATO**

---

### **11 IL GRUPPO PIZZOLATO**

11 Organigrammi aziendali

12 Membri della famiglia

13 L'agenda 2030

16 Vision

16 Mission

17 I valori

18 Le tenute

### **20 CASALE TERZO**

22 Acquisizione di Casale Terzo

23 La storia di Casale Terzo

24 I prodotti di Casale Terzo

### **28 CANTINA PIZZOLATO**

29 Una cantina green

30 Le sedi

31 Il 2022 in numeri

33 La storia aziendale

## 39 IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

---

40 Mappa degli stakeholder

42 Temi rilevanti

43 Matrice di materialità

### 44 LE PERSONE PIZZOLATO

48 Il progetto Ascoltiamoci

52 Indice di coinvolgimento aziendale

53 Engagement

53 La formazione dei dipendenti

55 L'alternanza scuola-lavoro e il rapporto con le scuole

56 Il Codice BSCI e il codice etico

58 I fornitori

58 I clienti

60 Gli enti di controllo

60 Le banche

## S O M M A R I O

### 63 L'IMPATTO AMBIENTALE

---

#### 65 LA SOSTENIBILITÀ IN VIGNETO

- 65 I vigneti
- 67 Il progetto MI.DI.FEN.DO
- 68 Dall'irrigazione a goccia a quella sotterranea
- 70 Le certificazioni dei vini a garanzia del consumatore

#### 73 LA SOSTENIBILITÀ IN CANTINA

- 73 Il depuratore biologico
- 74 Il progetto Cycle4green
- 75 I rifiuti
- 76 I pannelli solari
- 76 L'installazione della colonnina elettrica
- 78 Siamo Società Benefit
- 79 Il percorso Equalitas
- 80 La mostra "Nuove Cantine Italiane"

#### 83 LA SOSTENIBILITÀ NEI VINI

- 83 Il progetto "BACK TO BASIC"
- 86 Call for future: il marchio Sodalitas
- 88 Un Natale green con "M-Use"
- 89 Successi e riconoscimenti dei vini Pizzolato
- 91 I PIWI: vini da medaglia d'oro
- 92 Pizzolato nel mondo
- 94 Pizzolato Get Together 2022

#### 98 LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

- 98 Il nuovo sito Pizzolato
- 102 Le campagne social
- 105 La settimana della sostenibilità: il progetto "Education Next"

## 107 L'IMPATTO SOCIALE E TERRITORIALE

---

### 108 L'EXPERIENCE PIZZOLATO

- 108 Attività di promozione enoturistica
- 113 Gli eventi in cantina
- 117 La settimana del Raboso
- 118 Welfare territoriale e i progetti per il sociale e lo sport

## 121 L'IMPATTO ECONOMICO E GOVERNANCE

---

- 122 Il Rendiconto Economico
- 124 La produzione del valore aggiunto
- 125 La distribuzione del valore aggiunto
- 126 Il conto economico
- 127 Breakdown ricavi-costi

## 131 DIVENTIAMO SOCIETÀ BENEFIT

---

- 133 Introduzione
- 134 Relazione d'impatto 2022
- 153 Conclusioni
- 154 Valutazione impatto B-Corp al 31.12.22



# Cari...

clienti, fornitori, collaboratori, amici  
con queste parole vorremmo rivolgere un pensiero di speranza e serenità nonostante quest'anno ci abbia messo a dura prova. Non ci riferiamo solo alle sfide lavorative quotidiane, alla crisi mondiale, ai venti di guerra e ai cambiamenti ambientali che il nostro pianeta sta vivendo, bensì a quel senso di incertezza che ci ha accompagnato come un'ombra e che ha incrinato qualsiasi buona speranza in noi stessi, negli altri e nel futuro.

Il 12 settembre di quest'anno abbiamo avuto il piacere e l'onore di incontrare Sua Santità Papa Francesco di cui riconosciamo la maestosa grandezza d'animo: un uomo che si spende per il bene dell'umanità con l'unica arma della compassione. Il suo discorso rivolto al gruppo di imprenditori della nostra provincia ci ha fatto riflettere sulla motivazione che in questi duri anni ci ha mantenuti attivi, appassionati, concentrati su nuove sfide, sul lavoro che viviamo con gioia nonostante i notevoli grattacapi. Nell'ultimo anno, per risolvere problemi di mancanza di competenze, incrementi di costi e reperibilità di materia prima, abbiamo passato la maggior parte del tempo tra riunioni, viaggi, e convegni, smettendo di frequentare, come ci era solito fare, la nostra cantina, il verde della nostra campagna, i nostri vigneti.

"Ci stiamo dimenticando l'odore del lavoro, non riconosciamo più i prodotti ad occhi chiusi toccandoli – ha esordito Papa Francesco - e quando un imprenditore non tocca più i suoi prodotti, perde contatto con la vita della sua impresa, e spesso inizia anche il suo declino economico. Il contatto, la vicinanza è la base di una relazione sana qualunque essa sia". Quest'anno più che mai è stato chiaro che il valore delle nostre aziende dipenda da tutti e da ciascuno di noi: dalla creatività, dal talento, dall'innovazione e dalla cooperazione dell'imprenditore e del singolo, come una vera e propria squadra. Perché se è vero che ogni lavoratore dipende dai

**Perché se è vero che ogni lavoratore dipende dai suoi imprenditori e dirigenti, è anche vero che l'imprenditore dipende dal "capitale spirituale" dei suoi collaboratori: il loro cuore e la loro anima**

suoi imprenditori e dirigenti, è anche vero che l'imprenditore dipende dal "capitale spirituale" dei suoi collaboratori: il loro cuore e la loro anima.

Il 2022 lo definiamo un anno coraggioso. Sì, perché ci è voluto coraggio a ricominciare a guardare fuori dalla finestra e a ridare la mano, a fidarsi del prossimo, del collega, del vicino, del cliente. È stato strano ritornare a viaggiare e a guardarsi negli occhi di nuovo, per poi a febbraio trovarci nuovamente catapultati in una realtà soffocata e immobilizzata dall'invasione russa dell'Ucraina. Ci auguriamo che il nuovo anno fermi queste montagne russe per lasciare il posto ad un cammino più sicuro, fatto di parole sentite, di confronti costruttivi e condivisione di obiettivi che hanno estrema urgenza del nostro tempo e dell'impegno di tutti. Quanto fatto finora infatti non basta, il pianeta non reggerà l'impatto del capitalismo e lasceremo alle prossime generazioni una terra troppo ferita, forse invivibile.

Se il nostro impegno come Società Benefit servirà a sensibilizzare un collaboratore in più, un fornitore in più, un cliente in più, un consumatore in più verso uno stile di vita più responsabile, allora potremmo dire di aver svolto bene il nostro lavoro. La sostenibilità ha il compito di unire gli intenti e farci sentire parte di un meccanismo complesso che con il suono amplificato di ogni singolo strumento ritornerà a farci cantare all'unisono. Noi confidiamo che ognuno prenda parte a questa orchestra.

Io e la mia famiglia, Sabrina, Stefania, Federico e il piccolo Edoardo, vi ringraziamo per questo anno trascorso insieme.

LEGALE RAPPRESENTANTE

*Settimo Pizzolato*



# 01 IL GRUPPO PIZZOLATO

---



## IL GRUPPO PIZZOLATO

Dal 2021 la struttura dell'azienda Pizzolato è stata cambiata per adattarla alle necessità della sua espansione, al fine di gestire al meglio le varie operazioni e aumentare la coesione all'interno della famiglia Pizzolato, costituendo la Holding Pizzolato, che comprende tutte le varie aziende di proprietà del gruppo.

In primis i vigneti sono stati suddivisi all'interno di quattro aziende agricole, ognuna di queste di proprietà di uno dei membri della famiglia. La parte che si occupa della vinificazione della materia prima, dell'imbottigliamento e della commercializzazione del prodotto finito sarà a capo di La Cantina Pizzolato SRL SB.

### Organigrammi aziendali





### Settimo Pizzolato

TITOLARE CANTINA PIZZOLATO

È tra i primi produttori ad aver scelto in Italia una conduzione biologica dell'azienda. Il caposaldo imprenditoriale di una cantina che negli anni si è notevolmente sviluppata grazie al coraggio nei suoi investimenti e al suo sguardo in avanti, vivace e puntuale, puntato dritto sempre al domani.



### Sabrina Rodelli

CO-TITOLARE ED EXPORT MANAGER

Il braccio destro di Settimo e il suo supporto in ogni sfida quotidiana. Lavora da oltre 20 anni nel settore del vino: ne ha respirato le continue trasformazioni. Studiosa di nuove tendenze di packaging, frutto di un bagaglio contaminato dall'internazionalizzazione dei mercati che segue, è l'anima innovatrice dell'azienda.



### Federico Pizzolato

CO-TITOLARE E RESPONSABILE PRODUZIONE

Il primogenito di Settimo, Federico è il responsabile dell'area imbottigliamento e della produzione aziendale e lavora in azienda dal 2014. In questi anni, la sua figura si è affiancata a quella del padre anche nelle decisioni imprenditoriali più importanti. Grande sostenitore del team Pizzolato che ha creato e supportato assieme ai soci durante gli anni.

### Stefania Pizzolato

CO-TITOLARE E RESPONSABILE AZIENDE AGRICOLE

Stefania, dopo gli studi universitari in economia e commercio, entra in azienda spinta da una grande voglia di crescere assieme all'azienda. Occupata nel dipartimento amministrativo, è in prima linea nel progetto di coaching aziendale rivolto a tutti i collaboratori.



### Edoardo Pizzolato

FIGLIO DI SETTIMO E SABRINA

Il piccolo Edoardo è l'ultimo nato della famiglia Pizzolato. Un bimbo che dimostra fin da questi primi anni di vita un amore smisurato verso la natura, la vigna e gli animali ma soprattutto verso i trattori. Ad Edoardo è stato dedicato il vino della tenuta toscana, il Chianti Colli Senesi Edoardo PI.



## L'AGENDA 2030

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione rivolto alle persone, al pianeta e alla prosperità, sottoscritto nel settembre 2015 dai Governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile – Sustainable Development Goals, SDGS – in un ampio programma d'azione per un totale di 169 traguardi. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile è coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni: i Paesi, infatti, si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030.

Gli Obiettivi per lo Sviluppo danno seguito ai risultati degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (Millennium Development Goals). 'Obiettivi comuni' significa che riguardano tutti i Paesi e tutti gli individui: nessuno ne è escluso, né deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla strada della sostenibilità. Anche La Cantina Pizzolato si sente in dovere di fare la differenza per poter raggiungere questi obiettivi comuni in cui nessuno si deve sentire escluso.

## OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



## Gli obiettivi Agenda 2030

## Azioni e attività in cantina

### 2 SCONFIGGERE LA FAME



- Promuovere l'agricoltura sostenibile
- Implementare le pratiche agricole che proteggano l'ecosistema e migliorino la qualità del suolo
- Sostenere uno sviluppo rurale centrato sulle persone e proteggendo l'ambiente allo stesso tempo
- Aumentare gli investimenti a favore della ricerca e della formazione agricola

- Ricerca e sviluppo sui vitigni resistenti PIWI, che richiedono un numero minore di trattamenti
- Promozione dell'agricoltura biologica e vegan attraverso la lotta integrata
- Formazione dei fornitori d'uva e dei collaboratori sostenuta da tecnici agronomi condividendo il know how acquisito sulla viticoltura biologica
- Investimenti in campo agricolo e nuovi macchinari di ultima generazione
- Collaborazione alla ricerca Mi.Di.Fen.Do per combattere la flavescenza dorata (malattia dei vigneti) attraverso metodi naturali

### 3 SALUTE E BENESSERE



- Ridurre l'inquinamento dell'aria, delle acque e del suolo da sostanze chimiche pericolose

- Promozione dell'agricoltura biologica e divieto assoluto di utilizzare sostanze chimiche di sintesi, pesticidi ed erbicidi
- Riduzione delle sostanze organiche inquinanti presenti nelle acque reflue attraverso un depuratore biologico

### 6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI



- Ridurre l'inquinamento e il rilascio delle scorie pericolose e diminuire la quantità di acque reflue contaminanti, promuovendo il reimpiego sicuro
- Aumentare sostanzialmente l'efficienza idrica da utilizzare in tutti i settori

- Installazione di un depuratore biologico delle acque reflue che permette di reimmettere in suolo acque purificate e filtrate che ne consentano il riuso al 100%
- Implementazione nel vigneto dell'irrigazione goccia a goccia
- Implementazione progressiva dell'irrigazione interrata nei nuovi impianti

### 7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE



- Aumentare le energie rinnovabili e il miglioramento nelle tecnologie dell'energia pulita
- Migliorare l'efficienza energetica

- Installazione di 570 pannelli fotovoltaici con riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>
- Revamping del vecchio sistema fotovoltaico
- Implementazione di un sistema di controllo dei consumi annuali

### 8 LAVORO E CRESCITA ECONOMICA



- Entro il 2030, raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore
- Entro il 2030, elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali

- Realizzazione del Padiglione "L'Officina del Vino" dedicato ad eventi enogastronomici e culturali legati al mondo vitivinicolo
- Collaborazione con altri soggetti locali per l'organizzazione di eventi ed iniziative dedicate
- Collaborazione con scuole, università ed enti di formazione per la realizzazione di stage e tirocini
- Implementazione di un programma di coaching aziendale "Ascoltiamoci" volto ad aumentare il benessere dei collaboratori e creazione di una mensa aziendale

## Gli obiettivi Agenda 2030

## Azioni e attività in cantina

<p><b>9</b> IMPRESA, INNOVAZIONE, INFRASTRUTTURE</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Sviluppare infrastrutture di qualità, affidabili, sostenibili e resilienti comprese quelle regionali e transfrontaliere per supportare lo sviluppo economico e il benessere degli individui</li> <li>→ Aggiornare le infrastrutture e ammodernare le industrie per renderle sostenibili, con maggiore efficienza delle risorse da utilizzare e una maggiore adozione di tecnologie pulite e rispettose dell'ambiente e dei processi industriali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Realizzazione di una cantina sostenibile che rispecchi la filosofia aziendale utilizzando e promuovendo materiali a Km0</li> <li>→ Realizzazione di un agri wine bar che rispecchi la filosofia aziendale utilizzando e promuovendo materiali a Km0</li> <li>→ Rinnovo del parco mezzi aziendali con veicoli più efficienti</li> </ul>
<p><b>12</b> CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILE</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali</li> <li>→ Ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo</li> <li>→ Diffondere delle informazioni rilevanti circa la giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita in armonia con la natura</li> <li>→ Implementare strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per il turismo sostenibile, che crea posti di lavoro e promuove la cultura e i prodotti locali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promozione della comunicazione e la trasparenza informando gli stakeholder attraverso canali web, comunicazioni specifiche e pubblicazioni</li> <li>→ Scelta di imballaggi riciclabili o riusabili</li> <li>→ Gestione dei rifiuti attraverso consorzi di controllo e promozione di attività di riciclaggio e successivo riutilizzo</li> <li>→ Collaborazione con aziende specializzate per il riciclo di prodotti specifici, quali tappi di sughero e carta plastificata</li> <li>→ Sviluppo di prodotti che si basano sul concetto di economia circolare del packaging, come le linee Back to Basic e M-Use e sulla sensibilizzazione dei concetti della sostenibilità</li> <li>→ Uso di prodotti locali agrituristici nell'offerta culinaria dell'Officina del Vino</li> <li>→ Tour guidati per la valorizzazione della cultura del vino e della conoscenza dei vitigni autoctoni</li> </ul>
<p><b>15</b> VITA SULLA TERRA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promuovere una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, arrestare la deforestazione, ripristinare le foreste degradate</li> <li>→ Adottare misure urgenti e significative per ridurre il degrado degli habitat naturali, arrestare la perdita di biodiversità e proteggere e prevenire l'estinzione delle specie minacciate</li> <li>→ Combattere la desertificazione, ripristinare i terreni degradati ed il suolo, compresi i terreni colpiti da desertificazione, siccità e inondazioni, e sforzarsi di realizzare un mondo senza degrado del terreno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Utilizzo degli scarti di faggio della foresta del Consiglio per la costruzione della cantina (progetto Veneto Agricoltura)</li> <li>→ Utilizzo di carta FSC in diversi ambiti produttivi e/o carta riciclata con diversa percentuale di materiale vergine</li> <li>→ La scelta dell'agricoltura biologica che rispetta l'intero ecosistema;</li> <li>→ Uso di atomizzatori a recupero per i trattamenti che riducono la dispersione nell'ambiente delle sostanze minerali utilizzate in agricoltura biologica</li> <li>→ Gestione manuale delle piante infestanti per favorire la biodiversità nel vigneto</li> </ul>

Azienda	Certificazioni attuali	Certificazioni in progetto
<b>La Cantina Pizzolato SRL SB</b>	Certificazione Biologica Vegan Società Benefit dal 2022	Equalitas
<b>Azienda Agricola Pizzolato Settimo</b>	Certificazione Biologica	
<b>Azienda Agricola Pizzolato Stefania</b>	Certificazione Biologica	
<b>Azienda Agricola Pizzolato Federico</b>	Certificazione Biologica	
<b>Azienda Agricola Rodelli Sabrina</b>	Certificazione Biologica	
<b>Casale Terzo Società Agricola srl</b>	Certificazione Biologica	

## Vision

**Cinque generazioni di storia e di tradizione, un lungo impegno nella produzione enologica nel rispetto della natura e della massima qualità, un'azienda che realizza passo dopo passo la sua idea di futuro.** Sono queste le salde radici della famiglia Pizzolato, su cui è stata costruita un'intera filosofia produttiva. Un percorso che inizia più di trentacinque anni fa quando, nel 1981, Settimo Pizzolato entra in azienda affiancando il padre Gino e progressivamente intraprende, tra i primi produttori di vino in Italia, la via del biologico.

*“Coniughiamo continua ricerca e salda tradizione per volgere lo sguardo verso il futuro e, senza mai dimenticare ciò che è stato, vinifichiamo uve biologiche con rispetto verso il territorio e verso le persone per ottenere vini sani e genuini per tutti i nostri consumatori. Il fine ultimo non è il biologico; è andare oltre il biologico.”*

## Mission

La mission aziendale può essere accostata ad una pianta di vite le cui radici salde rispecchiano **il rispetto e la valorizzazione del territorio**, il tronco rappresenta **il metodo biologico**, i suoi tralci, che si diramano, sono **i rapporti di fiducia con i nostri clienti** e i suoi frutti, i risultati di uno **sviluppo innovativo verso il futuro e verso la cultura**.

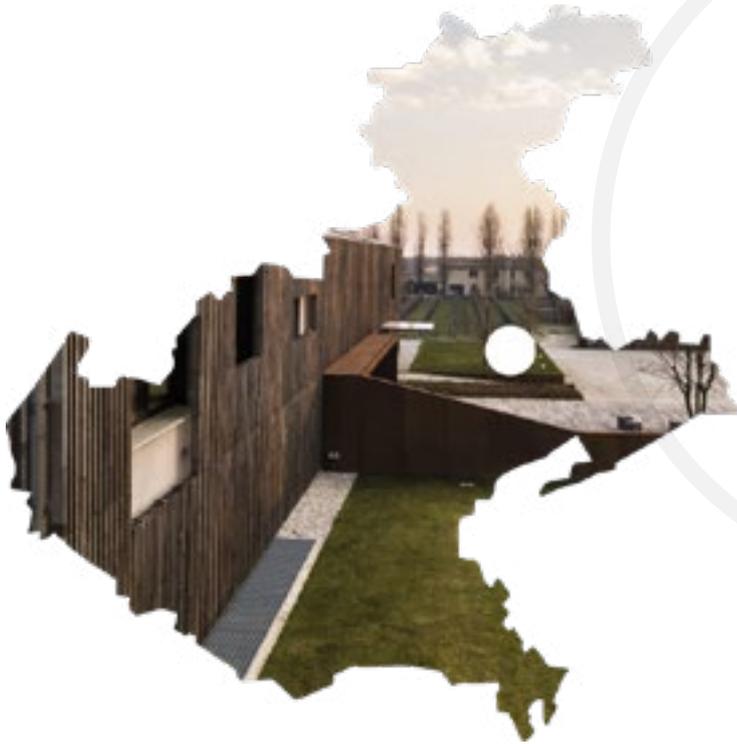
L'obiettivo principale dell'azienda è sicuramente operare rispettando l'ambiente in cui cresce e valorizzare le caratteristiche eccellenti di un territorio vocato alla coltivazione di vigneti. L'impegno costante nell'approccio sano e corretto dei metodi agricoli e di cantina mantiene sempre il controllo su ogni processo produttivo dalla vigna alla bottiglia, indirizzando sempre e primariamente l'azienda verso **la migliore qualità dei vini**.

I valori

**EQUITÀ** **DIGNITÀ**  
**ONESTÀ** **DELLA**  
**E TRASPARENZA** **PERSONA**  
**IMPARZIALITÀ**  
**VALORE**  
**DELLE** **CORRETTEZZA**  
**RISORSE** **RISERVA**  
**UMANE** **TEZZA**  
**TUTELA** **TUTELA**  
**AMBIEN** **SALUTE**  
**TALE** **CONSUMA**  
**AGRICOLTURA** **TORE**  
**SANA E BIOLOGICA**

## Le tenute

Villorba e Colle di Val d'Elsa: due regioni, due storie e due tradizioni unite da un'unica filosofia, quella biologica.



### CANTINA PIZZOLATO

Villorba, Treviso, Veneto

Una cantina green nel cuore di Treviso.

Una cantina sempre in movimento, che si trasforma in un grande luogo di condivisione e di emozioni, attraverso serate, eventi ed attività rivolte a tutti.

CASALE TERZO

### CASALE TERZO

Colle Val d'Elsa, Siena, Toscana

Il nostro angolo di paradiso toscano.

Al centro di una bellezza universalmente riconosciuta e celebre per la rinomata tradizione vitivinicola, dove i colori del tramonto diventano quelli del cuore.





**“Una scelta di vita, quella biologica. Biologico è una parola che porta con sé concetti molto profondi, di rispetto, conoscenza, benessere e collaborazione. La nostra realtà è dinamica e viaggia verso un futuro green”.**





CAS  
ALE  
III



## CASALE TERZO

Fondata negli anni '70 da Giovanni Borella, ginevrino innamoratosi di questo territorio meraviglioso, che acquistò un'antica tenuta circondata da un migliaio di olivi, Casale Terzo. In breve tempo costituì questa azienda dedicandola totalmente all'agricoltura biologica, diventando anche uno dei promotori di questa filosofia in Italia. Procedette al restauro del Casale ormai in rovina, ridotto alle sole fondamenta, piantò le vigne rispettando la fisionomia di questo territorio.

Oltre alla produzione di vino e olio Giovanni si dedicò anche al turismo, costruendo nel 1990 un agriturismo, in modo da diversificare l'offerta. Il piccolo piazzale adibito ai camper si ergeva attorno a una quercia secolare.

Nel 2021, dovendo cedere per l'età la tenuta si propose di venderla a una persona che rispecchiasse la filosofia che già animava l'azienda, trovando nel Gruppo Pizzolato l'acquirente ideale che potesse continuare la mission. La famiglia Pizzolato si è quindi presa il compito di continuare la storia di questa realtà, producendo il primo Chianti a marchio Pizzolato, l'Edoardo Pi, dedicato all'ultimo arrivato, ovvero il piccolo Edoardo, a cui è anche stata intitolata l'artistica etichetta delle bottiglie.



## Acquisizione di Casale Terzo

La Settimo Pizzolato Holding annuncia nel 2022 la nuova acquisizione della tenuta in Toscana “Casale Terzo”. Casale Terzo è l'ultimo progetto realizzato dalla famiglia Pizzolato con un preciso obiettivo: diversificare la sua produzione portando in Toscana la stessa filosofia produttiva che caratterizza da sempre i vini Pizzolato quali rispetto della naturalità, produzione biologica e massima qualità dei vini. Una sfida nuova, per la famiglia veneta, che decide di prendere al volo con un bagaglio di esperienza biologica di oltre 40 anni, per scoprire segreti e nozioni di una terra affascinante, quella toscana e di un vitigno complesso e colmo di storia, il Sangiovese. Oltre alla sede trevigiana, Casale Terzo diventa, dunque, per la Holding una seconda tenuta dislocata in un territorio che può donare molto a chi lo rispetta:

*“L'incontro con Giovanni Borella – racconta Settimo Pizzolato - storico proprietario del Casale, si è caratterizzato fin da subito per un profondo e autentico rispetto di tutto il grande lavoro che negli anni è stato svolto in questi meravigliosi vigneti. Abbiamo percepito immediatamente una profonda connessione con questo luogo magico, un angolo di paradiso in Val d'Elsa e con grande naturalezza si è delineato il progetto di*

*Casale Terzo. Qui il nostro desiderio è quello di progredire in una selezionata e piccola produzione biologica di Chianti Colli Senesi DOP e dell'olio extravergine di oliva, dedicarsi all'accoglienza degli ospiti e alla cura del territorio, continuando con un'agricoltura sana, biologica e autentica. Con grande senso di responsabilità e un bagaglio colmo di sogni e progetti, abbiamo quindi deciso di raccogliere il testimone della famiglia Borella e di traghettare il Casale verso il futuro”.*

Casale Terzo, come Cantina Pizzolato, sono luoghi dove il vino è il vero protagonista accumulati dal senso di rispetto verso la terra e di ordine della natura e dalle esperienze biologiche tutte da scoprire: il casale sarà ufficialmente la casa di un nuovo Chianti Colli Senesi, chiamato “Edoardo Pi”.

Qui lo sguardo si perde fra vigne e ulivi, lungo i dolci profili delle colline senesi. Un angolo di paradiso in Val d'Elsa, incorniciato da luoghi come le torri di San Gimignano, la rocca di Casole d'Elsa, il campanile di Radicondoli e la Montagnola, in un territorio che incarna la forma più tipica del paesaggio toscano. Siete al centro di una bellezza universalmente riconosciuta e celebre per la rinomata tradizione vitivinicola, dove i colori del tramonto diventano quelli del cuore.

## La storia di Casale Terzo

### CASALE TERZO

Custodi della storia, pionieri del biologico. Nel cuore della Val d'Elsa tutto rallenta, per ritrovare un nuovo tempo, per amare un vino storico.

1250

#### ORIGINE

Sulle colline senesi viene costruita la base medievale del Casale. La Toscana sta diventando la culla del Rinascimento.

1384

#### IL CHIANTI

Per la prima volta il nome "Chianti" appare riferito al vino prodotto in questa zona.

1850

#### ULIVI

Vengono piantati mille ulivi leopoldini, che ancora oggi rendono unico il paesaggio del Casale.

1874

#### RICONOSCIBILITÀ

Con la nuova facciata, il Casale acquista il fascino dell'antico edificio rurale toscano.

1970

#### BIOLOGICO

In Italia nascono le prime associazioni di agricoltori biologici.

1974

#### BORELLA

#### APPASSIONATO, COLTO, TENACE:

Giovanni Borella diventa il nuovo proprietario della cantina e pianta i primi vigneti secondo il metodo biologico.

1977

#### CANTINA

Rinasce la cantina, sulle tracce di quella più antica, sepolta da oltre un secolo.

1979

#### LA PRIMA VOLTA

Il primo "Chianti Colli Senesi" e il primo olio extravergine d'oliva sono finalmente realtà.

1981

#### IL BIO IN TOSCANA E IN VENETO

Borella entra nel Coordinamento Toscano Produttori Biologici e fonda l'Associazione Italiana Agricoltura Biologica. Pizzolato sceglie per l'intera azienda la lotta guidata biologica e integrata.

1990

#### AGRI CAMPING

Nasce l'agri camping, un'oasi di pace e di autenticità, con un panorama toscano mozzafiato sulle colline senesi.

2021

#### PIZZOLATO: UNA NUOVA AVVENTURA

C'è intesa fra pionieri del biologico: la famiglia Pizzolato, che ha fatto la storia di questo settore, acquisisce il Casale raccogliendo l'eredità del passato.

2023

#### AGRITURISMO

Il Casale III aprirà le sue porte per accogliere gli ospiti di tutto il mondo nell'incanto della Val d'Elsa.

#### PRIMA VENDEMMIA

La Famiglia Pizzolato affianca Borella per la prima vendemmia del Chianti Colli Senese, nella nuova era del Casale.

#### 40 ANNI

Pizzolato festeggia 40 anni di storia come cantina leader nella produzione di vino biologico.

## I prodotti di Casale Terzo

### IL VINO EDOARDO PI

#### La forza di un nome, il futuro di un vino

Il Chianti DOCG Colli Senese è un vino rosso fermo, prodotto in quindici comuni della provincia di Siena; è costituito per almeno il 75% dal Sangiovese, un vitigno autoctono della Toscana, e per il resto altri vitigni a bacca rossa, tra cui altri autoctoni come il Trebbiolo, il Ciliegolo, il Colorino e il Canaiolo nero. Si contraddistingue per il colore rosso, spesso paragonata al rubino.

Il Sangiovese è il re indiscusso dei vitigni a bacca rossa, da cui nasce il vino di Casale Terzo. Un equilibrio perfetto fra storia e visione: Edoardo Pi è il Chianti Colli Senesi Docg di Casale Terzo, di qualità biologica. Un rosso toscano che unisce la tradizione di una produzione pregiata all'innovazione di una nuova bottiglia dedicata al piccolo Edoardo. Coraggio, responsabilità, fiducia Un'immagine che omaggia la classicità degli araldi toscani ed esprime l'ambizione e l'energia della personalità di un piccolo uomo del futuro. Il Sangiovese è Intensità e armonia Tenace e vigoroso, il Sangiovese è il re indiscusso dei vitigni a bacca rossa, da cui nasce il nostro vino. I riflessi color rubino, il profumo avvolgente e il sapore strutturato, fanno di Edoardo Pi il tuo nuovo Chianti Docg biologico, un vino sostenibile e di carattere.

### OLIO DEL CASALE TERZO

#### Un olio che profuma della sua terra

L'olio extravergine di oliva del Casale III nasce dalle 1000 piante di ulivi che circondano la tenuta, coltivati a regime biologico in un armonico abbraccio con la vigna, disegnando un paesaggio dal sapore antico. L'olio esprime la storicità di una coltivazione che da secoli definisce il paesaggio della Toscana e rivela l'autenticità di un prodotto certificato biologico. Cultivar autoctone Le olive, ottenute da diverse cultivar tipicamente toscane, vengono lavorate in un antico frantoio a pietre. L'olio del Casale Terzo decanta in orci di terracotta e viene imbottigliato in confezioni scure per mantenere a lungo la fragranza della spremitura soffice.



### L'AGRICAMPEGGIO

#### L'oasi di pace con vista sulla Val d'Elsa

Casale Terzo dispone del servizio di agriturismo con 5 piazzole di sosta per camper. Gli spazi attrezzati a ricevere i camper sono organizzati intorno a una grande quercia secolare. Sotto le sue fronde, una fontana rappresenta un simbolico luogo di incontro dal sapore antico. Tutt'intorno, bosco, vigne, ulivi e un silenzio rigenerante. Il campeggio è aperto tutto l'anno, così come la cantina. Le piazzole sono dotate di attacco luce e isolate l'una dall'altra per garantire privacy e tranquillità.







“Risvegliarsi ammirando le colline, indugiare lo sguardo su un orizzonte che trasmette serenità e armonia, riposare davvero e apprezzare il presente, ammirare l'alba e il tramonto”.

**Sangiovese  
Trebiano**

TIPOLOGIA DI UVA



**350**

QUINTALI VENDEMMIA (2022)



**4,5**

NUMERO ETTARI



**1000**

NUMERO ULIVI



**3**

DIPENDENTI (2022)



**8000**

BT VINO PRODOTTO E OLIO



**n° 789** — Bottiglie da 250 ml

**n° 258** — Latte da 3 L

[www.casaletterzo.com](http://www.casaletterzo.com)





## CANTINA PIZZOLATO

### Una cantina green

Inaugurata nel maggio del 2016, la Cantina Pizzolato si trova a Villorba, a pochi passi dal centro storico di Treviso e a pochi chilometri dalla rinomata e suggestiva Venezia. Un luogo dove persone, vini, idee e passioni si uniscono in momenti di incontro e di piacere legati al frutto del lavoro dell'uomo.

Una cantina sempre in movimento, che si trasforma in un grande luogo di condivisione e di emozioni, attraverso serate, eventi ed attività rivolte a tutti. Il disegno di Settimo Pizzolato si spinge ad una maggiore economicità dei prodotti finiti e all'accessibilità dei vini bio per tutti i portafogli.

La Cantina Pizzolato si trova nelle distese delle pianure di Villorba, piccolo comune in provincia di Treviso, nel cuore della zona di produzione del Prosecco DOC. Nel complesso la produzione riguarda 5 denominazioni:

- **Prosecco DOC**, la cui zona di produzione si trova nell'area Nordorientale dell'Italia e più precisamente nei territori ricadenti in 4 province del Friuli-Venezia Giulia (Gorizia, Pordenone, Trieste e Udine) e in 5 province del Veneto (Belluno, Padova, Treviso, Venezia, Vicenza), uno dei territori più belli della penisola italiana e dalle condizioni ambientali uniche.
- **Conegliano** – Valdobbiadene Prosecco DOCG, ossia la massima espressione qualitativa del Prosecco. In questa zona, Patrimonio dell'UNESCO, le viti vengono lavorate interamente a mano, data la natura impervia del territorio.

Le uve destinate alla produzione di Prosecco DOC provengono principalmente dal Glera, un vitigno autoctono dell'Italia nordorientale, noto fin dai tempi dei Romani. Insieme alla Glera, fino ad un massimo del 15 %, vengono storicamente utilizzate altre varietà: Verdiso, Bianchetta Trevigiana, Perera, Glera lunga, Chardonnay, Pinot Bianco, Pinot Grigio e Pinot Nero, vinificato in bianco.

Oltre al Prosecco, la produzione della Cantina Pizzolato comprende altre due denominazioni:

- **Malanotte del Piave DOCG**, la cui zona di produzione come si evince dal nome, comprende i territori della media-bassa pianura lungo il fiume Piave caratterizzati da un clima temperato con estati calde e inverni mai troppo freddi.
- **Venezia DOC**, la cui area di produzione comprende le province di Venezia e Treviso. Durante il Medioevo i Monaci Benedettini della zona contribuirono all'espansione delle terre coltivate a vite e, a partire dall'800, i monasteri divennero importanti punti di riferimento per l'attività viticola ed enologica.

## Le sedi

Nel corso dell'anno 2016, il contesto aziendale e gli spazi di lavoro sono stati uniti in un'unica nuova struttura ecosostenibile. Il risultato oggi è una Cantina costruita in bioedilizia, in continuo movimento che, con eventi e manifestazioni, ha come obiettivo quello di diventare il punto di riferimento enoico di Treviso. Una Cantina aperta al pubblico e ai suoi visitatori, i quali possono toccarla con mano attraverso i Bio tour, le degustazioni guidate dallo staff e Bio pedalate tra i vigneti. Un'azienda il cui focus è abbracciare e sostenere un'agricoltura sana e rispettosa, procedendo oltre il concetto stesso e unico di biologico. La sede di Villorba ad oggi comprende uno spazio ricezione ed Hospitality, caratterizzata da una piazzetta eventi, reception, un wine shop e gli uffici. Continua poi con un magazzino interno, l'area imbottigliamento e due aree vinificazione fino a distendersi verso tutti i vigneti della campagna.

La moderna sede esalta l'importanza della storica villa: un grande edificio del Cinquecento, in perfetto stile Palladiano, rappresentato in numerose mappe di Villorba (TV), anche risalenti al 1680. La Casa Pizzolato è da sempre simbolo di ospitalità e di unione familiare, tanto da essere raffigurata nello stemma aziendale, raccontando l'origine di una storia che contribuisce alla crescita di un'intera società e ne consolida i principi fondanti.

Oltre alla sede di Villorba, la Cantina Pizzolato dispone di due magazzini logistici a Giavera del Montello, a 2 chilometri dalla sede produttiva. Il vino imbottigliato e confezionato in pallets viene trasportato nelle due sedi. Qui, il vino disposto su file ordinate è conservato ad una temperatura controllata di 18-20°C in modo tale da preservare le proprietà organolettiche dei diversi prodotti.

## Il 2022 in numeri

**290+**

ettari totali di vigneti coltivati  
vs 270+ nel 2021

**85**

ettari di proprietà

**40-45**

fornitori di uve biologiche



## DISTRIBUZIONE ETTARI PER VARIETÀ D'UVA



## UVE BIOLOGICHE

**Glera**  
**Pinot Grigio**  
**Chardonnay**  
**Merlot**  
**Cabernet**  
**Pinot Nero**  
**Raboso**  
**Manzoni Bianco**  
**Moscato**

## UVE BIOLOGICHE E PIWI

**Prior N**  
**Bronner**  
**Johanniter**  
**Sauvignier Gris**  
**Cabernet Cortis**  
**Merlot Khorus**

# 48.640 q

di uva prodotta nel 2022  
vs 44.866 q nel 2021

# 23 mln+

Fatturato 2022  
vs 22 mln+ nel 2021





100.000 bottiglie di vino fermo

100.000 bottiglie di vino frizzante/spumante

## La storia aziendale



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
La cantina produce solo  
vino sfuso



**COLLABORATORI**  
Settimo affianca il padre Gino

# 1981

Nasce l'azienda agricola Pizzolato Settimo & Gino. Inizialmente l'attività è orientata all'allevamento del bestiame e alla coltivazione e raccolta di kiwi, pesche, fragole, mele e pere. L'uva e il vino sono prodotti d'eccellenza che vanno ad integrare l'offerta. È in questi anni che Settimo comincia a sperimentare la lotta guidata biologica e integrata.



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 6.000 vino fermo



**COLLABORATORI**  
Alcuni familiari

# 1987

Si decide di imbottigliare tutto il vino prodotto nell'azienda agricola, abbandonando la vendita di vino sfuso. La linea di imbottigliamento mobile viene posizionata davanti alla casa di Gino e Settimo. Le prime etichette di vino riportano, come le attuali, gli archi distintivi della villa, che poi verranno utilizzati come simbolo grafico nel logo dell'azienda Pizzolato. I vini prodotti in questi anni Verduzzo, Merlot e Cabernet.



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 43.000 vino fermo  
circa 6.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
Alcuni familiari

# 1991

L'azienda agricola ottiene ufficialmente la certificazione biologica per tutti i suoi prodotti, dai frutteti ai vigneti. La superficie aziendale dedicata a vigneto passa dai 2,5 ettari ai 7,5 ettari. La viticoltura biologica diventa l'elemento portante e caratterizzante dell'azienda.

esportazione in  
**10**  
paesi nel  
mondo



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 130.000 vino fermo  
circa 20.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
1

# 1994



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 600.000 vino fermo  
circa 400.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
1-10

# 1999



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 600.000 vino fermo  
circa 600.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
1-10

# 2007

Nascono i due spumanti Frederik e Stefany: il primo di Chardonnay, il secondo di Prosecco. Settimo sceglie di dedicare ai suoi figli le colonne portanti della propria produzione vinicola, che arriva a toccare le 2000 bottiglie per tipologia, intitolando a loro i due vini. L'azienda è ormai pronta a far conoscere all'estero il vino biologico italiano: Settimo e l'enologo Walter Ceccato, nel successivo anno 1995, preparano le valige e presentano 12 vini al primo BIOFACH in Germania.

La cantina giunge a produrre 1 milione di bottiglie l'anno. Di queste, 20 mila sono di vino spumante. L'estensione dei vigneti raggiunge i 58 ettari e Settimo inizia a collaborare con fornitori esterni certificati biologici. La cantina comincia ad ingrandirsi e ad espandere i propri mercati di vendita. Questi risultati rendono necessario l'ampliamento della cantina di vinificazione e, grazie alla nuova struttura realizzata, la capacità di stoccaggio raggiunge i 15.000 ettolitri. In questi anni sbarca la prima bottiglia Pizzolato negli USA, che diviene il 10° paese di esportazione.

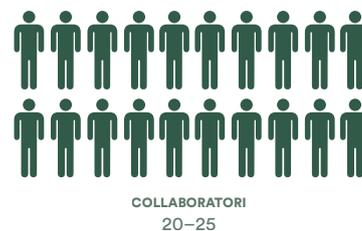
La cantina conferma la propria voglia di sperimentare e crescere, sottolineando ancor più la propria attenzione verso un vino sano, genuino e buono. Nasce la linea di vini senza solfiti aggiunti che comprende inizialmente 3 vini rossi: Cabernet Sauvignon, Merlot e Rosso Convento. Fin dall'inizio, i mercati recepiscono l'importanza e l'innovazione di tali prodotti che sono sinonimo di una filosofia aziendale sempre più attenta al consumatore e al suo benessere. Le maggiori richieste provengono dal mercato statunitense, olandese e italiano.



2010



2012



2016

Sul tetto della cantina di vinificazione vengono installati i primi pannelli fotovoltaici grazie ai quali il 50% dell'energia necessaria all'attività aziendale è autoprodotta. Si aggiunge dunque un altro tassello a quella che è, fin dall'inizio, l'attenzione riservata all'ambiente e che nel tempo vedrà un sempre maggiore utilizzo di tecnologie innovative a basso consumo energetico e di materiale riciclabile.

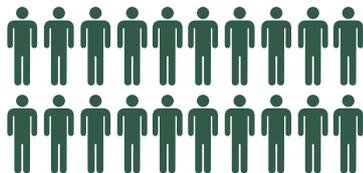
La convinzione che tutti debbano avere la possibilità di bere vini sani, porta l'azienda a rivolgere l'attenzione anche ad un'altra nicchia di consumatori: si ottiene la certificazione Vegan rispettando tutti i criteri che essa prevede, dalla campagna alla cantina. Come tiene a sottolineare Settimo: "Il nostro vuole essere un vino adatto a tutti, abbinabile a qualsiasi pietanza. Sia essa vegana o meno, l'importante è che il vino sia un buon vino".

L'azienda taglia il traguardo delle 4 milioni di bottiglie prodotte all'anno. Di queste, 2 milioni sono di spumante. Il successo delle bollicine lo decretano i Paesi scandinavi. **Il marchio Pizzolato è presente in 18 Paesi.** Nasce la nuova cantina Pizzolato. Viene ampliata e potenziata l'area di vinificazione che raggiunge una capacità di stoccaggio di 34.000 ettolitri, così come la rinnovata linea di imbottigliamento che consentirà di raddoppiare la produttività. La struttura prevede ora anche nuovi uffici, una nuova sala degustazione e un nuovo wine shop. Una passerella sospesa consente inoltre di visitare tutte le parti produttive e ricettive aziendali.

**100%**  
energia  
autoprodotta



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 620.000 vino fermo  
circa 4.000.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
20-25

# 2017

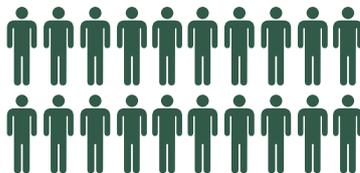
È l'anno del consolidamento delle scelte sostenibili, verso un'innovazione biologica dell'intera cantina, oltre che del prodotto. Tutto il tetto aziendale viene ricoperto da pannelli fotovoltaici e viene installato un nuovo depuratore di acque per il riuso dell'acqua filtrata. La filiera produttiva viene rafforzata dall'installazione di altre 9 autoclavi da 900 ettolitri e, con uno sguardo rivolto alla ricerca e alle sperimentazioni, vengono messe a dimora nuove barbatelle di vitigni resistenti. Nascono i nuovi vini "Heroes", gli spumanti della linea "Collezione" e il Metodo Classico Pizzolato.

**+10%**  
vendite

**91%**  
esportazione  
nel mondo



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 500.000 vino fermo  
circa 4.100.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
20-25

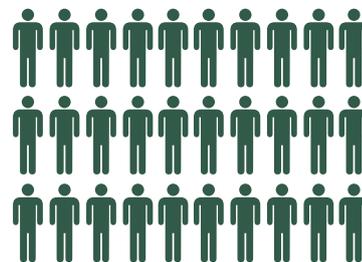
# 2018

Il 2018 si conclude con un 10% in più di vendite rispetto allo scorso anno e con un export estero del 90.8% ponendo un'attenzione mirata soprattutto verso la qualità dei vini. È stato ottenuto il bollino rosso al Merano Wine Festival e la medaglia d'argento all'AWC Vienna International per il Malanotte DOCG 2013, l'inserimento nella guida 5 StarWines di Vinitaly con 90/100 per lo Spumante Moscato dolce 2017 e il secondo posto della classifica "100 Best Wine Buys" di Wine Enthusiast per il Prosecco frizzante. In vigna, si sono consolidate le prime microvinificazioni da vitigni resistenti. Preziosi riconoscimenti anche alla cantina sostenibile che quest'anno a **Vinitaly 2018 ottiene dal Mipaaf il premio "Eccellenza del paesaggio 2018"** e inoltre ottiene **l'inserimento all'interno dell'Arcipelago Italia durante la Biennale di Architettura di Venezia.**

**+6%**  
vendite



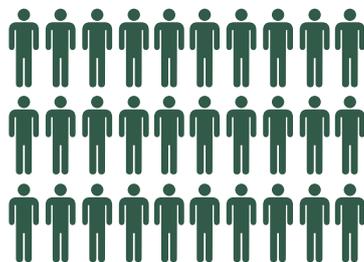
**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 600.000 vino fermo  
circa 4.100.000 vino frizzante/spumante



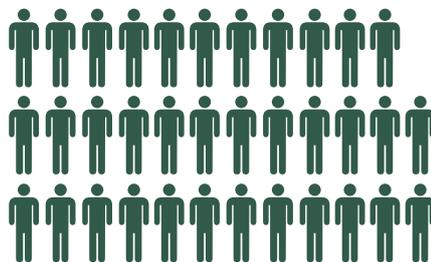
**COLLABORATORI**  
25-30

# 2019

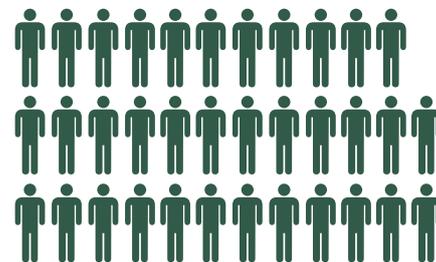
I concetti di innovazione, sostenibilità e design sono profondamente coltivati durante l'anno 2019, caratterizzato da un ulteriore incremento delle vendite di bottiglie (+6%) rispetto al 2018. Dopo un paio di anni di ricerca e sviluppo in vigna e di lavorazioni e sperimentazioni in cantina per la prima volta viene ufficialmente presentato il **primo vino da vitigni resistenti PIWI: il Novello 2019**. Questo prodotto rappresenta un grande risultato per la Cantina sia in termini qualitativi che di vendite. Nasce inoltre una nuova linea di vini denominata **"M-use"**, composta da 2 spumanti: un Rosè Extra Dry e un Pinot Grigio Extra Brut. Bollicine eleganti contraddistinte da una bottiglia di design realizzata non più come un semplice contenitore di vino ma come un prodotto esclusivo che potrà assumere una seconda vita.



COLLABORATORI  
30



COLLABORATORI  
30-35



COLLABORATORI  
35-40

2020

2021

2022

L'ANNO IN CORSO

L'anno della pandemia fa mutare alcuni progetti che vedono comunque la loro realizzazione: l'adattamento al cambiamento, il continuo rinnovarsi fanno sì che la cantina riesca a raggiungere obiettivi straordinari. La linea di vini piwi viene integrata con altre 3 referenze e il settore di ricerca e sviluppo prende massimo avvio. L'anno viene chiuso con oltre 7 milioni di bottiglie prodotte riuscendo a distribuire il marchio Pizzolato in oltre 35 paesi esteri.

Il trend positivo degli ultimi anni viene confermato con un aumento del 24%, portando l'azienda ad una produzione di più di 9 milioni di bottiglie tutte certificate biologiche. La sostenibilità e il consumo responsabile anche nel packaging rimangono il focus principale. Viene fondata la Settimo Pizzolato Holding e inaugurata L'Officina del Vino, agri-wine bar che va a completare l'offerta di Hospitality della Cantina Pizzolato.

La cantina acquista Casale Terzo, una nuova tenuta a Colle Val d'Elsa dedicata ad una selezionata produzione di Chianti e Olio biologici. Inoltre nel 2022 diventa Società Benefit, intensificando il suo ormai lungo percorso verso la sostenibilità d'impresa. Il team lavora per l'ottenimento nell'anno successivo della certificazione Equalitas.



02

# IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

---

DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Il termine stakeholder indica i soggetti (individui, gruppi, organizzazioni) che hanno con l'azienda relazioni significative e i cui interessi coincidono a vario titolo con l'attività dell'azienda per le relazioni di scambio che intrattengono con essa. Gli stakeholder, detti anche portatori di interesse, possono influenzare o essere influenzati dal raggiungimento degli obiettivi del Gruppo Pizzolato.

La Cantina Pizzolato considera il rapporto e la collaborazione con gli stakeholder parte fondante della propria identità, e si relaziona con essi in modo prioritario. A tal fine si occupa di comprenderne esigenze e bisogni, e indirizzare le proprie attività in modo che la loro soddisfazione sia la più alta possibile. Un monitoraggio scientifico è quindi necessario per capire dove indirizzare al meglio i propri sforzi per non dissipare risorse inutilmente e concentrarsi sulle iniziative ritenute più significative e importanti.

In questo Bilancio sociale, gli stakeholder sono stati divisi in interni (soci e dipendenti), esterni (clienti/fornitori...) e sono stati individuati dal gruppo di lavoro tenendo conto di quanto segue:

→ **le relazioni che il gruppo Pizzolato instaura con la realtà che la circonda;**

→ **i temi rilevanti per l'azienda stessa**

Grazie all'analisi condotta per l'identificazione degli stakeholder sono emerse delle tematiche rilevanti per ciascuna categoria individuata. Tali tematiche sono state successivamente valutate e descritte nei paragrafi che seguono attraverso i questionari somministrati dal GP, il quale ha stimato il loro impegno nell'ambito sociale, ambientale e della tutela dei lavoratori.

La necessità di agire in vari ambiti della sostenibilità, tema di per sé vasto, contrasta con la limitatezza delle risorse che possono essere dedicate alla loro realizzazione. È necessario individuare quindi i temi su cui concentrarsi, in cui non solo l'azienda riesce ad agire in modo più efficace ma anche quelle che sono ritenute più importanti e significative a livello aziendale e per tutti gli stakeholder.

Il metodo per ottenere tali dati è la cosiddetta analisi di materialità, in cui si confrontano l'importanza di tali temi data dagli stakeholder con quelli dati dai soci aziendali in cui si confronta l'importanza data a questi temi dagli stakeholder rispetto ai soci aziendali.

## Mappa degli stakeholder

### QUESTIONARI COMPILATI PER CATEGORIA

→ **Collaboratori 43**  
(dipendenti)

→ **Soci 4**  
(Consiglio d'amministrazione)

→ **Fornitori 26**  
(fornitori uva | materie prime | materiali)

→ **Clienti e Distributori 20**  
(Italia e Estero)

→ **Consulenti 5 Esterni**

→ **Banche 3**

→ **Scuole e Istituti 3**

→ **Istituzioni del Territorio 3**  
(Consorzi | Comuni | Associazioni)

→ **Media 2**





## Temi rilevanti

### IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE

1. Mantenimento di una buona reputazione per il marchio Pizzolato
2. Aumento dei profitti, migliorando allo stesso tempo i servizi offerti
3. Scelta dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali, **anche a discapito della convenienza economica**
4. Rintracciabilità della filiera dalla materia prima al prodotto finito
5. Comunicazione trasparente e diretta

### IMPATTO AMBIENTALE

1. Investimenti mirati a ridurre gli impatti ambientali (lavorazioni in cantina e in vigneto)
2. Riduzione dei rifiuti prodotti, anche attraverso il riuso
3. Riciclo o smaltimento responsabile dei rifiuti prodotti
4. Utilizzo delle energie rinnovabili per l'autosufficienza energetica
5. Impegno nella riduzione delle emissioni di CO2
6. Monitoraggio e riduzione dei consumi idrici

### IMPATTO SOCIALE

1. Cura del cliente e del potenziale cliente
2. Formazione continua per il personale dipendente
3. Welfare aziendale
4. Miglioramento dell'ambiente lavorativo, anche nei rapporti tra il personale
5. Organizzazione di eventi dedicati alla cultura vitivinicola (degustazioni, visite, conferenze...)
6. Valorizzazione del territorio attraverso la collaborazione con il mondo no-profit
7. Sostegno a enti e organizzazioni per il sociale





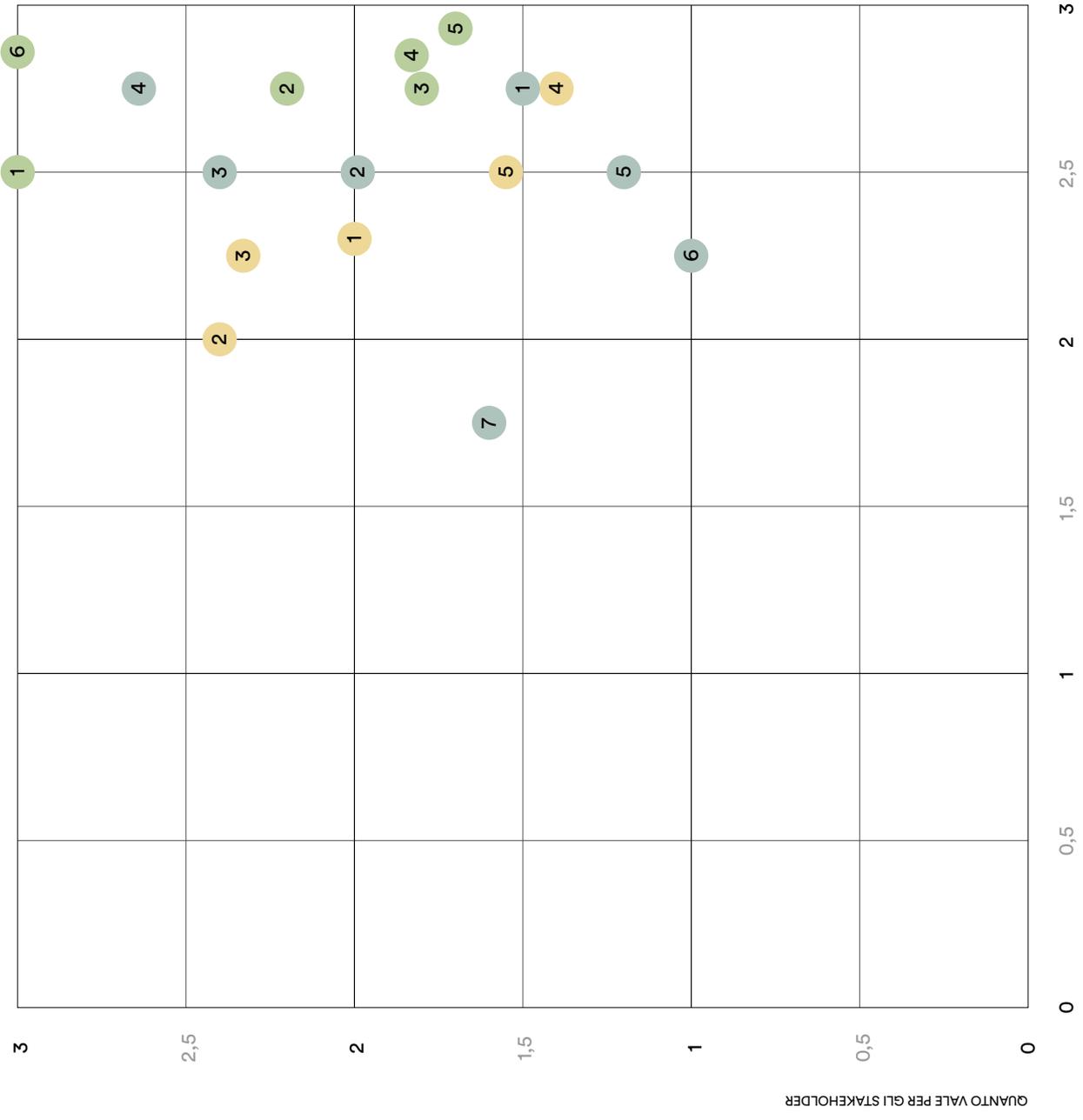
## Matrice di materialità

LEGENDA

● IMPATTO SOCIALE

● IMPATTO AMBIENTALE

● IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE



QUANTO VALE PER GLI STAKEHOLDER

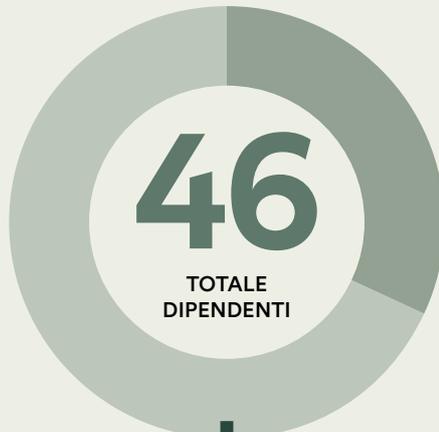
QUANTO VALE PER LA CANTINA PIZZOLATO

# LE PERSONE PIZZOLATO

LA CANTINA PIZZOLATO SRL | AZIENDA AGRICOLA PIZZOLATO SETTIMO | CASALE TERZO

4

SOCI



■ UOMINI: 29  
■ DONNE: 17  
UNDER 35 UOMINI: 11  
UNDER 35 DONNE: 8  
% DONNE: 32%

7

STAGISTI



■ UOMINI: 21  
■ DONNE: 11  
% DONNE: 34%

+

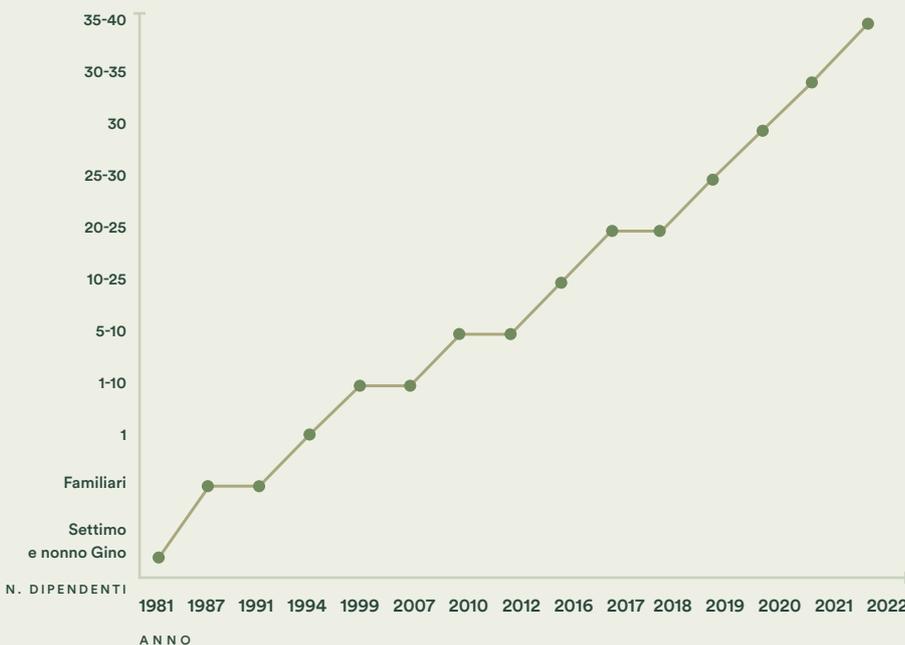


■ UOMINI: 6  
■ DONNE: 5  
% DONNE: 45%

+



■ UOMINI: 2  
■ DONNE: 1  
% DONNE: 33%



36,1

ETÀ MEDIA  
GLOBALE

- LA CANTINA PIZZOLATO SRL
- AZ. AGR. SETTIMO PIZZOLATO

36,63

ETÀ MEDIA  
GLOBALE

- LA CANTINA PIZZOLATO SRL
- AZ. AGR. SETTIMO PIZZOLATO
- CASALE TERZO

#### NUOVI ARRIVATI

**2** → **8** → **5**  
2020      2021      2022

#### CHI HA INTRAPRESO UN NUOVO PERCORSO

**1** → **2** → **2**  
2020      2021      2022



## FORMAZIONE

LA CANTINA PIZZOLATO SRL

**21** PERSONE FORMATE (2022) — **333** TOTALE ORE

**86** ORE DI FORMAZIONE PER LA SOSTENIBILITÀ

AZ. AGR. SETTIMO PIZZOLATO

**5** PERSONE FORMATE (2022) — **116** TOTALE ORE

**8** INCONTRI DEDICATI ALLA SOSTENIBILITÀ

## MOMENTI DI INCONTRO

**1** USCITA AZIENDALE DI NATALE DI UN GIORNO INTERO

**5** APERITIVI AZIENDALI

**3** RIUNIONI ANNUALI DI TEAM

Dipendenti (escluso personale a chiamata) per categoria professionale, genere e fascia di età, al 31.12.2022

Categorie	< 30		30-50		> 50		Totale	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Aziendali								
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	5	1	4	-	1	2	10
Operai	8	-	13	-	6	2	27	2
<b>TOTALE</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>29</b>	<b>12</b>
<b>TOTALE FASCIA ETÀ</b>	<b>14</b>		<b>18</b>		<b>9</b>		<b>41</b>	

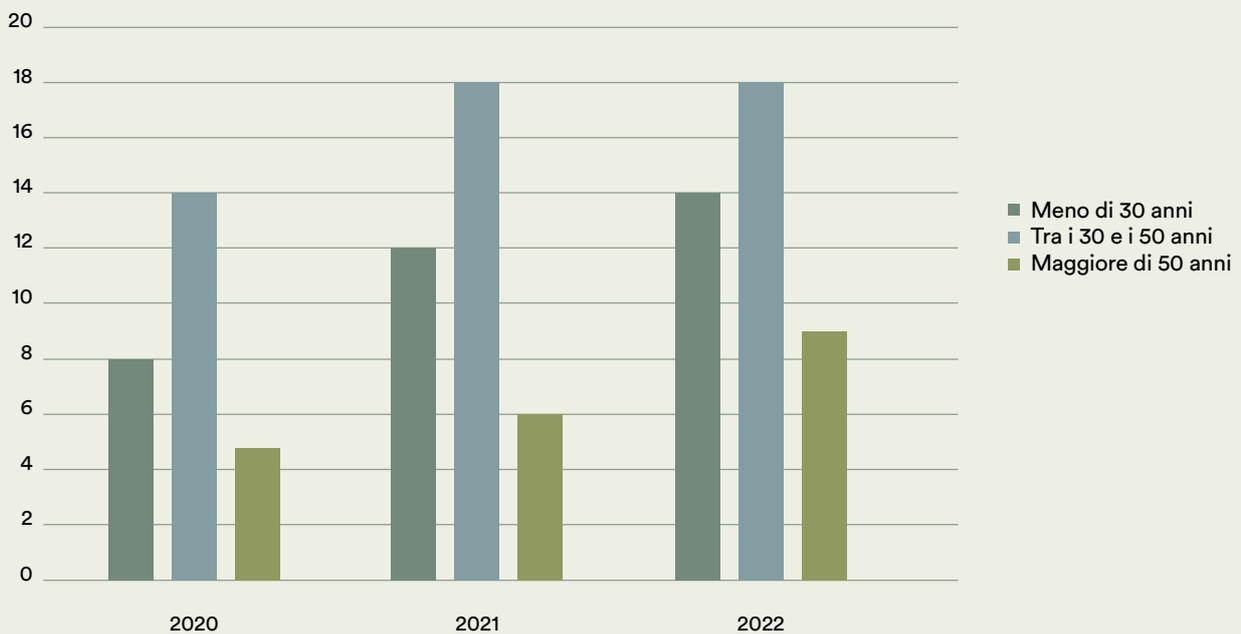


### Dipendenti (escluso personale a chiamata) per tipo di contratto e genere, al 31.12.2022

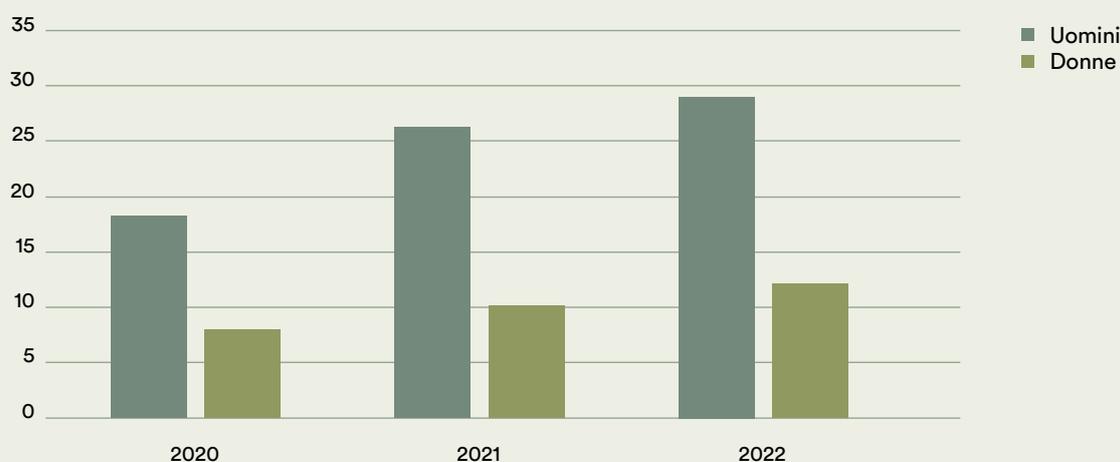
Tipologia contrattuale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	21	8	29
Tempo determinato	2	1	3
Apprendistato	6	3	9
Somministrazione	-	-	-
Tirocinio curriculare	-	-	-
Tirocinio extra curriculare	2	-	2
<b>TOTALE</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	<b>43</b>

\* Si specifica che tutti i dipendenti hanno contratti di lavoro a tempo pieno.

### Personale (escluso personale a chiamata) ultimi tre anni suddiviso per fascia d'età:



### Personale (escluso personale a chiamata) ultimi tre anni suddiviso per genere:



### Turnover in entrata e in uscita negli ultimi tre anni (escluso personale a chiamata):



Come si evince dai grafici e dai dati di cui sopra l'indice di turnover positivo nel triennio è nettamente superiore rispetto a quello negativo.

Nel 2021 si nota un picco di assunzioni, che ha interessato maggiormente i reparti operativi, tale fattore è da imputarsi all'aumento delle esigenze produttive.

Si specifica inoltre che tra dicembre 2021 ed inizio 2022 è stato acquisito Casale Terzo a Colle di Val d'Elsa che ha comportato l'ingresso di personale anche in tale Società.

Nel 2022, invece, a seguito di un percorso di organizzazione delle risorse, realizzato con l'ausilio di una HR Coach, sono state mappate le competenze di ciascun dipendente e definiti con precisione i ruoli e le relative mansioni.

Ciò ha fatto emergere la necessità di procedere con ulteriori assunzioni, soprattutto in ruoli impiegatizi, all'interno di

aree scoperte e/o sovraccariche.

Le cessazioni nell'arco del triennio invece sono da imputarsi esclusivamente a dimissioni volontarie motivate principalmente da fattori non imputabili all'azienda (quali ad esempio la volontà di cambiare settore e/o ricoprire una mansione completamente differente, accesso a settori pubblici) e scadenza di contratti a termine.

La media di permanenza nell'ultimo triennio è di 6 anni e 6 mesi.

La Cantina Pizzolato Srl SB nell'intento di migliorare, sviluppare il capitale umano e di accrescerne il senso di appartenenza investe annualmente in benefit nei confronti dei dipendenti, quali il servizio mensa, formazione, buoni regalo e attività di team building.

## IL PROGETTO ASCOLTIAMOCI

### Obiettivi raggiunti:

**+5**

NUOVI INGRESSI  
NEL 2022

**+1**

MENSA  
AZIENDALE

**+**

BUONI REGALO  
NATALIZI

**3**

INCONTRI IN  
PLENARIA

**7**

INCONTRI CON  
DIREZIONI

**1**

SPORTELLO  
ASCOLTO ATTIVATO

**1**

CASSETTA SUGGERIMENTI  
INSTALLATA

**33**

INTERVISTE AI  
COLLABORATORI

**+**

CREAZIONE  
ORGANIGRAMMA

**+**

RIDISTRIBUZIONE  
RUOLI

**+**

COMUNICAZIONE INTERNA  
PIÙ FLUIDA (BACHECA E CHAT)

**+**

PIÙ INCONTRI  
DI TEAM

**+**

REVISIONE DEGLI  
INQUADRAMENTI  
ECONOMICI

**+**

INIZIO PERCORSO DI  
COACHING A 3 SOCI

In continuità con il 2021, anche nel 2022 Cantina Pizzolato ha investito sulle proprie persone, per mettere a terra le azioni atte a rispondere alle esigenze emerse dall'analisi di clima iniziata a settembre 2021.

Data la complessità, l'azienda ha continuato la collaborazione una Coach, specializzata in Agile HR, sicurezza psicologica e diversità e inclusione e certificata come Chief Happiness Officer.

## Gli aspetti su cui si è intervenuti sono:

### ➤ **Riorganizzazione interna**

sono state mappate tutte le figure presenti in azienda e individuato il ruolo più corretto per ciascuno, con relative attività da svolgere e area d'azione, eliminando così sovrapposizioni ed evidenziando vuoti;

### ➤ **Organigramma**

è stato costruito un nuovo organigramma, per rendere più chiari riporti e riferimenti;

### ➤ **Selezione**

sulla base del nuovo organigramma, sono stati individuati ruoli mancanti, su cui sono state fatte diverse selezioni di profili specializzati per portare know-how;

### ➤ **Comunicazione interna**

è stata esposta una cassetta per raccogliere in maniera anonima suggerimenti, proposte, lamentele, ecc. – è stato creato un gruppo whatsapp per le comunicazioni inerenti all'ambito HR allo scopo di allineare tutto il personale in tempo reale – è stato migliorato l'uso della bacheca aziendale per rendere più fruibili le informazioni di servizio;

### ➤ **Senso di appartenenza e coinvolgimento**

sono stati ideati diversi momenti aggregativi (riunioni, gite, degustazioni, ecc.) in cui tutto il personale è stato coinvolto. E' stato fatto anche un grande evento che ha visto protagonisti tutti i collaboratori insieme a clienti da tutto il mondo – è stata avviata la mensa aziendale, che ha riscosso grande successo e partecipazione;

### ➤ **Leadership**

per aumentare ulteriormente l'efficacia delle azioni, è stato avviato un percorso di coaching individuale a 3 soci, per lavorare singolarmente sulla propria autoefficacia.





A settembre 2022 è stata riproposta l'analisi di clima, per valutare eventuali modifiche nella percezione e nel coinvolgimento delle persone rispetto a quello del 2021. Lo strumento utilizzato è sempre il Gallup Q12, un questionario anonimo per la misurazione del coinvolgimento, unito ad

un questionario di domande aperte per cogliere suggerimenti da parte del personale. I risultati hanno dimostrato un miglioramento del valore medio nella quasi totalità delle risposte.

### I risultati delle domande aperte hanno portato alla strutturazione delle aree di intervento per il 2023:

- **formazione:** è emersa forte la necessità da parte di molti collaboratori di ricevere formazione per essere più preparati nel proprio ruolo – questa esigenza è anche frutto della nuova organizzazione interna, che ha reso a ciascuno più chiaro il proprio ruolo, relativo all'area di competenza e alle aspettative dell'azienda – verrà quindi costruito un calendario di formazione, sia su competenze tecniche che su competenze trasversali;
  - **comunicazione interna:** rimane un ambito su cui dobbiamo migliorare (comunicazione top-down e tra pari) – si organizzeranno più momenti di incontro di team (es. riunione imbottigliamento ogni 15 gg, riunione marketing ogni settimana) e intraufficio (es. riunione tra uffici ogni 15 gg);
  - **senso di appartenenza e coinvolgimento:** è un aspetto che rimane importante per tutto il personale e su cui si continuerà ad investire;
  - **ascolto:** verrà messo a disposizione uno sportello d'ascolto, effettuato da una coach esterna indicativamente una volta ogni 15 gg, per dare la possibilità a chi lo desiderasse di avere un luogo sicuro dove potersi esprimere liberamente e confrontarsi.
- **obiettivi di team:** si creeranno e comunicheranno obiettivi di team, con lo scopo di rendere chiara la direzione verso la quale l'azienda vuole andare, i risultati che si vogliono raggiungere e i kpi che verranno presi in considerazione;
  - **selezione:** sempre più chiara la necessità di selezionare, quando necessario, profili specializzati e con esperienza, per alzare il livello di competenza del personale.
- Consapevole che si tratta di un miglioramento continuo, che richiede del tempo ma che sta portando i suoi frutti, l'azienda Pizzolato intende mantenere aperto l'ascolto nei confronti dei suoi collaboratori, con l'obiettivo di fornire loro tutti gli strumenti necessari per essere dei professionisti nel proprio settore e portare sempre maggior valore all'azienda, ai colleghi e ai clienti.

## Indice di coinvolgimento aziendale

Media totale azienda (calcolata su tutte le risposte a tutte le domande)

3,62

3,63

La **media di soddisfazione** dei dipendenti è 3,62.

3,40

3,18

L'**indice di coinvolgimento** tiene conto di tutte le aree di indagine.

Questo indice, monitorato anno su anno, aiuta a valutare se gli interventi attuati hanno portato giovamento ai dipendenti.

Media totale per fascia di coinvolgimento

18%

15%

6

5

**Dipendenti** con un valore medio tra il 4 e il 5.  
(media Italia 2018: 5%) — **engaged**

62%

41%

21

13

**Dipendenti** con un valore medio tra il 3 e il 3,99.  
(media Italia 2018: 65%) — **not engaged**

20%

44%

7

14

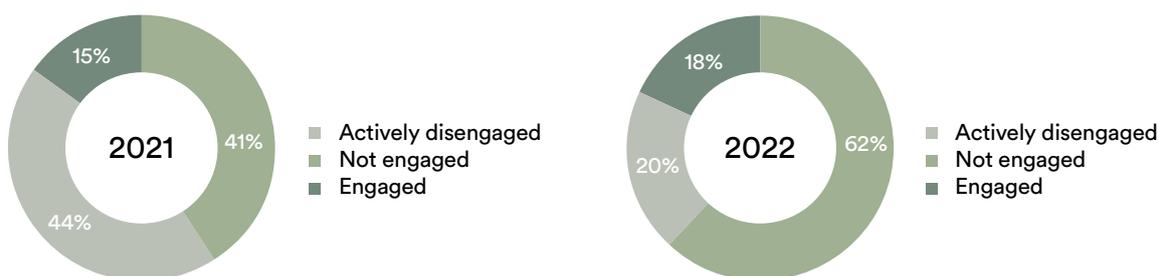
**Dipendenti** con un valore medio tra l'1 e il 2,99.  
(media Italia 2018: 30%) — **actively disengaged**



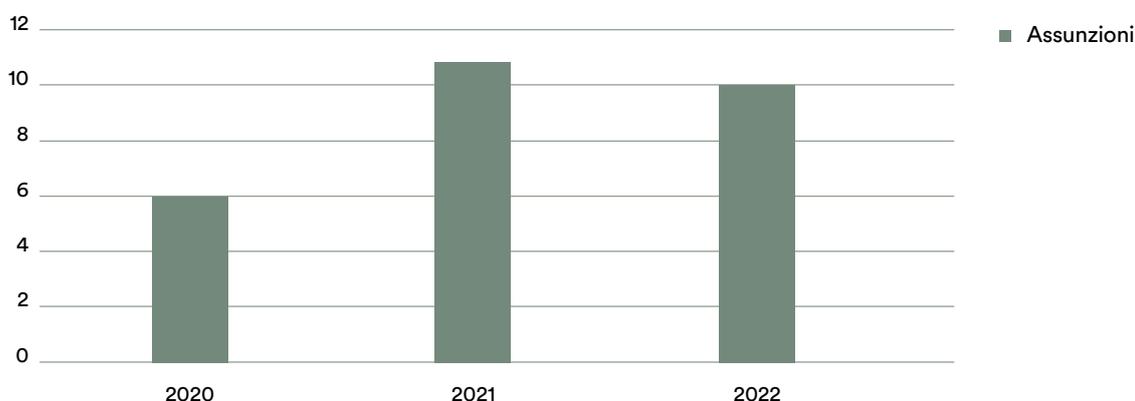
## Engagement

Livello di coinvolgimento delle persone:

**+2%** dal 2021 al 2022



Ingressi negli ultimi tre anni:



## La formazione dei dipendenti



Il gruppo Pizzolato considera le risorse umane una vera e propria ricchezza e per questo motivo investe in numerose ore di formazione, coinvolgendo tutto lo staff tecnico/trasversale. È opportuno scindere la formazione tra quella facoltativa e quella obbligatoria: quest'ultima è principalmente legata alla sicurezza e alla salute sul luogo di lavoro e generalmente viene programmata ad inizio anno e svolta presso la sede. Nel 2022 la formazione dei dipendenti si è rivolta principalmente a:

- formazione e corso antincendio;
- corso primo soccorso;
- corso di formazione in ambienti confinati o sospetti di inquinamento;
- corso rischi specifici attività;
- formazione e corso per addetti alla conduzione di carrelli industriali elevatori semoventi;
- sostenibilità;
- specifica ad personam per accrescere le competenze settoriali;

<b>RIEPILOGO AZIENDA AGRICOLA PIZZOLATO SETTIMO</b>		
<b>Corso materia sicurezza/patentini</b>	<b>N° partecipanti</b>	<b>Ore</b>
Formazione sicurezza generale + specifica rischio alto	4	64
Formazione carrello elevatore	2	24
Formazione antincendio 2° livello	1	8
Formazione primo soccorso gruppo A	1	16
Aggiornamento carrello elevatore	1	4
		116
<b>N° PERSONE FORMATE ANNO 2022</b>	<b>5</b>	<b>-</b>
<b>TOTALE ORE</b>	<b>-</b>	<b>116</b>

<b>RIEPILOGO LA CANTINA PIZZOLATO SRL</b>		
<b>Corso materia sicurezza/patentini</b>	<b>N° partecipanti</b>	<b>Ore</b>
Formazione sicurezza generale + specifica rischio alto	10	160
Formazione sicurezza generale + specifica rischio basso	2	16
Aggiornamento formazione sicurezza + parte specifica	2	12
Formazione carrello elevatore	5	60
Aggiornamento carrello elevatore	2	8
Aggiornamento primo soccorso	2	8
Formazione interna addetti antincendio/primo soccorso procedure e comportamenti	5	5
<b>Formazione sostenibilità</b>		
Analisi dell'impronta ambientale secondo VIVA	2	64
Formazione interna HACCP/Equalitas/Codice Etico	11	22
		355
<b>N° PERSONE FORMATE ANNO 2022</b>	<b>23</b>	<b>-</b>
<b>TOTALE ORE</b>	<b>-</b>	<b>355</b>



## L'alternanza scuola-lavoro e il rapporto con le scuole



Un aspetto significativo e che caratterizza la Società è la costante apertura ai progetti di alternanza scuola-lavoro. Ogni anno l'azienda offre a più studenti provenienti da vari istituti la possibilità di effettuare percorsi di tirocinio.

Questa modalità didattica permette allo studente, attraverso un'esperienza diretta e pratica di consolidare le nozioni acquisite durante il periodo scolastico e sperimentare concretamente le proprie attitudini, arricchendo la propria formazione.

Nel corso del 2022 l'azienda ha accolto sette studenti, in collaborazione con:

# 7

STUDENTI

- Istituto Cerletti di Conegliano
- Istituto G. Marconi di Conegliano
- Fondazione ITS Agroalimentare Veneto
- Veneto Lavoro
- Unis&F
- Università degli Studi di Padova
- Università degli Studi di Udine
- Università Cà Foscari di Venezia

Ad ogni studente viene assegnato un tutor che lo segue coinvolgendolo in progetti e obiettivi da perseguire.

L'alternanza scuola-lavoro oltre ad essere uno strumento importante per lo studente lo è anche per l'azienda, che in attraverso questo istituto può avvicinarsi al lavoratore e consumatore del futuro e trarne spunti di riflessione molto interessanti sotto diversi aspetti.



## Il Codice BSCI e il codice etico



Il codice BSCI (Business Social Compliance Initiative) attinge ad importanti standard internazionali in materia di tutela dei diritti dei lavoratori come le convenzioni e le dichiarazioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), i Principi guida della Nazioni Unite (ONU) sulle imprese e sui diritti umani, nonché le linee guida per le imprese multinazionali dell'Organizzazione per l'Economia Cooperazione e Sviluppo (OCSE). Il codice di comportamento BSCI include principi di conformità legale, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, il divieto di attuare forme di discriminazione, remunerazione, orario di lavoro, la salute e sicurezza all'interno dei luoghi di lavoro, il divieto di lavoro minorile, forzato e obbligato, nonché i provvedimenti disciplinari, oltre a tematiche ambientali.

La Holding Pizzolato sviluppa da anni anche un codice Etico, detto anche codice di condotta, che nel corso dell'anno 2022 è stato aggiornato introducendo i concetti chiave di comportamenti inaccettabili, corruzione, concussione, falsificazione, oltre ai principi fondamentali già presenti nelle precedenti edizioni e quali l'uguaglianza, l'equità, la riservatezza, la tutela della persona e dell'ambiente, l'onestà, l'imparzialità e la trasparenza.

Tale documento è un codice che contiene tutte le regole morali e sociali, stilate dall'azienda, a cui tutti gli stakeholders devono attenersi. È la carta dei diritti e doveri fondamentali, all'interno della quale sono definiti gli standard etico/sociali (sia verso l'interno che verso l'esterno) della holding e i valori in cui crede fermamente. Il Codice Etico è un documento volontario e non vincolante ai sensi di legge.

La necessità di dotare l'azienda di un codice etico nasce da un problema di fondo di tutti i contratti collettivi na-



zionali. Questi, infatti, disciplinano molti aspetti della vita aziendale, ma ne trascurano altri. Come, appunto, le norme di comportamento morale ed etico - sia individuale che collettivo - all'interno di un organismo d'impresa. I valori, la mission e la vision aziendale, i punti di riferimento e la spinta verso il futuro: sono questi gli elementi fondanti del codice di condotta. In una dimensione più ampia, il codice etico dell'azienda definisce qualità e competitività in quanto catalizzatori di crescita.



## I fornitori

Il Gruppo Pizzolato ha sempre considerato il rapporto e la collaborazione con gli stakeholder (o portatori di interesse) un punto fondamentale della sua identità, tanto da inserirlo in modo implicito anche negli obiettivi di Beneficio Comune dello statuto di Società Benefit.

Questa componente è stata ancora più accentuata dal percorso Equalitas, la quale chiede di valutare le relazioni con questi soggetti, in particolare fornitori, clienti e vicinanti alla nostra realtà produttiva.

Una prima attenzione è stata rivolta ai fornitori: essi hanno una relazione simbiotica con le attività della Cantina, e sono un soggetto fondamentale per sostenere le attività aziendali: da coloro che ci conferiscono le uve e i prodotti enologici, ai fornitori di imballaggi.

## I clienti

L'anno 2022 si è caratterizzato per un costante e continuo aumento dei costi, sia del materiale di confezionamento, in particolare vetro e carta, sia per l'aumento incontrollato dell'energia elettrica, che ha registrato un + 160% rispetto all'anno precedente.

Nonostante questa situazione complessa, l'azienda ha scelto di dialogare con i propri clienti con costanti aggiornamenti per trovare la soluzione che permettesse di continuare lo svolgimento dei progetti condivisi di distribuzione e promozione dei vini, consapevoli che la crisi economica ne avrebbe rallentato l'operatività ma altrettanto nel non distruggere quanto seminato negli ultimi anni.

L'azienda ha scelto di evitare totalmente gli aumenti ai clienti "temporanei" ma di assorbirne parte di essi, pur se ciò ha comportato un lieve decremento della marginalità prevista. La strategia adottata ha permesso il mantenimento delle fette di mercato sia dove l'azienda risulta avere dei partner ben strutturati e strategici nel mondo del vino sia nei mercati minoritari con un ulteriore consolidamento del brand "Pizzolato".

La condivisione di valori e strategie dell'azienda ha permesso di entrare in sintonia con i partner.

"Con loro siamo parte di un gruppo per questo motivo crediamo nella profonda collaborazione. Averli qui durante Maggio 2022, nell'evento Get Together che illustreremo in

L'obiettivo era di comprendere quali azioni e iniziative promuovono e sostengono in tema di Sostenibilità ambientale, sociale ed economica; oltre a tener monitorato annualmente il livello di qualità dei prodotti forniti.

A tal fine è stato inviato un questionario che permettesse loro di fornirci in modo conciso ma completo tutte queste informazioni. Le risposte sono state molto soddisfacenti, ottenendo anche informazioni dettagliate sulla loro organizzazione interna e sulle certificazioni che hanno o sono in procinto di ottenere. Inoltre, hanno elencato i loro progetti attuali e futuri nel campo della sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

questo bilancio, ci ha permesso di stringere un legame molto forte con chi porta il nome Pizzolato nel mondo. L'obiettivo era di poter trasferire il nostro modo di operare e rendere il nostro cliente parte attiva di un rapporto che deve necessariamente essere proficuo per entrambi".

Di fatto, gli spumanti Pizzolato si confermano i più venduti nei paesi scandinavi: l'intera gamma dei vini offerta è ancora tra le scelte preferite del consumatore finale.

Un ulteriore mercato di riferimento per potenzialità e volumi è sicuramente l'America con cui, rispetto all'anno precedente, si è registrato un aumento delle vendite del 42%. Questo importante risultato è dovuto, anche, alla nuova e stretta collaborazione instaurata con il nuovo acquirente del nostro storico importatore, avvenuta proprio nel corso dell'anno; grande impegno è stato dedicato per espandere la distribuzione e potenziare il brand.

Le strategie attuate negli anni precedenti, il continuo dialogo con i partner commerciali stabilito grazie ad un' immediata comunicazione digital, hanno fatto registrare un consolidamento dei rapporti con l'intero portafoglio clienti nonostante una aggressiva politica dei competitor.

Le vendite nazionali si attestano al 6% e si concentrano maggiormente nel canale della GDO specializzata.



## GLI ENTI DI CONTROLLO



### Valoritalia

Valoritalia è un organismo di controllo per le certificazioni di prodotto regolamentate (DOP, IGP). Tutte le denominazioni della cantina sono controllate e verificate dall'ente, dal

DOCG Conegliano–Valdobbiadene alle DOC Piave, fino al Prosecco DOC. Il controllo documentale e la tracciabilità dei vini e la veridicità degli imbottigliamenti avvengono a garanzia del consumatore.



### Bios

Identifica l'ente certificatore al quale l'azienda fa riferimento. BIOS s.r.l. è un Organismo di Controllo e Certificazione del metodo di produzione biologico ai sensi del Reg. CE 834/07 e del Reg. CE 889/08 autorizzato dal Ministero per le Politiche Agricole e Forestali per l'Italia e dal Ministero dell'Agricoltura e Sviluppo Rurale (MADR) per la Romania. Operativa dal 1999, la struttura negli anni è cresciuta aggiungendo attività di certificazione volontaria di prodotto.

La politica per la qualità della Bios s.r.l. è orientata a salvaguardare e garantire i seguenti aspetti:

- la conformità al metodo di produzione biologico come definito dal Reg. CE 834/2007 e relative norme attuative e nonché da norme e/o standard pubblici o privati di stati esteri extra Unione Europea.
- la conformità di prodotti o servizi o sistemi a norme tecniche o a documenti normativi riconosciuti.

## Le banche

Il gruppo Pizzolato collabora da anni con le Banche di Credito Cooperativo siti nel territorio locale in cui opera, in particolare Banca della Marca e CentroMarca Credito Cooperativo, che hanno fatto della sostenibilità sociale il loro punto di forza. A fianco di questi istituti di credito, l'azienda ha instaurato negli anni una stretta collaborazione con la Banca

Nazionale del Lavoro, votata tra l'altro, agli investimenti e finanziamenti responsabili, finanziando l'economia in modo etico e la Credit Agricole Italia Spa, fortemente orientata all'agricoltura e all'agroalimentare, molto sensibile al tema dei cambiamenti climatici.





03

# L'IMPATTO AMBIENTALE

---

L'IMPATTO AMBIENTALE

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



# LA SOSTENIBILITÀ IN VIGNETO

## I vigneti



### VITICOLTURA SOSTENIBILE

Viticultura altamente specializzata con macchinari di ultima generazione;

Utilizzo di soli atomizzatori a recupero;

Lavorazione interceppo senza utilizzo di erbicidi (gestione meccanica delle infestanti).

### LOTTA INTEGRATA E BIOLOGICA

Da oltre 35 anni promuoviamo metodi alternativi all'utilizzo di pesticidi, erbicidi e prodotti chimici di sintesi.

### ACQUA

100% irrigazione a goccia in tutti i vigneti, evitandone gli sprechi con introduzione nel corso del 2022 dell'irrigazione sotterranea con obiettivo di introdurla in tutti i vigneti entro il 2024.

### AGRONOMI

2 enologi interni e 1 agronomo esterno.

### VIGNETI

100% biologici con vitigni autoctoni;

Ricerca e micro vinificazioni con uve da vitigni resistenti (2/4 trattamenti annui);

Progetto "Mi.Di.Fen.Do": individuazione di microorganismi che producono composti organici volatili in grado di attivare nella vite le vie di difesa contro la FD (flavescenza dorata).

### LA VIGNA

Allevamento a Sylvoz, sistema a contropalliera che riduce il numero di interventi (lavorazioni combinate).

### VENDEMMIA

Dal riuso dei vinaccioli produciamo le nostre grappe, un olio alimentare e una farina biologici.



## Obiettivi in vigneto 2022

Durante il 2022 il Gruppo Pizzolato ha continuato il miglioramento delle proprie attività agricole direttamente gestite, con il fine di porsi ogni anno degli obiettivi da realizzare assieme al supporto di tecnici esterni.

Gli obiettivi prefissati nel 2022 sono stati:

utilizzo del metodo della confusione sessuale per la cocciniglia nei vigneti dove si sta maggiormente sviluppando;

utilizzo più razionale dell'irrigazione per ridurre gli sprechi idrici e migliorare la qualità delle uve;

utilizzo di portinnesti nuovi della serie M per aumentare la resistenza a situazioni di stress idrico delle viti;

utilizzo di macchine sfogliatrici nuove di recente sviluppo per ridurre ulteriormente l'incidenza di danno delle crittogame, migliorare la tempestività e la qualità delle uve;

studiate nuove varietà resistenti che sono state sviluppate sia dall'istituto Mach di San Michele all'Adige che in Francia, per capirne il loro adattamento nei terreni di La Cantina Pizzolato e le loro potenzialità qualitative.

Le azioni effettuate nel 2022 sono state:

→ è stata utilizzata a livello di prova;

→ uso più razionale dell'irrigazione per ridurre gli sprechi idrici e migliorare la qualità delle uve; questo aspetto è stato molto curato durante il 2022 con ottimi risultati quali-quantitativi, grazie all'uso di irrigazioni tarate in base alle condizioni meteo rilevate dalle stazioni, ripristinando solo l'acqua persa con la traspirazione. Inoltre si è provveduto al controllo di tutti gli impianti e alla loro eventuale riparazione;

→ sono stati utilizzati per mancanza di materiale da parte dei vivaisti;

→ utilizzato nel 2022 con molta attenzione e tempestività con l'ausilio di un contoterzista;

→ non sono stati utilizzati per mancanza di materiale da parte dei vivaisti.

Nel 2022 è stata posta grande attenzione al controllo in campo della Flavescenza dorata e dei suoi vettori con visite settimanali di controllo sia dei giovani che degli adulti. Grande attenzione anche alla difesa dallo *S. titanus* con utilizzo di quasi tutti i mezzi tecnici biologici più efficaci per tale scopo.



## Il progetto MI.DI.FEN.DO

Il progetto MI.DI.FEN.DO. è un progetto nato dalla necessità di molte aziende vitivinicole a vocazione biologica di rispondere alla minaccia della Flavescenza dorata (FD), malattia da fitoplasma che provoca un indebolimento generalizzato delle piante, un calo della produzione e spesso anche la morte. La malattia è considerata una minaccia a livello europeo.

La malattia non ha nessuna cura efficace e l'unica forma di difesa è la prevenzione, la quale prevede il contenimento di *Scaphoideus titanus*, la cicalina vettrice del fitoplasma, e quindi l'uso di prodotti insetticidi, che è vietata nell'agricoltura biologica.

Il progetto quindi mirava a comprendere l'impatto positivo di composti organici volatili prodotti da microrganismi (MVOCs) per stimolare le difese naturali delle piante all'infezione e al decorso della malattia; un secondo effetto ipotizzato era il contrasto all'insetto vettore.

Il gruppo di ricerca comprendeva il Centro di Ricerca Viticoltura ed Enologia di Conegliano, il Dipartimento di Biotecnologie dell'Università di Verona, lo studio Agridinamica, il Consorzio di Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco e tre società agricole, tra cui quella di Pizzolato Settimo.

Il progetto è partito ad aprile 2019 ed aveva una durata di tre anni, che sono stati poi prorogati di sei mesi a causa della pandemia, per cui i termini sono stati spostati ad ottobre 2022.

Il progetto consisteva nelle seguenti attività:

→ verifica dell'efficacia dell'uso preventivo dei MVOCs contro il vettore;

→ verifica dell'efficacia dell'uso preventivo dei MVOCs contro l'infezione da parte del fitoplasma, indagando sia l'attivazione a livello genico sia la manifestazione dei sintomi;

→ valutazione della produzione di MVOCs da parte di vari ceppi di microrganismi e diversi terreni di coltura, utilizzando anche scarti di produzioni alimentari;

→ calcolo del danno economico causato dalla FD attraverso interviste ai produttori;

→ identificazione del prodotto a base di microrganismi o di MVOCs migliore dal punto di vista del costo e dell'efficacia.

I risultati finali si possono così riassumere:

→ i MVOCs testati non hanno mostrato alcuna efficacia nel contenimento della cicalina;

→ i MVOCs hanno dimostrato di favorire la risposta immunitaria delle piante e di preservare le piante dalla comparsa dei sintomi di FD, ma non sempre in maniera uniforme;

→ sono stati individuati due tipi di terreni di coltura, derivanti da materiali alimentari di scarto, che sono in grado di mantenere in buone condizioni i microrganismi produttori.

I risultati sono interessanti e stimolano a continuare le sperimentazioni in questa direzione, che rappresenta una delle nuove strade verso una difesa più efficace contro la FD, mantenendo buoni livelli di sostenibilità ambientale ed economica. Le discordanze che sono state riscontrate nei risultati, per quanto riguarda la capacità della pianta, una volta stimolata, a far fronte in maniera positiva alla infezione, sono utili a indirizzare le future ricerche al fine di superare le variabili che possono inficiare la strategia. Per il 2023 sono in progetto iniziative di divulgazione con tutti i partner del progetto e l'intera filiera vitivinicola.

# L'acqua, un bene prezioso. In cantina riduciamo gli sprechi con la subirrigazione.

## Dall'irrigazione a goccia a quella sotterranea

La parte agricola direttamente gestita dal Gruppo Pizzolato ha da tempo puntato alla riduzione degli impatti della sua attività, che nonostante siano notevolmente attenuate dal fatto di utilizzare solo tecniche biologiche, ritiene possano essere ancora migliorate.

L'acqua è un bene prezioso che deve essere salvaguardato da ognuno. Siccità, crisi climatica e riduzione degli sprechi sono temi che oggi più che mai toccano tutti in prima persona.

Il Gruppo Pizzolato mira a ridurre gli impatti dell'attività agricola utilizzando alternative tecnologiche che consentano di raggiungere questo obiettivo.

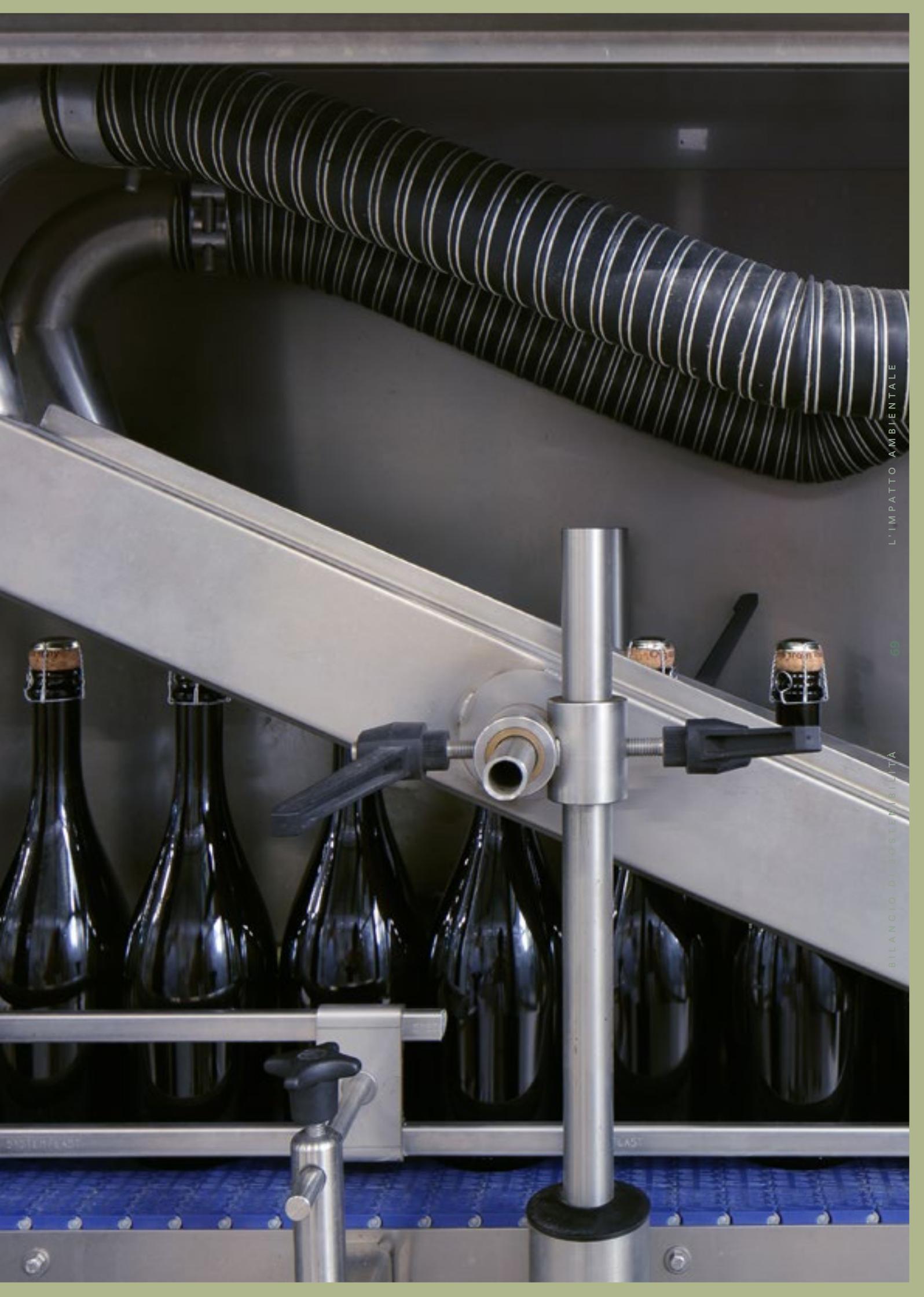
A tal fine, si è cominciato già da tempo ad installare, nel polmone verde dei vigneti, impianti di subirrigazione, ovvero un sistema di tubazioni che corrono direttamente nel sottosuolo dei filari, a ridosso delle radici delle viti. In questo modo l'acqua giunge direttamente all'obiettivo e si evitano problemi di perdite dovute all'evaporazione, soprattutto durante i mesi più caldi. Rispetto ai sistemi classici, come lo scorrimento o l'aspersione, questo sistema è molto più efficiente, riuscendo a raggiungere direttamente le radici, riducendone la dispersione. Inoltre, l'acqua viene assorbita in modo più mirato dalle nostre piante.

Infine questa progettazione sotterranea evita eventuali ostacoli alle lavorazioni manuali o meccaniche.

Ad oggi oltre il 90% dei vigneti ha la subirrigazione che è sottoposta ad un rigido controllo continuativo per individuare eventuali perdite, che sono molto meno visibili rispetto agli impianti in superficie, con tutti i rischi che ne possono conseguire a livello di sprechi.

In tutti i vigneti erano già stati installati in precedenza sistemi per l'irrigazione a goccia, attraverso un sistema di tubi a basse pressioni fissati direttamente ai filari, a circa 50/60 centimetri di altezza. Questo sistema già garantiva una minore dispersione di acqua alle tecniche tradizionali, in quanto la gran parte dell'acqua cade direttamente sulla parte di terreno dove sono locate le radici stesse, permettendo di utilizzarne una quantità ridotta. Nel corso dell'anno 2023, anche il rimanente vigneto che ha ancora il sistema ad irrigazione a goccia verrà convertito al subirrigato.

Il passaggio alla subirrigazione costituisce quindi un passo ulteriore verso un modo di fare agricoltura più sostenibile e meno impattante, un percorso che l'azienda ha intrapreso fin dalla nascita della cantina.



## Le certificazioni dei vini a garanzia del consumatore



### Agricoltura Italia

#### Agricoltura UE – Euromarchio

Identifica i prodotti biologici di origine Europea. Il logo raffigura le stelle poste a forma di foglia che rappresentano gli stati dell'Unione Europea.

Caratteristiche del marchio:

- Il logo europeo si DEVE apporre ai prodotti chiusi confezionati ed etichettati, con una percentuale prodotto di origine agricola Bio di almeno il 95%;
  - Il logo europeo è FACOLTATIVO nei prodotti con le stesse caratteristiche ma provenienti da Paesi terzi.
  -
- Accanto al logo europeo devono essere presenti le seguenti informazioni:
- Le indicazioni indispensabili per identificare la nazione;
  - Il tipo di metodo di produzione;
  - Il codice dell'operatore.



#### Vegan Friendly certification by Vegan Society

Tutti i vini dell'azienda ottengono la certificazione vegana dal 2012; ciò significa che, in nessuna fase della filiera produttiva, il vino viene a contatto o trattato con prodotti di origine animale.

The Vegan Society è stata fondata nel 1944 diventando una tra le maggiori aziende internazionali del mondo vegano. Oggi, i prodotti devono superare alcuni mirati criteri per essere idonei per la registrazione. Un gruppo dedicato ed esperto controlla ogni singola applicazione del prodotto in base ai criteri e individua qualsiasi inclusione di ingredienti animali, compresi quelli non presenti nel prodotto finale. Lavorando con i produttori, sono effettuati audit per prodotti ad alto rischio di contaminazione da ingredienti di origine animale per dare ai consumatori vegani un'ulteriore rassicurazione. La società rinnova annualmente la registrazione di ciascun prodotto per garantire che le informazioni siano accurate e aggiornate.



#### Piwi International

L'azienda nel 2019 entra a far parte di PIWI International, un gruppo di lavoro internazionale per la promozione di vitigni resistenti. L'associazione ha l'obiettivo di sviluppare conoscenze scientifiche e pratiche nel settore dei vitigni resistenti attraverso scambi a livello nazionale e internazionale. Secondo la filosofia dell'associazione i professionisti che lavorano con queste varietà dovrebbero essere supportati e incoraggiati così per acquisirne di nuovi. Tra l'altro, periodicamente per questo scopo, si realizzano conferenze o gruppi di lavoro regionali, che si rivolgono principalmente alla pratica della viticoltura ma anche alla consulenza, alla scienza e al confronto tra produttori. Negli ultimi anni, numerosi vitigni resistenti si sono messi a dimora, alcuni solo su base sperimentale. Vi è una grande necessità da parte degli enologi di ottenere informazioni complete su questi vitigni. Ciò include descrizioni dettagliate delle loro proprietà, istruzioni per una vinificazione ottimale, degustazioni, formulazione di domande di marketing e informazioni per i consumatori.



### USDA Organic

Tutti I prodotti di origine agricola che fanno parte del vino certificato, devono a loro volta essere certificati in conformità al regolamento NOP (National Organic Program) da parte dell'organismo riconosciuto dell'USDA (United States Department of Agriculture). Il gruppo Pizzolato ottiene questa certificazione dal 2007.

Dal primo giugno 2012 è esecutiva l'equivalenza tra gli Stati Uniti e l'Unione Europea per la commercializzazione dei prodotti biologici. Da tale data, il NIC (NOP IMPORT CERTIFICATE) dovrà accompagnare le spedizioni di prodotti Bio verso gli Stati Uniti. I prodotti Bio italiani, commercializzati verso gli States, oltre a garantire i requisiti previsti dal Reg. (CE) 848/2018, devono rispettare le seguenti condizioni:

- i prodotti di origine animale devono provenire da allevamenti dove non si è fatto uso di antibiotici;
- i prodotti devono essere accompagnati NIC: tale certificato deve essere emesso dall' Organismo di Controllo autorizzato in ambito UE che già controlla la conformità dell'azienda al Reg. (CE) 848/2018;
- i prodotti inoltre devono essere ottenuti o aver avuto l'ultima trasformazione o confezionamento all'interno degli Stati membri.

L'etichettatura dei prodotti preconfezionati dovrà avvenire secondo le regole specifiche del NOP, nelle categorie previste: "100% organic", "Organic" e "Made with organic ingredients" (la categoria "Less than 70% organic products" non è inclusa nell'accordo). I prodotti delle prime due categorie potranno riportare il logo USDA Organic e/o quello biologico della UE. Tutti i prodotti etichettati esportati negli Stati Uniti devono riportare la dicitura "Certified organic by ..." seguita dal nome dell'OdC autorizzato nella UE (ai sensi del Reg. 848/2018) e potrà anche essere indicato il numero di codice attribuito all'OdC dall'Autorità (per Suolo e Salute Srl IT BIO 004).



### OGM-Free

I vini prodotti nell'azienda dal 2015 sono privi da materie prime che derivano o contengono organismi geneticamente modificati. Il programma di verifica dei prodotti del Non-GMO project costituisce l'unica verifica effettuata dal Nord America per prodotti e alimenti OGM-free. Questo progetto è sostenuto da un'organizzazione no-profit che offre un programma di verifica OGM-free di terze parti ai consumatori. Sono i pionieri e i leader di mercato consolidati: lo stemma della farfalla è apparsa per la prima volta negli scaffali dei negozi nel 2010.



### Certificazione Kosher

La parola Kosher in ebraico significa conforme alla legge o adatto e indica che un alimento è stato prodotto in ottemperanza alle regole dietetiche prescritte dalla Bibbia. I cibi kosher negli Stati Uniti hanno un vasto mercato di consumatori perché, oltre che dagli ebrei osservanti, vengono consumati anche da musulmani, indù e consumatori vegetariani e allergici che si fidano della garanzia della certificazione kosher perché considerata la più affidabile nell'analisi degli ingredienti. La certificazione kosher identifica tutti quegli alimenti che sono idonei all'alimentazione di consumatori osservanti la fede ebraica. Essa prevede che nella formulazione dell'alimento o nel suo sistema di produzione, la carne insieme al latte e i suoi derivati non possono venire a contatto, quindi lo rende potenzialmente adatto anche al mercato dei consumatori di fede Musulmana, milioni di individui vegetariani o che soffrono di intolleranze alimentari. Gli alimenti possono richiedere ed ottenere la certificazione kosher solo se rispondono a regole alimentari stabilite nei testi sacri della religione ebraica (Torah).



L'IMPATTO AMBIENTALE

72

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

# LA SOSTENIBILITÀ IN CANTINA



## Il depuratore biologico



Nel corso del 2022 La Cantina Pizzolato ha continuato a migliorare/potenziare il depuratore che gestisce le acque reflue provenienti dall'impianto di depurazione e imbottigliamento, al fine di gestire al meglio le emissioni

dell'impianto, soprattutto in un'ottica di un possibile aumento futuro delle quantità di vino prodotto.

Il depuratore, che sfrutta la tecnologia a membrane per le limitazioni dovute allo spazio ridotto (l'impianto si trova tra

le vigne) e all'esigenza di evitare eccessivi odori sgradevoli, necessita di un sistema di accumulo dei fanghi prodotti per poter gestire il processo in maniera agevole ed evitare intasamenti: a tal fine questo è stato potenziato con la posa di due vasche per l'ispessimento che si aggiungono a quella già esistente.

L'intero impianto può essere controllato in loco e da remoto, sia per quanto riguarda la visualizzazione dei dati che per la modifica a distanza di parametri operativi.

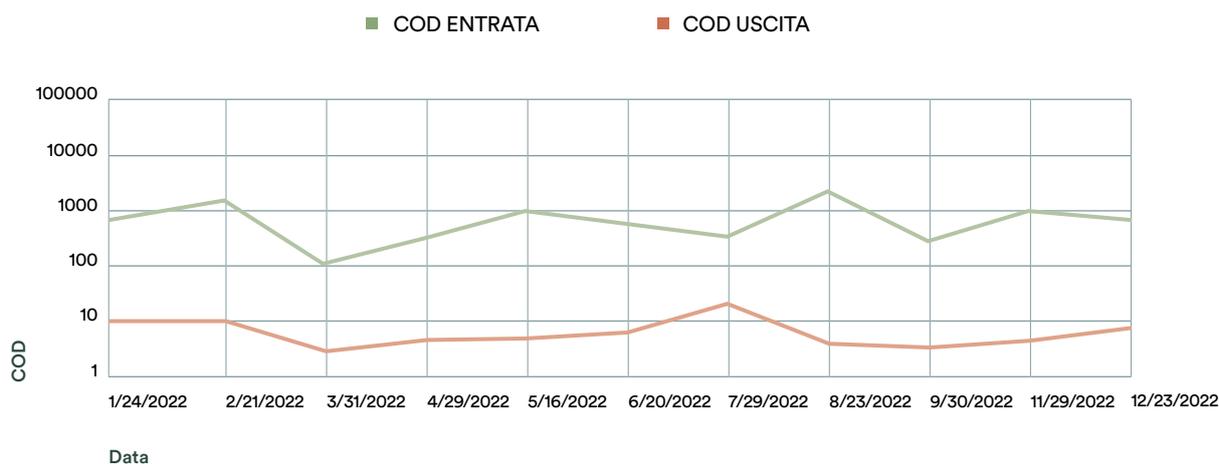


Grafico che mostra la riduzione del COD grazie al depuratore; il COD è espresso in scala logaritmica (ovvero da un valore all'altro c'è un aumento di 10 volte)

L'obiettivo primario del depuratore è la riduzione della materia organica disciolta nell'acqua, che se dispersa nelle acque libere e sotterranee può causare seri problemi, precisamente anossia nei corpi d'acqua (con conseguente distruzione degli ecosistemi acquatici) o malattie negli esseri umani. Questo parametro viene espresso attraverso la domanda chimica di ossigeno (COD), ovvero tutto l'ossigeno che la materia organica decomponendosi toglie all'ambiente acquatico e agli esseri viventi che la abitano. Questo viene ridotto attraverso processi di decomposizione (o respirazione) aerobica, in cui queste sostanze vengono utilizzate dai batteri per nutrirsi, ed accrescersi dai batteri che svolgono questo compito. I batteri poi si aggregano in particelle che poi vengono separate dall'acqua

come fanghi. In questo modo abbiamo due prodotti in uscita dal depuratore: i fanghi (che verranno smaltiti in centri appositi) e l'acqua depurata, che può essere immessa nell'ambiente senza rischi rilevanti.

Il processo necessita di un impianto tecnico adeguato che garantisca ai batteri tutto il necessario perché questo processo possa avvenire in tempi adeguati e in modo pienamente efficiente, ovvero una loro concentrazione adeguata e una quantità sufficiente di ossigeno.



## Il progetto Cycle4green



Le etichette sono parte consistente del materiale acquistato da La Cantina Pizzolato, che supera le 15 tonnellate. Di queste, una parte consistente viene scartata: è il liner di carta siliconata della bobina delle etichette. Nel corso del 2022 sono state scartate 5,4 tonnellate che equivale a una riduzione di circa 10,3 tonnellate di CO<sub>2</sub>, come attestato di cui sopra.

Da alcuni anni, La cantina Pizzolato in collaborazione con il progetto Cycle4green del produttore di carta Leipzig, aderisce al programma di recupero di questo materiale per destinarlo alla produzione di altri oggetti. Tutto il liner re-

cuperato viene raccolto e una volta l'anno spedito al centro di riciclo in Austria, dove attraverso una miscela di solventi la polpa di cellulosa viene separata dal silicone, e un processo di flottaggio che rimuove gli inchiostri e le particelle di plastica rimanenti. Quindi la polpa viene inviata in centri produttivi che la trasformano in carta, mentre il silicone viene trasformato in fibre grezze di poliestere (PET) e polipropilene (PP), che vengono poi usate per la produzione di vari oggetti di uso comune.

In questo modo si riesce anche a far rientrare questo materiale nell'economia circolare, vero futuro della società attuale.

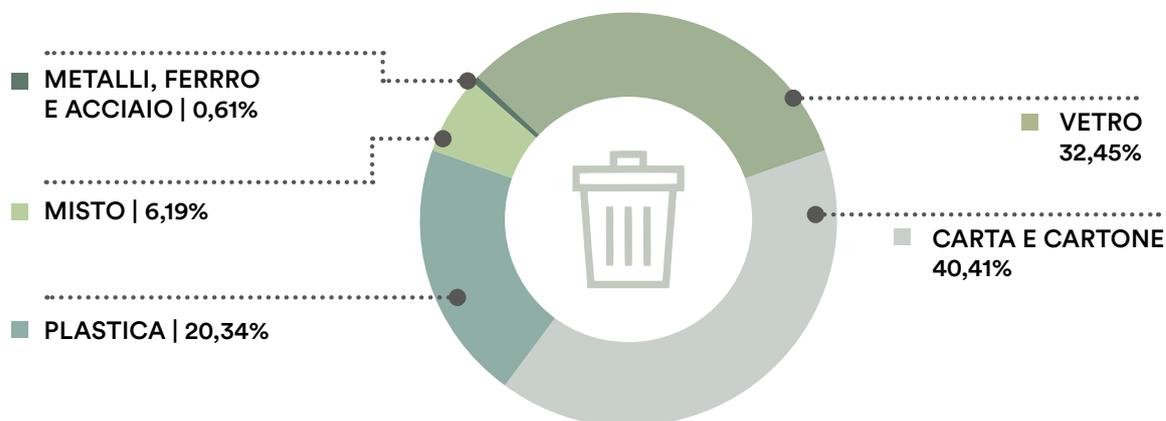


## I rifiuti

La C antina Pizzolato è sempre stata attenta al fine vita di tutto quello che utilizza e produce, affinché il processo sia gestito in modo adeguato. A tal fine si affida a una ditta esterna che

regolarmente ritira le varie tipologie, separate e raccolte in modo adeguato. Per il 2022 sono state prodotte le seguenti quantità:

SEDE	GIAVERA	4 NOVEMBRE	SOMMA
Tipo rifiuti	Massa prodotta (kg)	Massa prodotta (kg)	
Carta e cartone	29880	1800	31680
Plastica	15950	-	15950
Misto	1260	3590	4850
Metalli, ferro, acciaio	-	480	480
Vetro	-	25440	25440



*La maggior parte viene inviata al riciclo e solo una frazione ridotta viene destinata allo smaltimento.*

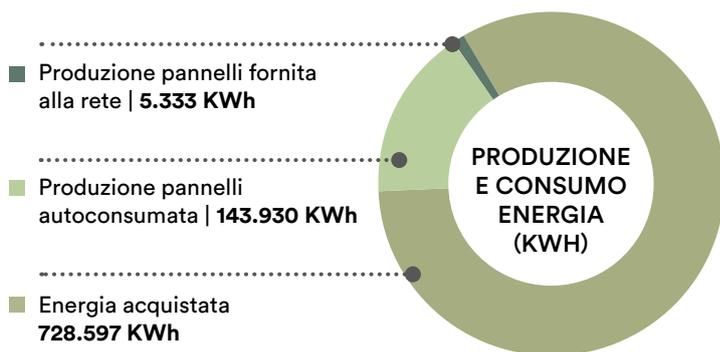
## I pannelli solari

La Cantina Pizzolato da sempre è stata interessata al tema delle energie rinnovabili, e con la costruzione della nuova struttura ne ha approfittato per installare sul tetto della struttura tre impianti fotovoltaici per la produzione di energia elettrica. Lo scopo era sia di diminuire l'impatto del consumo di elettricità da parte dei processi produttivi, che di rendere la Cantina il più possibile indipendente dal punto di vista energetico. Durante il 2022 ha attuato un rinnovamento di uno dei tre impianti, al fine di potenziare la produzione complessiva. Per poter effettuare i lavori necessari e il collegamento dei tre

impianti ad un unico contatore a bassa tensione, l'impianto non ha prodotto energia per gran parte del 2022.

Verso l'inizio del 2023 l'impianto entrerà pienamente in funzione e potrà supportare energeticamente la Cantina in maniera più completa, soprattutto nella parte più energivora, ovvero le vasche e i silos di fermentazione, che necessitano di una costante refrigerazione.

Pannelli solari	kwh	CO <sub>2</sub> kg
Pannello 1   IV NOVEMBRE	29400	15582
Pannello 2   IV NOVEMBRE	58596	31055,88
Pannello cal di Treviso	61267	32471,51



## ENERGIA FOTOVOLTAICA

570 pannelli che ricoprono il tetto della cantina

# 79

tonnellate di CO<sub>2</sub> non rilasciate in atmosfera

## L'installazione della colonnina elettrica

Nel corso dell'anno 2022, in Cantina Pizzolato è stata installata una colonnina CA tramite la ditta SCAME. Questa colonna è una stazione di ricarica per auto elettriche in corrente alternata realizzata in acciaio verniciato dotata di 2 prese da 22kW ciascuna e provviste di esclusivo sistema di protezione antivandalo, in conformità alla normativa IEC/EN 62196-2. La stazione è dotata di connettività wifi 4G ed è collegabile da remoto attraverso un sistema interfacciabile con OCPP Central Station. Idonea alla ricarica dei veicoli elettrici in "MODO 3" in conformità alla normativa IEC/EN 61851-1.

Particolarmente adatta all'installazione in ambienti pubblici essendo dotata di sistemi per l'identificazione e gestione degli utenti. Caratterizzata da un elevato grado di protezione alla polvere ed all'acqua IP54 e resistente ai raggi UVA, offre

la possibilità di personalizzazione della coppia di pannelli. Con lo speciale ONE HAND SYSTEM l'accesso alla carica diventa ancora più semplice perché necessita di una sola mano per inserire il connettore nella presa, lasciando libera la seconda mano per altre operazioni, come ad esempio l'accesso alla stazione con una card o con uno smartphone o più semplicemente per qualsiasi altra necessità.

La mobilità elettrica rappresenta oggi una sfida fondamentale nella costruzione di città più sostenibili e le soluzioni progettuali legate ad una mobilità alternativa stanno ormai diventando un obiettivo concreto. Il mercato delle auto elettriche negli anni ha faticato a decollare, a causa soprattutto degli alti costi di passaggio alla nuova organizzazione della mobilità, sia in termini di parco macchine, sia in termini di infrastrutture di ricarica. Dal 2012 l'interesse attorno al

tema dell'auto elettrica sta crescendo in modo esponenziale, tutto questo grazie anche alle nuove direttive della comunità europea che negli ultimi anni ha imposto nuovi limiti in termini di emissioni di CO2 alle case automobilistiche, portandole ad investire in una mobilità alternativa e più sostenibile. Queste direttive hanno portato ad una crescente attenzione delle amministrazioni locali attorno alle tematiche ambientali. Numerosi sono infatti gli esempi di città italiane "virtuose" che stanno investendo in progetti pilota che vanno in questa nuova direzione dall'impronta più ecosostenibile.

Ma perché il cambiamento possa avvenire in maniera radicale e le singole iniziative non rimangano isolate, serve un intervento centrale che coordini e regolamenti tutte le iniziative sul territorio. Gli interventi pubblici, come ad esempio lo stanziamento di incentivi statali per l'acquisto di nuove vetture ibride o elettriche, risulteranno essere sempre più il cardine di svolta del cambiamento.





**Società Benefit**

Le Società Benefit (SB) sono una particolare forma giuridica d'impresa introdotta con la legge italiana n. 208 del 28 dicembre 2015, ed entrata in vigore dal primo gennaio 2016. Oltre allo scopo di lucro, queste società perseguono annualmente una o più finalità di beneficio comune, ossia degli obiettivi che abbiano un effetto positivo (o che ne riducano uno negativo) sulla società, sull'ambiente e sui territori e sugli stakeholder che lavorano con l'azienda.

➤ Per consultare la Relazione d'Impatto, vedi pagina 129



Siamo Società Benefit (SB) dal 2022 comprendendo all'interno del nostro statuto i seguenti punti chiave di sviluppo: ambiente, territorio, collaboratori e agricoltura biologica.

*Siamo orgogliosi di questo traguardo: la Cantina Pizzolato si è sempre distinta per la sua attenzione all'ambiente, attuando pratiche volte a uno sviluppo sostenibile e puntando fin dalle sue origini sull'agricoltura biologica, in epoche in cui non era ancora pensabile. Questo è un impegno significativo per me e la mia famiglia, attualmente alla guida della cantina, ma il vero scopo di diventare SB è legato soprattutto alle future generazioni che saranno al timone di quest'azienda la cui impronta rimarrà strutturata e stabile in questo modo.*



## Il percorso EQUALITAS

Un'altra meta raggiunta in ambito sostenibilità.

Nel 2022 La Cantina Pizzolato SRL ha iniziato a percorrere la strada verso una sostenibilità reale e misurabile, ottenendo così la certificazione Equalitas.

Dopo il traguardo raggiunto diventando Società Benefit, l'Azienda ha introdotto nel proprio statuto degli obiettivi legati ad ambiente, territorio e persone, quindi è stato scelto di intraprendere questo percorso di certificazione sostenibile.

Equalitas nasce appositamente per l'intera filiera vitivinicola, dall'agricoltore fino alla bottiglia confezionata, senza trascurare il territorio. Questa certificazione misura e verifica che l'azienda si impegni a diminuire gli impatti negativi aumentando quelli positivi con un miglioramento continuo, dimostrabile attraverso controlli annuali da parte di auditor qualificati. Primo obiettivo di Equalitas è la condivisione a livello italiano di un approccio unico alla sostenibilità del settore vitivinicolo basato sui tre pilastri principi: sociale, ambientale ed economico, con la diffusione di un marchio collettivo a garanzia per il consumatore.

Equalitas prevede la certificazione di tre dimensioni produttive: **l'impresa (standard di Organizzazione), il prodotto finito (standard di Prodotto), le denominazioni per la sostenibilità (standard di Territorio)**. A seguito della certificazione ottenuta, si possono poi utilizzare tre diversi loghi a garanzia del consumatore.

Nel 2022 l'azienda ha completato quasi tutte le pratiche necessarie per l'ottenimento della certificazione al 31.12.2022 e si appresta a svolgere l'audit confermato a febbraio 2023.

## La mostra “Nuove Cantine Italiane”

Cantina Pizzolato entra nella mostra “nuove cantine italiane. Territori e architettura”

Un successo importante per il progetto architettonico della cantina Pizzolato inserito tra i protagonisti della mostra “Nuove cantine italiane. Territori e architetture” organizzata da Casabella, prestigiosa rivista di design, in collaborazione con Fiera Verona e Vinitaly, e patrocinata dal Consiglio Regionale del Veneto, dalla Provincia di Verona, dal Comune di Verona, e dell'Ordine degli Architetti della Provincia di Verona. La mostra, che si inserisce all'interno del circuito Vinitaly and the City, sarà allestita a Palazzo Balladoro a Verona e aperto al pubblico dall'8 aprile al 13 aprile 2022.

Undici Cantine che, attraverso la loro architettura, comunicano la cultura del vino, l'identità territoriale e i progetti all'avanguardia. Pensata non solo per gli addetti ai lavori del mondo del vino ma anche per semplici appassionati, si snoda dalle Langhe alla Maremma, passando il Veneto, Pie-

monte, Alto Adige, Toscana e Sicilia, e racconta il processo vinicolo attraverso i progetti delle cantine d'autore.

“Un vero onore – racconta Sabrina Rodelli, co-titolare della Cantina – quello di essere presenti in una cornice così prestigiosa perfetta per raccontare ancora una volta la filosofia che ha ispirato la nostra cantina, un luogo dove il mondo del vino e il design si uniscono in una visione moderna e sostenibile perfettamente inserita nel contesto naturale che la circonda. Il progetto della nostra cantina rappresenta infatti per noi una scelta radicale che ha avuto e ha l'obiettivo di coinvolgere nel tempo ogni aspetto del processo produttivo: dall'utilizzo di energia pulita, auto prodotta grazie ad un impianto fotovoltaico posto sull'intero tetto della cantina, alla riduzione degli sprechi tramite impianti di ultima generazione come il depuratore biologico e a basso consumo energetico.” La cantina è figlia di un progetto firmato MADE associati, studio degli architetti trevigiani Michela De Poli





# Nuove Cantine Italiane. Territori e Architetture. New Italian Wineries. Territories and Architectures.

Electaarchitettura

e Adriano Marangon che è stato anche inserito all'interno dell'Arcipelago Italia durante la Biennale di Architettura di Venezia 2018 come "progetto nato rispettando il corredo paesaggistico che la circondava secondo filosofie che fanno assumere all'architettura quei criteri di responsabilità sociale".

La mostra veronese nasce proprio con l'obiettivo di raccontare alcuni luoghi di eccellenza di produzione del vino capaci di coniugare design, vino, tecnologia e innovazione ma soprattutto grande rispetto per l'ambiente dove la vite viene coltivata. L'esposizione che andrà in scena in occasione dell'edizione del 2022 di Vinitaly, sarà ospitata all'interno della splendida cornice settecentesca di Palazzo Balladoro. I progetti in esposizione, tra cui anche quello de La Cantina Pizzolato, sono raccolti in una pubblicazione edita Electaarchitettura.

...compito: la scelta di vivere in armonia con  
...vini biologici. **Biologico** per noi è una  
**responsabilità** che ispira e guida ogni aspet-  
...primitiva: dalla vigna alla cantina, dalle  
...alla distribuzione, fino all'uso dei  
...le nostre bottiglie. **Biologico** per noi  
...parte di un **equilibrio** più grande;  
...siamo il nostro **impegno** per essere  
...ogni giorno il nostro **impegno** per il mondo.

**PIZZA**

# LA SOSTENIBILITÀ NEI VINI



## Il progetto “BACK TO BASIC”

Il Progetto “Back to Basic” nasce nell’anno 2021 con l’obiettivo di migliorare i seguenti SDGs: Responsible consumption and production e Partnerships for the goals, scegliendo di porsi all’interno della sfida Call for Better.

Il progetto presentato è molto più che una semplice linea di vini che, oggi più che mai, lancia una scommessa con un preciso obiettivo: ridurre al minimo l’impatto del packaging del vino sull’ambiente, creando rete d’impresa nella filiera. “Back to Basic” è, infatti, una linea che va oltre il concetto di vino biologico per coinvolgere l’intera filiera del packaging attraverso l’utilizzo di sei elementi ecologici e a basso impatto ambientale: uve, vetro, tappo, capsula, etichetta e cartone di imballaggio. Da oggi tutto questo si può: una linea che si presenta con la sua essenza in un semplice messaggio che parla di sostenibilità e ambiente.

### Attività realizzate per rispondere alla sfida e raggiungere l’obiettivo – Giulia

Il progetto “Back to Basic” si è realizzato consolidando una rete d’impresa e di filiera introducendo inizialmente il prodotto finale che si aveva intenzione di ottenere, successivamente è stato chiesto ad ogni fornitore quale fosse il prodotto più sostenibile disponibile nel mercato fino ad allora.

La rete d’impresa è stata fin da subito ricca di punti di vista, di idee, prove, tentativi che sono stati subito accolti nella realizzazione del packaging Back to Basic. La comunicazione è stata un’altra attività fondamentale: è stato realizzato un webinar digitale rivolto a clienti e consumatori finali. Sono stati coinvolti tutti i fornitori che hanno permesso la realizzazione del progetto, durante il meeting sono intervenuti spiegando in maniera accurata e dettagliata il loro contributo.

Il progetto si è concluso con la promozione della farina ottenuta dai vinaccioli delle uve Raboso dell’azienda agricola Pizzolato, prodotto che conferisce ulteriore importanza all’impegno preso in termini di sostenibilità. I vinaccioli, elementi ricchi in proprietà nutrizionali, non sono più elementi di scarto ma si trasformano in una pratica produttiva volta a ridurre al minimo lo spreco e valorizzare al massimo il riutilizzo di risorse e materie prime.

La confezione con farina e vino Back to Basic è stata disponibile ai consumatori per il Natale 2021 per un regalo sostenibile e di economia circolare.

### Risultati e impatto generati

Il vino proviene da:

- **UVE**, certificate biologiche e vegan, provenienti da un unico fornitore, ossia l’azienda agricola della famiglia Pizzolato. A questa linea sono dedicati circa 15 ettari in cui vengono coltivati i vitigni selezionati per comporre la linea BACK TO BASIC: Raboso Piave, Pinot Nero, Pinot Grigio, Manzoni Bianco e Chardonnay.
- **IL VETRO**, utilizzato per la creazione della nuova linea, si basa su un uso dei materiali altamente innovativo. Si tratta infatti del Wild Glass, brevetto di Estal, la cui miscela è composta per il 94% da vetro riciclato. Questo vetro è 100% certificato PCR (post consumer recycled) e consente una produzione il cui impatto ecologico è estremamente ridotto. L’elemento chiave della sostenibilità si somma poi all’elevato livello di personalizzazione che tale materiale consente. Nel caso della linea Back to Basic si è voluto accentuare l’unicità e l’imperfezione del vetro riciclato utilizzando una texture che ha un effetto vintage (BACK). Il risultato è un’estetica “spontanea” e compatibile con la natura: manifestazione fisica di valori intangibili.
- **IL TAPPO** utilizzato è il Twin Top Evo di Amorim Cork, interamente in sughero, materiale ecologico e sostenibile al 100%, naturale, riciclabile e riutilizzabile che permette di compensare un livello di CO<sub>2</sub> pari a 297 grammi.
- **L’ETICHETTA**, in carta Sabrage 100% riciclata, non contiene plastiche o altri materiali di derivazione non naturale ed è ottenuta dallo scarto della lavorazione dell’industria del cotone. Essa è un pezzo unico fasciante così da ridurre l’impatto della colla. Inoltre la tecnica del debossing riduce al minimo l’uso di inchiostri.
- **L’IMBALLO DEL CARTONE** presenta il 79% di carte riciclate mentre per la stampa sono stati utilizzati colori a basso impatto ambientale.



Per noi la strada della sostenibilità è l'unica percorribile, un concetto che significa **RIFLESSIONE, ATTENZIONE, RISPETTO**. Un valore fondante della nostra azienda che ci stimola a sviluppare criteri di rispetto e cura verso l'ambiente, con l'impegno di pensare al lungo periodo. Soddisfare le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie: questo il nostro impegno e la nostra responsabilità.

*Sabrina Rodelli*  
EXPORT MANAGER



2021 proudly part of  
**CALL FOR  
FUTURE**  
Sodalitas

## Il progetto Back to Basic ottiene il MARCHIO SODALITAS

### **“Back to Basic” ottiene il marchio Sodalitas Call for Future, per un futuro sostenibile secondo l’Agenda 2030**

Il progetto “Back to Basic” ottiene il marchio “Sodalitas Call for Future”. Il marchio riconosce la partecipazione a “Sodalitas Call for Future” con la seguente azione d’impresa orientata a raggiungere gli obiettivi dell’Agenda ONU 2030 e a realizzare un futuro sostenibile: Back to Basic.

### **Che cos’è SODALITAS?**

La fondazione Sodalitas è impegnata da 25 anni ad affermare e rendere riconoscibile la leadership dell’impresa nel realizzare uno sviluppo sostenibile. Nasce nel 1995 su iniziativa di Assolombarda, affermandosi come la prima organizzazione in Italia a promuovere la sostenibilità d’impresa. Il progetto “Sodalitas Call for Future” si rivolge al movimento di imprese impegnate in Italia a realizzare progetti per un futuro sostenibile secondo l’Agenda 2030 dell’ONU. Nasce per far conoscere alle istituzioni, alle persone, e soprattutto ai giovani il ruolo strategico delle imprese nello sviluppo sostenibile del Paese. Molte imprese hanno abbracciato la sfida e si sono messe in gioco con responsabilità. Ad oggi 150 progetti d’impresa fanno già parte di Sodalitas Call for Future. Ogni azienda può scegliere di partecipare gratuitamente e contribuire con l’esempio a realizzare un futuro sostenibile, dando così voce a tutte le realtà che possono guidare ed essere di ispirazione per gli altri.

### **Chi può partecipare?**

Possono partecipare a Sodalitas Call for Future tutte le

aziende presenti in Italia con una qualsiasi funzione (direttiva, amministrativa, produttiva o commerciale), di qualsiasi dimensione (piccola, media o grande), ovunque abbiano sede, in qualsiasi settore di mercato operino ad eccezione dei seguenti: gioco d’azzardo, tabacco, superalcolici e armi.

Per far parte di Sodalitas Call for Future, le imprese devono presentare entro un limite di tempo la case history di uno o più progetti in corso, realizzati in Italia o all’estero negli ultimi 5 anni, che abbiano contribuito a generare un cambiamento positivo rispetto a una di queste sfide: Call for Planet (contrasto al cambiamento climatico, economia circolare, utilizzo sostenibile delle risorse naturali, tutela della biodiversità, territori resilienti e sostenibili); Call for People (contrasto alle disuguaglianze, inclusione sociale, salute, benessere e qualità della vita, innovazione sociale, comunità solidali); Call for Work (lifelong employability, diversità, pari opportunità e diritti umani, gestione responsabile della catena di fornitura, qualità del lavoro, work-life balance e benessere dei collaboratori, giovani, scuola e mercato del lavoro); Call for Better (impresa & cultura per un futuro sostenibile, trasparenza nel rapporto con il mercato e i consumatori, comportamenti di acquisto e consumo, stili di vita sostenibili, riduzione degli sprechi).

“La Cantina Pizzolato SRL è orgogliosamente parte nel 2022 di Sodalitas Call for Future, che coinvolge le imprese impegnate in Italia a realizzare azioni per un futuro sostenibile secondo l’Agenda 2030 dell’ONU, e i giovani, cittadini del mondo di domani. Sodalitas Call for Future è un’iniziativa di Fondazione Sodalitas ([www.sodalitas.it](http://www.sodalitas.it)).”



L'etichetta "BACK TO BASIC" vince L'ETICHETTA D'ORO della 25esima edizione di Vinitaly Design International Packaging Competition 2021 ed è anche entrata nella shortlist di Pentawards 2021.

**Stakeholder coinvolti e partnership attivate per realizzare l'azione**

Il progetto ha visto la partecipazione attiva dei seguenti stakeholder:

**Il progetto Back to Basic**  
**SABRINA RODELLI**

Ideazione e concretizzazione del progetto

**Il vino Back to Basic e l'Azienda Agricola**  
**SETTIMO PIZZOLATO**

Vino biologico e azienda agricola Pizzolato

**Il progetto grafico**  
**O,NICE! DESIGN**

Progetto grafico, ispirazione, idea e packaging

**La stampa**  
**POLIGRAFICA SAN FAUSTINO**

La realizzazione dell'etichetta



## I successi di “Back to Basic”

Progetto inserito in short list  
al Pentawards 2021 e

ETICHETTA D'ORO al 25°  
Vitaly Design International  
Packaging Competition 2021



PENTAWARDS  
Shortlist 2021



## La carta

### CARTIERA UPM

---

La carta sabrage e il riciclo degli  
scarti dal mondo del cotone

## Il vetro

### ESTAL, WILD GLASS & VETRI SPECIALI

---

La realizzazione della bottiglia  
in vetro

## Il tappo

### AMORIM CORK ITALIA

---

Tappo TWIN TOP EVO /  
misurazioni impatti CO<sub>2</sub>

## Il cartone

### DS SMITH

---

Progettazione cartone  
e realizzazione /  
caratteristiche cartone

### GS NATURAL

---

Produzione di farina da  
semi di uva bio.

## Un Natale green con “M-Use”

Per Natale 2022 Cantina Pizzolato ha ideato e proposto un regalo glamour e 100% sostenibile che continua il successo del progetto “M-Use”, la bottiglia del riuso. La box contiene una bottiglia “M-Use” mini-size, un bicchiere di vetro ricavato dagli scarti delle bottiglie “M-Use”, uno stoppino per rigenerare una candela, una boccetta con all’interno l’essenza di mosto e dei bastoncini per i profumatori di ambiente.

Per riutilizzare la mini bottiglia di Spumante “M-Use”, è stato lanciato un messaggio che parla di sostenibilità e rispetto per l’ambiente. La confezione regalo proposta rispecchia i valori che fin dalle origini rappresentano la filosofia della nostra cantina: sostenibilità, senza rinunciare ad eleganza e qualità. Un regalo responsabile, dunque, capace di coniugare la piacevolezza dei prodotti proposti con l’impegno concreto all’utilizzo responsabile delle risorse. La nuova gift box contiene una bottiglia “M-Use” mini-size, un bicchiere di vetro ricavato dal taglio degli scarti di produzione delle bottiglie “M-Use” mini-size, uno stoppino, una boccetta con all’interno l’essenza di mosto e dei bastoncini per creare dei profumatori d’ambiente.

“Questo nuovo cofanetto natalizio promuove un duplice riutilizzo di “M-Use”: le bottiglie vuote, una volta terminato il vino, possono diventare profumatori per l’ambiente, con l’utilizzo dei bastoncini e dell’essenza, mentre il bicchiere “M-Use” può diventare il contenitore perfetto per rigenerare una candela di casa, riciclandone la cera con il nuovo stoppino”.

La linea “M-Use” della cantina evoca nel nome la musa ispiratrice ma anche il concetto di Multi-Usò: la bottiglia “M-Use” nasce per non essere buttata, bensì riutilizzata, seguendo il principio di “vuoto a guadagnare” invece che di vuoto a perdere. Un progetto che comprende un’attenzione a ogni elemento della sua filiera produttiva: dall’uva sana al vino biologico, dalla bottiglia diamantata in vetro leggero al suo completo riutilizzo.

Ma durante il Natale 2022 ci si è spinti ancora più in là: il concetto di “vuoto a guadagnare” viene esteso anche al bicchiere, che già di per sé rappresenta un primo riutilizzo del materiale proveniente dalla famosa bottiglia. L’essenza di mosto, i bastoncini e gli stoppini rappresentano, a loro volta, un invito a ripensare agli oggetti che già si possiedono, riportandoli ad avere un ruolo e una rinnovata importanza durante le Feste Natalizie.



## Successi e riconoscimenti dei vini Pizzolato



ANNATA 2020

### Spumante Prosecco Doc Rosé Brut

- Medaglia d'oro al "The Prosecco Masters 2022";
- Medaglia d'oro al Vinordic Wine Challenge 2022;
- Medaglia d'Oro al Concours Mondial Bruxelles 2022;
- Menzione 89/100 al Falstaff Trophy Prosecco 2022;
- 84/100 Vinum World of Rosè 2022;



ANNATA 2021

### Spumante Prosecco Doc Extra Dry

- Medaglia di bronzo al The Prosecco Masters by The Drink Business 2022;
- Menzione di 89/100 al Falstaff Trophy "Prosecco" 2022.



ANNATA 2021

### Spumante Prosecco Doc Brut

- Medaglia d'argento al The Prosecco Masters by The Drink Business 2022;
- 89/100 Punti al Falstaff Trophy Prosecco 2022.





ANNATA 2021

### Spumante Metodo Classico Brut Nature 36 Mesi

- “Bollino Oro” al Merano Wine Festival 2022;
- Medaglia di Bronzo al Decanter World Wine Awards 2022;
- 91/100 al concorso Wine Without Walls – 5 Star Wine di Vinitaly 2022;



ANNATA 2021

### Spumante Rosé Extra Dry “M-Use”

- Medaglia d'Oro al The Global Rosè Masters 2022;
- Medaglia di bronzo al Vinordic Wine Challenge 2022.



ANNATA 2021

### Spumante Pinot Grigio Delle Venezie Doc Extra Dry “M-Use”

- Medaglia d'argento al The Global Pinot Gris Masters 2022.



## I PIWI: vini da medaglia d'oro



ANNATA 2021

### Vino Bianco Frizzante Igt Veneto col fondo "Hoopa"



→ Medaglia d'oro – 92 PAR points – al The PIWI Wine Award International 2022.



ANNATA 2021

### Vino Rosso Igt Veneto Senza Solfiti Aggiunti "Konti-Ki"



→ Medaglia d'oro – 95 PAR Points – al The PIWI Wine Award International 2022.



ANNATA 2021

### Vino Rosato Frizzante Igt Veneto col fondo "Hurrà"



→ Medaglia di bronzo al The Global Rosè Masters 2022;  
→ Medaglia d'argento – 83 PAR points al The PIWI Wine Award International 2022.

ANNATA 2021

### Vino Bianco Igt Veneto "Huakai"



→ "Bollino rosso" al Merano Wine Festival 2022;  
→ Medaglia d'argento – 89 PAR points – al The Piwi Wine Award International 2022;



## PIZZOLATO NEL MONDO

Anche nel corso dell'anno 2022 Cantina Pizzolato ha confermato ancora una volta la sua spiccata propensione ai mercati internazionali, confermando una percentuale di fatturato Export superiore al 90%.

Se da un lato si è consolidata la presenza sui mercati "storici" per l'azienda come Nord e Centro Europa e Stati Uniti, dall'altro si sono aperte, anche in prospettiva delle interessanti opportunità distributive in mercati finora meno esplorati come il Sud Est Asiatico ed alcune aree dell'Europa dell'Est.

Questo processo di espansione geografica è stato senz'altro accelerato da due elementi principali:

-La ripresa delle fiere internazionali in presenza, che dopo due anni di stop dovuto alla pandemia, ha rappresentato l'occasione per presentare fisicamente i numerosi nuovi progetti ai nostri partner storici ed a nuovi potenziali prospect che finalmente hanno potuto visitarci e "toccare con mano" il mondo bio ed i Vini Pizzolato.

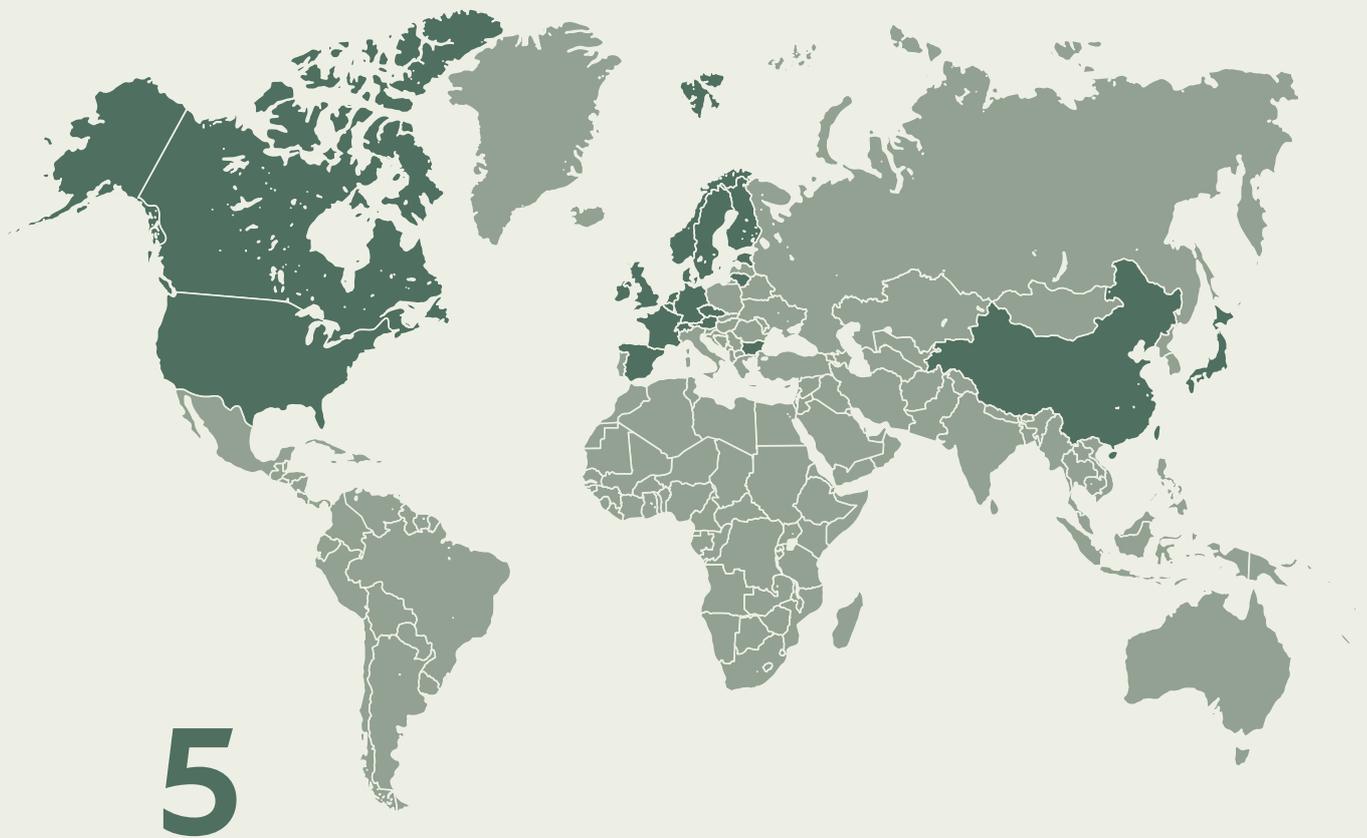
-il successo in termini di presenza distributiva e branding su alcuni mercati ha rappresentato una vera e propria vetrina per l'Azienda ed i suoi prodotti, grazie anche ad una grande riconoscibilità dovuta a soluzioni di packaging uni-

che, attrattive ed innovative come quelle delle linee M-Use, Back to Basic e Piwi – resistenti.

Tra i mercati visitati ci sono stati gli Stati Uniti, la Germania, la Svizzera, la Svezia, la Finlandia, la Norvegia, la Polonia, l'Islanda e la Repubblica Ceca: occasioni non solo di lanciare nuovi prodotti e linee e di consolidare la relazione con i partner, ma anche per studiare le migliori strategie per consolidare la presenza ed il posizionamento delle etichette Pizzolato.

Il perdurare delle limitazioni per gli spostamenti nei paesi Asiatici a causa degli strascichi della pandemia non ha permesso di pianificare attività in presenza su quei mercati, ma nonostante questo il fatturato in quell'area è aumentato notevolmente.

Se nella maggior parte dei mercati Asiatici la categoria Spumanti rappresenta ancora una percentuale limitata dei consumi, si è assistito ad una maggiore sensibilizzazione ed apprezzamento per i vini Biologici e soprattutto le nuove generazioni di consumatori si avvicinano con grande interesse alle bollicine come occasione di convivialità e celebrazione.



5

lingue parlate

## NAZIONI RAGGIUNTE NEL 2022

**USA**, Canada, Islanda, Irlanda, UK, Belgio, Olanda, **Germania**, **Svezia**, **Finlandia**, **Norvegia**, Danimarca, Estonia, Lituania, Polonia, Svizzera, Repubblica Ceca, Spagna, Francia, Austria, Slovenia, Ungheria, Bulgaria, Romania, Israele, Sud Corea, Giappone, Cina, Taiwan, Hong Kong, Singapore, Mauritius, Australia, Thailandia, Bulgaria, Vietnam, Filippine, Russia, Grecia, Slovacchia.

## FIERE 2022

Vinitaly, Prowein, Millesime Bio, Bioexpo Varsavia.





## Pizzolato Get Together 2022

Il 27 e il 28 maggio 2022 si è tenuto l'evento intitolato Pizzolato Get Together, nato dall'idea di ritrovarsi e di potersi finalmente riabbracciare, fortemente voluto da Settimo&Sabrina. Con l'intento di essere un'opportunità per un confronto costruttivo tra l'Azienda e alcuni dei principali Ambassadors Pizzolato, il Get Together 2022 si è ben presto rivelato essere un'esperienza di arricchimento reciproco, dove la convivialità e la voglia di accrescere i rapporti di business hanno fatto da padroni.

Clienti da 14 Paesi esteri differenti, alcuni dei quali anche da oltre oceano come Stati Uniti, Canada e Giappone, sono stati i protagonisti all'evento: un'occasione per arricchire il rapporto personale e professionale con chi quotidianamente porta il brand Pizzolato nel mondo.

*“Abbiamo fortemente voluto ritrovare di persona chi da anni sceglie i nostri vini per farli conoscere in Europa e nel mondo. Dopo due anni dove è stato molto difficile coltivare le relazioni in presenza, accogliere chi porta il nome Pizzolato nel mondo è stato per me e la mia famiglia una grandissima emozione!”*

– Settimo Pizzolato.

Da un lato aprire le porte della Cantina ai nostri partner ed ambasciatori nel mondo è fondamentale per far respirare quello che sono il nostro lavoro e la nostra mission quotidiani soprattutto in termini di ricerca di qualità dei

prodotti e sostenibilità nelle pratiche produttive affinché possano trasmetterle una volta rientrati, dall'altro si è rivelato determinante affiancare i nostri clienti nei rispettivi mercati per aver un reale polso del posizionamento del marchio Pizzolato nel mondo e per raccogliere preziosi spunti per sviluppare nuove idee e spingerci a migliorare sempre la nostra proposta.

L'evento è stato ricco di incontri, masterclass e stimoli che hanno arricchito ancor di più il legame tra l'azienda e i clienti: sono stati celebrati i grandi risultati raggiunti dal team Pizzolato e si è creato un confronto sui prossimi progetti e obiettivi che hanno come focus principale la conoscenza nel mondo dei vini de La Cantina Pizzolato e dei suoi territori di produzione. Due giornate intense dove è stata illustrata l'azienda nella sua totalità, i filari 100% biologici e tutte le strutture produttive della cantina green. Il team Pizzolato e i suoi Ambassadors hanno assaporato il passato e respirato il futuro con l'esposizione dei progetti che la Holding Pizzolato ha in cantiere per i prossimi anni.

*“Spero che sia stato un evento professionale utile ai nostri Ambassadors e speriamo di aver trasmesso la natura della nostra azienda proiettata verso il futuro ma comunque sempre ben salda a quelle radici e ai quei valori che abbiamo presentato all'evento, Ambiente, Persone, Pianeta e Futuro”*

– Sabrina Rodelli.



**“** Gli Ambassadors de la  
Cantina Pizzolato dal  
mondo: giorni ricchi di  
emozioni

**Dopo due anni dove è stato molto difficile coltivare le relazioni in presenza, accogliere chi porta il nome Pizzolato nel mondo è stato per me e la mia famiglia una grandissima emozione!**



**PIZZOLATO**  
GET TOGETHER 2022

**PIZZOLATO**  
*Organic Wines*

## LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

### Il nuovo sito Pizzolato

Il 2022 ha visto impegnato l'ufficio marketing e comunicazione nella realizzazione di un nuovo sito internet [www.lacantinapizzolato.com](http://www.lacantinapizzolato.com). Negli ultimi anni, lo sviluppo aziendale anche a livello Hospitality della cantina e l'acquisizione della nuova tenuta in Toscana aveva fatto nascere l'esigenza di un portale web che potesse raggruppare la grande famiglia Pizzolato e soprattutto potesse comunicare le buone pratiche aziendali attraverso le prime pagine del sito, le sue tenute e tutto il mondo Experience che si stava sviluppando di pari passo. Il lavoro è stato svolto con partner scelti ad hoc e con cui si è instaurato da subito un rapporto di fiducia.

Il nuovo sito web raggruppa in primis le pagine dedicate alla sostenibilità: mission, agenda 2030 e bilanci sociali per poter rendere trasparente la comunicazione delle best practice aziendali. Il portale poi illustra all'utente le varie tenute Pizzolato, sia la cantina di Villorba che la tenuta in Toscana e ad ognuna associa i propri servizi.

Anche il mondo Experience Pizzolato è stato ampiamente sviluppato integrando in un unico sito internet tutte le esperienze che si possono vivere nelle varie tenute: dall'Officina del vino, alla prenotazione dei BIO tour, dai servizi per il business al punto vendita di vini biologici di Villorba per poi terminare con il ricco e aggiornato calendario degli eventi. Il progetto del sito ha visto anche l'ideazione di un nuovissimo eCommerce Italia per la vendita dei vini Pizzolato.

*“Sono felice di poter condividere l'esperienza della creazione del nuovo sito e dell'e-commerce per la Cantina Pizzolato, una collaborazione che si è rivelata essere una piacevole sorpresa sotto tutti gli aspetti. Nel 2022 insieme alla digital agency Space Neil abbiamo avuto l'onore di realizzare ben tre progetti*

*digitali per Pizzolato, ma il sito con e-commerce della Cantina è stato il più impegnativo e al contempo soddisfacente tra tutti i progetti.*

*Un sito internet non è solo un biglietto da visita ma la rappresentazione e il cuore digitale di ogni azienda. Quindi prima di partire con ogni tipo di progettazione si è svolto un lungo periodo di reciproca conoscenza tra noi studi e il team Pizzolato. La parte più bella di questo lavoro è stata proprio quella della collaborazione a stretto contatto con Serena e Sabrina che ci hanno trasmesso non solo i loro bisogni ma anche i loro valori. Le persone all'interno della Cantina Pizzolato sono entusiaste, dinamiche con idee e progetti sempre nuovi. Quindi per questo progetto ho elaborato un template fresco, pulito e minimale, in grado di crescere insieme all'azienda nel tempo. I colori del brand vengono utilizzati con rigore mescolati con tonalità neutre per risaltare i contenuti fotografici del sito e le splendide etichette delle bottiglie nell'e-commerce. Molto tempo è stato speso per studiare un sito intuitivo e facile da navigare con un layout responsive pensato ad adattarsi a tutti i dispositivi, in questo caso è stato fondamentale il lavoro di sviluppo e assistenza tecnica di Marco e Asia della digital agency Space Neil che hanno permesso di unire estetica e funzionalità, creando uno strumento adatto sia alla promozione della Cantina che all'acquisto dei suoi prodotti.*

*In conclusione, sono orgogliosa del lavoro svolto e grata alla Cantina Pizzolato per aver affidato a noi questo compito. È stato un vero piacere collaborare con un team così dinamico e appassionato, che ci ha permesso di esaltare la loro passione con il nostro lavoro. Sono certa che il sito continuerà a crescere insieme all'azienda, trasmettendo le loro emozioni e la loro voglia di cambiamento.”*

– Michela Tannoia, Bee in a Nest, Verona.




**PIZZOLATO**  
 BIOLOGIC WINE

[CHI SIAMO](#)
[OLTRE IL BIOLOGICO](#)
[LE VITICOLTE](#)
[ESPERIENZE](#)
[BIBIOTECA](#)
[NEWS & BLOG](#)
[CONTATTI](#)



**IN QUESTA NATURA PULITA E INCONTAMINATA,  
 FACCIAMO QUELLO CHE CI RIESCE MEGLIO:  
 LA RISPETTIAMO.**

**BENVENUTI NEL NOSTRO MONDO, BIO DAL 1991.**  
AMBIENTE, RICERCA E SOSTENIBILITÀ SONO I NOSTRI VALORI FONDANTI



**SOSTENIBILITÀ ED AMBIENTE**  
AMBIENTE, RICERCA E SOSTENIBILITÀ SONO I NOSTRI VALORI FONDANTI

Soddisfare le esigenze del presente senza compromettere quelle delle generazioni future: ecco il vero significato di lavorare in modo sostenibile!

Innovabilità, qualità, REFLUSSIONE, ATTENZIONE, RISPETTO e CRESCITA. Da natura fondante della nostra azienda che si unisce a strategie orientate al rispetto e una messa l'azienda, con l'impegno di crescere a lungo termine.



**OGGI LA STRADA DELLA SOSTENIBILITÀ È UN'AUTOSTRADA A 6 CORSIE. QUESTA PER NOI È L'UNICA PERCORRIBILE**

**TUTTI I BIO TOUR**



**BIO TOUR TRADIZIONE EXPERIENCE – VISITA E DEGUSTAZIONE**  
Da €25 (a persona)  
1 ora 30 min - Min. 2 pers. - 4 vini  
Partire da casa vostra, tutto da raccontare. Insieme al mondo della famiglia Pizzolato, attraverseremo un tour che vi farà scoprire le caratteristiche del territorio di Torricola e della Valle dell'Alba che vi diventerà il simbolo stesso del grande nostro vino.  
[VEDI TOUR](#)



**BIO TOUR PROSECCO EXPERIENCE – VISITA E DEGUSTAZIONE**  
Da €25 (a persona)  
1 ora 30 min - Min. 2 pers. - 4 vini  
Un tour che vi porta nell'entroterra delle belle e più belle viti del territorio. Vi porta nella zona del Prosecco DOCG, che la generazione viene controllata dalle migliori viti del territorio. Questo tour vi mostra come le caratteristiche del territorio di Torricola e qualità l'esperienza.  
[VEDI TOUR](#)



**BIO TOUR RABOSO EXPERIENCE – VISITA E DEGUSTAZIONE IN SALA "BARBAROSSA"**  
Da €40 (a persona)  
2 ore - Min. 2 pers. - 3 vini  
Una magra esperienza dedicata al Raboso, il più antico vitigno della Valle dell'Alba. La degustazione avviene nella sala "Barbarossa", uno spazio in bilico tra tradizione e modernità, un luogo di incontro e di dialogo con la storia della nostra qualità biologica.  
[VEDI TOUR](#)



“Avere la possibilità di lavorare sul progetto web “La Cantina Pizzolato” è stata un’esperienza molto stimolante. Pizzolato è una realtà in continua evoluzione e di conseguenza era necessario sviluppare un’esperienza digitale innovativa ma che allo stesso tempo raccontasse in modo chiaro la storia, i valori e la filosofia dell’azienda. Da questo punto di vista Michela è stata fondamentale nel riuscire a garantire dei canoni estetici e un’esperienza utente in perfetta linea con il brand. Dal punto di vista tecnico è stata sicuramente una sfida vista la complessità del progetto, per tale motivo abbiamo scelto di utilizzare nuove tecnologie e soluzioni innovative. Solo per citarne una, l’intera infrastruttura hosting che ospita il progetto è certificata Carbon Neutral quindi totalmente ad impatto zero per l’ambiente. Crediamo che sia una scelta consapevole e perfettamente

in linea con i valori dell’azienda nel rispetto della natura che ci circonda. La collaborazione con tutto il team Pizzolato ci ha permesso di svolgere ogni fase in modo efficiente e funzionale. Lavorare in particolar modo a stretto contatto con Serena ci ha permesso di trovarci bene fin da subito poiché è sempre stata disponibile e si è adoperata in ogni momento per provvedere a qualsiasi cosa di cui avevamo bisogno.

Asia ed io, a nome di tutto il team SpaceNeil, siamo molto contenti e onorati di aver avuto la possibilità di lavorare in sinergia con Michela sul progetto Pizzolato e siamo convinti che questo rappresenti un “best case” del nostro portfolio.”

- Marco Fantin, SpaceNeil - Verona





## Le campagne social

Il gruppo Pizzolato crede molto nel potere dei social: nell'attivare una comunicazione fresca e pulita che possa raggiungere anche le generazioni più giovani attraverso la divulgazione di temi legati alla sostenibilità e all'etica applicata in azienda.

### BACK TO BASIC

L'inizio del 2022 è stato segnato dalla campagna social dedicata alla linea BACK TO BASIC: il valore dell'essenziale. Fin dalla presentazione nel maggio 2021 la linea di vini Back To Basic ha voluto lanciare un messaggio concreto a sostegno dell'ambiente e al tempo stesso celebrare la pratica virtuosa dell'economia circolare nelle sue diverse declinazioni. Back to Basic è una linea che va oltre il concetto di vino biologico, viene infatti coinvolta l'intera filiera attraverso l'utilizzo di sei elementi a basso impatto ambientale: uve, vetro, tappo, capsula, etichetta e cartone di imballaggio. Come tassello finale per coronare questo progetto di economia circolare e sostenibilità il gruppo Pizzolato ha deciso di inserire una farina prodotta con i semi d'uva, delle uve stesse di Raboso (uno dei vitigni che compone la linea di vini Back

To Basic). La farina, infatti, non solo è un prodotto dai ricchi contenuti nutrizionali, ma anche il simbolo di una pratica produttiva volta a ridurre al minimo lo spreco e valorizzare al massimo il riutilizzo di risorse e materie prime. La farina è prodotta da G.S. Natural SRL, una giovane azienda che ha come primo obiettivo la valorizzazione delle risorse inutilizzate producendo prodotti funzionali per il benessere della persona, utilizzando tecnologie di processo innovative.

### PIWI: UN VIAGGIO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

Prosegue anche nel 2022 la campagna social dei vini PIWI da vitigni resistenti, che vuole lanciare un messaggio universale: un **INNO AL PENSIERO GREEN!** Bere buon vino in maniera consapevole fa bene all'ambiente!

Nella produzione di vini PIWI biologici, la ridotta necessità di trattamenti permette di risparmiare risorse, energia ed emissioni di CO<sub>2</sub> nelle lavorazioni in vigneto. Il risultato è anche una riduzione dell'utilizzo dei macchinari e del carburante in campagna. Inoltre, queste varietà consentono un risparmio anche nell'utilizzo dell'acqua. E proprio per questo motivo che, essendo da sempre molto sensibili e attenti



a queste tematiche, il team Social di Pizzolato ha deciso di lanciare un messaggio di sostenibilità ambientale e di attenzione e di rispetto verso la natura e l'uomo...UN VERO E PROPRIO INNO AL PENSIERO GREEN!

Proprio per questo è stata realizzata una campagna social che prevedeva la scrittura direttamente sulla pelle o su materiali di riciclo di alcuni messaggi legati alla sensibilizzazione verso le principali tematiche ambientali che oggi giorno stanno affliggendo “la nostra casa” come mai prima d’ora.

*“Volevamo che i nostri “green messages” rimanessero impressi come veri e propri tatuaggi, generando nelle persone la consapevolezza dell’importanza di un approccio più sostenibile nella vita di tutti i giorni. Sono infatti le piccole scelte e le azioni che ognuno di noi compie ogni giorno a fare la differenza, e anche optare per un vino biologico e sostenibile è un passo verso un mondo più sano e pulito.”*

La campagna si è conclusa con la narrazione di KONTIKI, vino rosso IGT Veneto Piwi, e HUAKAI, vino bianco IGT Veneto.

#### **PIWI: L'IMPORTANZA DELLA SOSTENIBILITA' PER IL TEAM**

L'importanza che i vini da vitigni resistenti hanno per la Cantina Pizzolato emerge con una seconda campagna social dedicata a questa linea. Ad ogni vino Piwi è stata associata una delle 5 P dello sviluppo sostenibile che rappresentano il macro gruppo dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030: **PLANET, PEOPLE, PEACE, PROSPERITY, PARTENRSHIP**. Andando a sviscerare il significato profondo dei nomi che abbiamo dato a ciascuno di questi vini. Il progetto ha preso inizio con il vino **PIWI NOVELLO**: un vino della tradizione rivisto in chiave moderna. Il Novello PIWI per la sua visione avanguardista è stato associato al concetto di donare nuova vita a oggetti di un tempo sfruttando le risorse di cui disponiamo. Da qui si collega l'idea di connettere il vino NOVELLO alla “P” di PIANETA, che per l'Agenda 2030 significa proprio proteggere e ridurre l'utilizzo di risorse naturali e il clima del pianeta per le generazioni future. Abitarlo con rispetto è l'unica forma di autoconservazione del genere umano. La campagna continuerà per tutto il 2023.





## LA SETTIMANA DELLA SOSTENIBILITÀ

### Il progetto “Education Next” con Assindustria Venetocentro



La Cantina Pizzolato a gennaio 2022 ha preso parte al Progetto “Education Next” promosso da Assindustria Venetocentro, in partnership con l'Istituto Alberti di Abano Terme (PD), per portare nelle scuole superiori la cultura della sostenibilità e dell'economia circolare.

A seguito di una presentazione aziendale, dove la cantina ha illustrato le tappe della storia, la filosofia e i valori alla base dell'azienda, alla classe 4<sup>a</sup> Ragioneria è stata posta una “sfida”. Ipotizzando che il contenuto fosse una bevanda analcolica e il contenitore fosse una lattina, ai ragazzi è stato chiesto di ideare un packaging, pensare ad un nome e sviluppare una campagna di comunicazione per il lancio del prodotto. Agli studenti è stata data la possibilità di scegliere se realizzare un prodotto e una campagna di comunicazione il più trasversale possibile, in modo da posizionare lo stesso in più mercati; oppure se personalizzare il prodotto e la campagna di comunicazione focalizzandosi su un mercato specifico.

Durante i mesi sono stati organizzati una serie di incontri nel corso dei quali gli studenti hanno avuto la possibilità di confrontarsi con La Cantina Pizzolato. I ragazzi sono stati seguiti e consigliati passo dopo passo nello sviluppo delle proprie idee e in occasione della Settimana della Sostenibi-

lità, che si è tenuta dal 16 al 20 maggio, hanno presentato i loro progetti, frutto di mesi di lavoro, di apprendimento e sensibilizzazione.

I vari progetti sono stati poi valutati sulla base di 3 variabili: sostenibilità, creatività e realizzabilità del prodotto e dopo un'attenta visione è stato scelto di premiare il progetto dal nome “WineAll”.

La motivazione alla base della scelta è stata l'attenzione con la quale i componenti del gruppo hanno risposto alla richiesta iniziale. A seguito di un'analisi di mercato in cui sono stati evidenziati sia i punti di forza che di debolezza che delineano lo scenario corrente, il gruppo ha dimostrato grande attualità nella scelta del tema che ha contraddistinto il lavoro: l'inclusività. Hanno presentato un progetto che può essere proposto in maniera trasversale in diversi mercati e sono riusciti a dare voce ad uno degli aspetti e della sostenibilità. La sostenibilità, infatti, non è solo quella ambientale, che comunque La Cantina Pizzolato ritiene fondamentale, ma anche quella economica e, come in questo caso, quella sociale. Un tema che oggi è più attuale che mai, e che il gruppo ha saputo concretizzare attraverso un packaging creativo, ben studiato e che trasmette i valori alla base del progetto in maniera chiara.

La Cantina Pizzolato è fiera di prendere parte a progetti in partnership con istituti scolastici del territorio, riconoscendo la responsabilità, la sensibilità e il rispetto che hanno i giovani nei confronti del pianeta.



L'IMPATTO SOCIALE

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

04

# L'IMPATTO SOCIALE E TERRITORIALE

---

L'IMPATTO SOCIALE

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



## L'EXPERIENCE PIZZOLATO

Il 2022 è stato un anno emblematico per la Cantina Pizzolato che ha visto fiorire il proprio comparto enoturistico in maniera notevole, confrontandolo anche con il pre-pandemia (2016-2019). Nel 2022 il numero totale di visitatori è stato di ben 1633 persone, dimostrando una crescita esponenziale rispetto all'anno precedente: un aumento del 280%. Questi dati sono sintomo di una ripresa generale dei settori hospitality ed experience, ma anche dell'interesse sempre più crescente verso il mondo del vino.

Come mostra il grafico in Figura 1 i primi due mesi dell'anno portano con sé gli strascichi della pandemia, infatti gli ospiti nei mesi di gennaio e febbraio sono stati rispettivamente 4 e 2. Dal periodo primaverile e continuando per tutta la stagione estiva, invece, le visite sono aumentate notevolmente registrando il picco massimo con ben 746 visitatori. La seconda metà dell'anno ha visto un leggero calo di visite dettato dalla stagionalità, sebbene con un incremento di presenze maggiore rispetto ai primi mesi dell'anno, facendo ben auspicare per l'anno 2023.

### Numero visitatori per mese

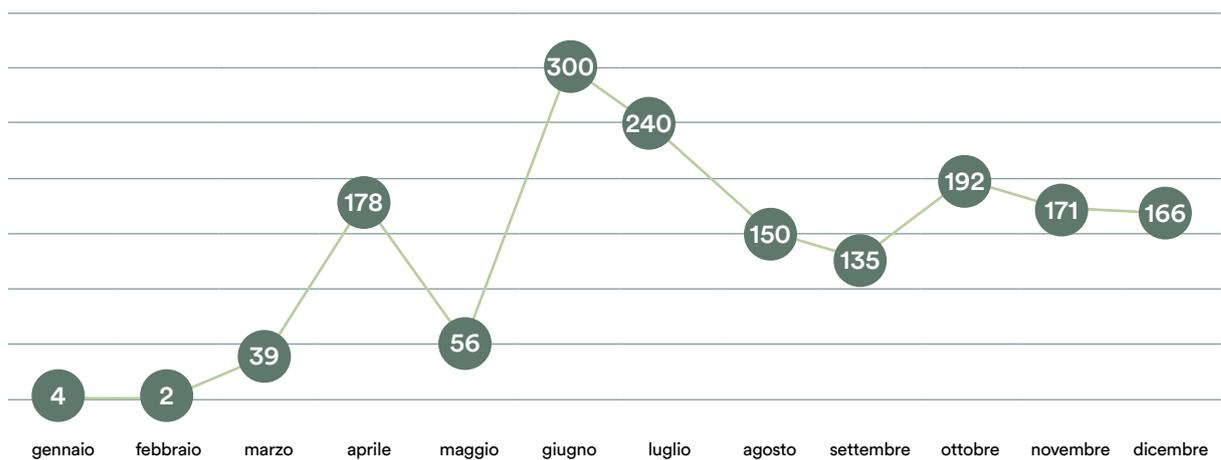


Figura 1

Per quanto riguarda l'origine dei visitatori, il 23% degli ospiti è di nazionalità straniera contro il 77% di italiani, in prevalenza residenti nelle zone limitrofe alla Cantina. Un dato significativo ed emblematico dell'incremento del turismo di prossimità: sempre più local vogliono vivere le bellezze del proprio territorio senza dover effettuare spostamenti troppo impegnativi sperimentando il piacere di essere "turisti in casa propria".

Nel 2022 il Bio Tour più richiesto è stato il Bio Tour Tradizione, pensato per immergersi nella storia della Famiglia Pizzolato, del territorio in cui opera e della villa Palladiana che ha visto nascere e sviluppare la Cantina. La visita prevede una passeggiata nel vigneto e la descrizione delle lavorazioni in ottica di agricoltura biologica, continua poi con una visita in tutta la cantina dalla vinificazione fino all'im-

bottigliamento e alla barricaia dove riposa il vino Raboso. Il tour termina con la degustazione di tre vini della tradizione veneta: Prosecco DOC Treviso, Manzoni Bianco DOC Piave e Raboso Piave DOC.

Inoltre, dal grafico in Figura 2 che segue, si può appurare come anche il Bio Tour Piwi Experience rientra tra i più quotati dagli ospiti della Cantina. Questo tour permette di esplorare il mondo dei vini Piwi sperimentando una nuova esperienza di degustazione. Si scoprono tutti i segreti che si celano dietro i vini da vitigni resistenti, vini cioè resistenti alle principali malattie fungine. Protagonisti di un'agricoltura sempre più sostenibile, visto il loro bassissimo impatto ambientale, i vini PIWI portano con sé una storia tutta da raccontare.

## Tipologie di Bio Tour

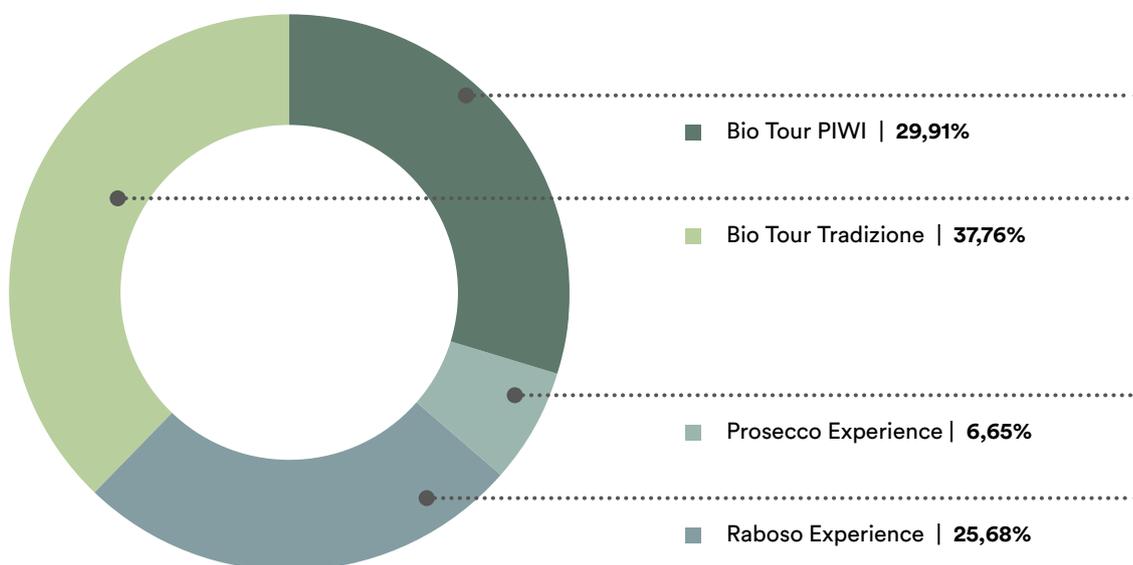


Figura 2

Un altro aspetto significativo riguarda gli investimenti che il Gruppo Pizzolato ha realizzato nel 2022 per il comparto di Hospitality incrementando i propri servizi e il proprio organico. I servizi che Cantina Pizzolato offre permettono di organizzare delle vere e proprie esperienze per privati e aziende immersi nel verde della tenuta.

Tra le offerte di Pizzolato si evidenziano:

- Servizi per il business: da sempre il gruppo Pizzolato abbraccia le collaborazioni aziendali e personali, per questo l'Officina del Vino diventa spazio eventi affittabile per tutte le aziende che vogliono offrire un'esperienza unica nel suo genere ai propri clienti oppure al proprio team. Una location perfetta per organizzare meeting e congressi accompagnandoli a raffinati aperitivi e degustazioni guidate dei vini biologici, vegani o senza solfiti aggiunti della Cantina Pizzolato;
- Visite guidate con degustazione: un vero e proprio tuffo nel mondo green del Gruppo Pizzolato. I Bio Tour sono esperienze eno-gastronomiche alla scoperta delle radici dell'azienda, dai vigneti alle aree di produzione. Questi tour fanno toccare con mano la filosofia biologica di Cantina Pizzolato, concludendo la visita con una degustazione di vini nella location dell'Officina del Vino;
- Degustazioni guidate: pensate per chi desidera prendersi del tempo per assaporare i vini biologici della Cantina guidati da uno staff preparato;

- Un ricco calendario eventi: durante l'anno Pizzolato propone un ricco e variegato calendario eventi, tra corsi di degustazione, cene a tema, aperitivi estivi, pic-nic in vigna e molto altro;
- Punto vendita: un ampio spazio della cantina è dedicato al punto vendita di Villorba, rivolto alla vendita diretta di vino biologico, vegano certificato e senza solfiti aggiunti. Un grande scaffale in faggio ospita tutti i vini: dagli spumanti e frizzanti, fino a giungere ai vini rossi e bianchi per terminare con la linea di vini senza solfiti aggiunti, la linea dei vitigni resistenti e i distillati biologici. Nel punto vendita uno staff preparato accoglie gli ospiti dell'azienda e li supporta nella scelta del vino più adatto ad ogni esigenza e ad ogni palato.

Il comune denominatore di tutti i servizi Pizzolato è offrire una vera e propria esperienza nel mondo green della Cantina, gestiti e organizzati da uno staff preparato e competente che riesce a soddisfare ogni esigenza specifica.





Piwi Masterclass

## Attività di promozione enoturistica

Nell'anno 2022 il Gruppo Pizzolato ha attuato una serie di attività di marketing e comunicazione per aumentare e migliorare la propria offerta enoturistica.

### Wine Meridian

L'azienda ha ospitato anche nell'anno 2022 il magazine online Wine Meridian con l'Italian Wine Tour. In questo modo la Cantina Pizzolato può fare conoscere le peculiarità del suo Hospitality in ottica di enoturismo italiano.

### Consorzio Prosecco DOC

Grazie alla stretta collaborazione con il Consorzio Prosecco DOC, la Cantina ha avuto l'opportunità di ospitare due importanti influencer, molto conosciuti nel mondo dei social e tra la generazione dei Millennials e della Gen Z. Un tour alla scoperta delle terre del Prosecco tra visite guidate alla Cantina e bike tour tra i vigneti biologici dell'azienda.

## Gli eventi in cantina

Il 2022 ha visto un ricco calendario eventi in Cantina con tantissime "prime edizioni" questo grazie all'implementazione dell'offerta enoturistica e della nuova Officina del Vino.

### CORSO DI WINE EXPERIENCE

La Cantina ha aperto la stagione degli eventi 2022 con il suo storico "CORSO DI WINE EXPERIENCE: avvicinamento al Vino" giunto ormai alla sua settima edizione. Il corso è occasione per avvicinarsi al mondo del vino scoprendone tutti i segreti: dalla campagna alla vinificazione fino all'abbinamento cibo-vino. Il corso si struttura in 4 lezioni, 4 serate diverse, ognuna con un proprio tema e molte curiosità da scoprire. Adatto a tutti sia a chi vuole avvicinarsi al mondo del vino sia a chi vuole arricchire e approfondire le conoscenze di questo mondo meraviglioso. Le lezioni sono guidate da Sabrina Rodelli, sommelier FISAR ed export manager dell'Azienda, e da Luca Zamai, enologo della Cantina. In ogni lezione si degustano quattro vini differenti certificati biologici accompagnati da abbinamenti culinari pensati dallo chef della Cantina.

### AGRI-SPUNTINO

Le domeniche dei mesi di febbraio e marzo sono diventate l'AGRI-SPUNTINO all'Officina del Vino. Una merenda lunga dalle 11.00 alle 20.00 alla scoperta dei vini della Cantina. Un evento di apertura dove ogni calice di vino viene accompagnato da spuntini della tradizione contadina. Proposte semplici e genuine dai taglieri di affettati e formaggi biologici, al pane profumato fatto in casa, arricchite da tante

prelibatezze a base di uova che ogni mattina vengono raccolte fresche dal pollaio dell'azienda.

### APERITIVO FORMATIVO

L'aperitivo formativo è un nuovo ciclo di aperitivi a tema firmati Cantina Pizzolato. Un aperitivo spezza settimana guidato da Sabrina Rodelli, sommelier FISAR e direttore commerciale della Cantina, e Luca Zamai, enologo della Cantina. Un'ora e mezza di svago post lavoro con amici, colleghi oppure con la propria famiglia, durante la quale gli ospiti vengono accompagnati nel mondo del vino. Dal Manzoni Bianco al Raboso, gli aperitivi formativi trattano i più svariati argomenti con l'obiettivo di fornire pillole di informazioni utili alla degustazione in un nuovo format fresco e leggero.

### PASQUETTA IN CANTINA

Nel 2022 c'è stata la prima edizione di "Pasquetta in Cantina", una giornata immersa nel verde dei vigneti incontaminati dell'azienda, tra visite guidate alla Cantina, degustazioni, passeggiate a piedi e in bici tra i vigneti e pic-nic in vigna. Un ricco programma di attività open air pensate per riconnettersi con la natura.

### CANTINE APERTE

Domenica 29 maggio Cantina e Officina del Vino hanno ospitato l'evento di portata nazionale "CANTINE APERTE" organizzato in collaborazione con MTV Italia (Movimento Turismo del Vino): un'associazione no profit di cui fanno parte circa mille tra le più prestigiose cantine d'Italia, selezionate sulla base della qualità dell'accoglienza enoturistica. Il Movimento Turismo del Vino si pone il compito di valorizzare il settore enoturistico nazionale attraverso l'organizzazione di eventi che coinvolgono tutte le Cantine interessate. Una giornata perfetta per grandi e piccini immersi nel polmone verde dell'azienda Pizzolato, a pochi passi da Treviso. Visite guidate alla cantina, passeggiate a piedi e in bici nella campagna tra un buon calice di vino e sfiziosi abbinamenti culinari preparati dallo chef dell'Officina del Vino.

### VIGNETI APERTI: WINE & WELLNESS

Per rilanciare il comparto enoturistico, l'associazione MTV Italia ha promosso il weekend in Cantina dedicato alle attività di Wine and Wellness. Domenica 19 giugno 2022, quindi, la Cantina Pizzolato ha aperto la stagione estiva con l'evento "VIGNETI APERTI - WINE&WELLNESS" proprio in collaborazione con il Movimento Turismo del Vino. È stata una giornata dove vino e wellness hanno vissuto in sintonia attraverso un programma ricco di attività open air pensato per riscoprire i sensi e riconnettersi con la natura: visite guidate alla cantina, passeggiate a piedi e in bici tra i vigneti e una rilassante lezione di Yoga nella terrazza dell'Officina del Vino.



### CENA SOTTO LE STELLE

Nel mese di luglio 2022 la Cantina inaugura la terrazza dell'Officina del Vino con tre appuntamenti di "CENA SOTTO LE STELLE": cena gourmet di mezza estate nella meravigliosa terrazza panoramica dell'Officina del Vino. Una vera e propria esperienza enogastronomica illuminata dal luccichio delle stelle. Un'atmosfera incantevole in una location unica nel suo genere abbracciata dai vigneti biologici: una vista a perdita d'occhio sul polmone verde dell'azienda Pizzolato. Dal tramonto alle stelle, un tuffo nel mondo bio attraverso una cena inebriante alla scoperta della storia e delle radici della Cantina Pizzolato. Ospiti alla prima serata di CENA SOTTO LE STELLE anche alcune aziende che, come Cantina Pizzolato, aderiscono al progetto sostenibilità promosso da Assindustria Venetocentro e guidato dal dott. Mario Paronetto. Un'esperienza enogastronomica diventata occasione perfetta per condividere e confrontarsi con altre realtà aziendale che come Pizzolato percorrono la strada della sostenibilità.

### CINEMA IN CANTINA

CINEMA IN CANTINA è un percorso di cinema in sei appuntamenti, organizzato dall'associazione SOLELUNA DOC tra le vigne delle cantine della DOC Prosecco tra Veneto e Friuli-Venezia Giulia, in collaborazione con il CONSORZIO PROSECCO DOC. Per l'anno 2022 le tematiche affrontate dalle proiezioni di film e documentari sono due: sostenibilità ambientale e biografie nell'arte, con una sezione speciale dedicata agli autori del territorio. Si parla dell'alluvione che sommerse Venezia, di passato e presente in un paese rurale della Catalogna, della rivalità uomo - natura, di antiche leggende del nord-est, di Hugo Pratt e Tintoretto.

Le proiezioni sono alimentate da energia fotovoltaica e accompagnate da degustazioni delle eccellenze enologiche delle aziende del Consorzio di tutela della Denominazione di Origine Controllata Prosecco.

### APERITIVO MUSICALE

La stagione estiva si chiude con due appuntamenti di APERITIVO MUSICALE durante i quali i vini Bio&Vegan certificati della Cantina Pizzolato sono accompagnati da taglieri di salumi di produzione dell'Azienda e formaggi invece di aziende agricole locali, il tutto allietato da un sottofondo musicale.

### FESTA DEL NOVELLO

Domenica 30 ottobre 2022 la Cantina si è tinta dei colori dell'autunno durante la consueta festa del Novello, per presentare la nuova annata del NOVELLO IGT VENETO PIWI 2022. È un vino da uve rosse resistenti PIWI, sostenibili e biologiche, con 100% macerazione carbonica e senza solfiti aggiunti. Un vino della tradizione che si veste di innovazione. Durante l'evento nell'Officina del Vino ha preso vita il "Mercatino del Riuso": abili artigiani, capaci di donare nuova anima ad oggetti classici di un tempo, hanno esposto le proprie creazioni. Un vero e proprio inno al riciclo e al riuso creativo, un incentivo a non gettare gli oggetti di un tempo ma a riutilizzarli reinventandoli. Un'intera giornata all'insegna del divertimento e del riuso dove si è potuto assaporare il primo vino dell'annata 2022 tra visite guidate alla Cantina, lezioni guidate sui vini PIWI e tantissime altre attività. Gli espositori del "Mercatino del Riuso" sono stati:

- Mosca Clothing: Silvia e Alessandro
- Zia Nina Flowerfarm: Giulia
- Ricrearti: Debora
- My Zizi Jewels: Michela
- Pittore di Insegne: Carlo.







## LA SETTIMANA DEL RABOSO

Il team marketing e il team hospitality hanno organizzato, durante il mese di novembre 2022, la prima “Settimana del Raboso”: un’intera settimana dedicata a uno dei vitigni più antichi del Veneto, con l’obiettivo di divulgarne la tipicità. 1 vitigno – 3 eventi! La Cantina ha quindi deciso di celebrare la nuova annata di Malanotte Del Piave DOCG 2019 attraverso l’organizzazione di tre eventi in Cantina interamente dedicati a questo vino di pregio.

- **LUNEDÌ 21 NOVEMBRE – ANTEPRIMA DEL MALANOTTE DOCG:** evento interamente dedicato alla nuova annata 2019 del Malanotte DOCG “Il Barbarossa”. L’anteprima è stata aperta con una presentazione tenuta da Settimo Pizzolato, titolare della Cantina, e da Luca Zamai e Walter Ceccato, enologi della Cantina. Durante l’anteprima è stato possibile degustare in isole itineranti le annate precedenti, guidati dagli enologi e da uno staff preparato. Ogni annata di Malanotte è stata accompagnata da piccoli finger food per godere a pieno dell’esperienza.
- **MERCOLEDÌ 23 NOVEMBRE – NOTE DI MALANOTTE:** degustazione musicale durante la quale si è potuta riscoprire la piacevolezza di coinvolgere tutti i sensi in una degustazione guidata, dove le note del Raboso si sono intrecciate alle note musicali della cantante Alice Dal Col, creando una sinfonia tra gusto e melodia.
- **VENERDÌ 25 NOVEMBRE – L’INSOLITO MALANOTTE: CENA CONTROCORRENTE.** La “Settimana del Raboso” si è conclusa con una cena “controcorrente”. Un menù a quattro portate elaborato da due rinomati chef e due sommelier per proporre piatti “insoliti” da abbinare a quattro sfumature del vitigno Raboso in una cena “controcorrente”. La Cantina ha voluto osare, creando un menù a base di pesce abbinato a diverse annate di Raboso, generando una sinfonia di sensi al palato mai provata prima.

## Welfare territoriale e i progetti per il sociale e lo sport

Durante tutto il 2022 la Cantina Pizzolato è stata interessata da una serie di attività volte al sostenimento di attività di welfare territoriale.

### TedxCastelfranco

Come Cantina sostenibile e biologica, l'Azienda è molto attenta ai fenomeni del cambiamento climatico e alle implicazioni in viticoltura. Per questo, il gruppo Pizzolato nel mese di gennaio ha supportato TEDxCastelfrancoVento per "Countdown", l'iniziativa globale di TED pensata per sostenere e diffondere soluzioni contro la crisi climatica, trasformando le idee in azione.

### Associazione "Viva Vittoria"

Il gruppo Pizzolato nel mese di novembre si è messo al fianco dell'associazione "VIVA VITTORIA" per dire NO alla violenza sulle donne. L'intento dell'associazione è condividere con il maggior numero possibile di donne l'idea che la violenza si può fermare cominciando dalla consapevolezza del valore di ogni donna. Come strumento per concretizzare questo progetto è stato scelto l'atto del fare a maglia, metafora di creazione e sviluppo.

### Comitato Maria Letizia Verga

Per il Natale 2022 la Cantina ha voluto sostenere il Comitato Maria Letizia Verga attraverso l'acquisto di pandori artigianali dati in regalo a dipendenti e principali stakeholder. Il Comitato Maria Letizia Verga, fondato nel 1979, ha come obiettivo quello di riunire genitori, volontari, amici sostenitori, ricercatori, medici e operatori sanitari in un'alleanza per il miglioramento della qualità complessiva della vita di bambini e ragazzi affetti da malattie emato-oncologiche.

### Villorba Calcio

Da più di 20 anni la Cantina è main sponsor del Villorba Calcio ASD. Per l'anno 2022 il gruppo Pizzolato si conferma tale e vede Settimo Pizzolato, titolare del gruppo Pizzolato, presidente della squadra maschile e Sabrina Rodelli, co-titolare dell'azienda e direttore commerciale, presidente della squadra femminile. Il primo settembre, l'Officina del Vino, lo spazio eventi del gruppo Pizzolato, ha ospitato la presentazione delle squadre che indosseranno la maglia giallo-blu nel campionato 2022-2023. L'anno 2022 è di certo un anno che entrerà nella storia del Villorba Calcio: il completo supporto è per la squadra femminile Villorba Calcio Femminile, che al termine della scorsa stagione si è aggiudicata la promozione in serie C, unica squadra della provincia di Treviso

a partecipare a un campionato PRO. "Sosteniamo il Villorba per i diversi valori che la società diffonde nel territorio, gli atleti hanno dimostrato come una maggiore diversità aumenti le possibilità di avere migliori risultati, attiri nuove generazioni e stimoli al rinnovo prendendo anche decisioni audaci. Crediamo nell'inclusione, valore che contraddistingue anche il nostro team aziendale." Sabrina Rodelli vicepresidente della Società Calcistica con delega al settore femminile, nonché responsabile commerciale della Cantina Pizzolato.

### S.O.S. Villaggi dei bambini

Lo Chef Carlo Cracco ogni anno ospita nel suo Ristorante Cracco Galleria una cena solidale di Natale con lo scopo di supportare l'associazione SOS Villaggi dei Bambini – Italia, un'associazione fondata nel 1949 in Austria da Hermann Gmeiner, per garantire ai bambini più vulnerabili una famiglia e un ambiente comunitario nel quale sviluppare pienamente le loro potenzialità. Nel 1963 il modello di accoglienza SOS arriva in Italia. Ad accompagnare alcuni piatti del menù pensato dallo chef Carlo Cracco i vini Manzoni Bianco Doc Piave 2021 e Passito Bianco IGT Veneto "Alba Chiara" dell'azienda Pizzolato. È stata un'esperienza culinaria solidale ed esclusiva che ha permesso agli ospiti di avvicinarsi ancora di più ai progetti e agli interventi promossi dall'associazione benefica.

### Speech con Riccardo Pittis

Il 28 giugno 2022 La Cantina Pizzolato ha ospitato Riccardo Pittis, giocatore professionista di Basket, per un evento di mental coaching. I principali temi trattati durante questo speech hanno spaziato dalla motivazione e leadership al concetto di team e di evoluzione imprenditoriale: come affrontare le sfide con un approccio da campioni. Grazie al racconto della sua esperienza ventennale di giocatore di basket coniugata con i suoi studi di coaching e la sua professione attuale di Mental Coach, Pittis ha saputo raccontare come il giusto mindset possa essere un potentissimo veicolo di maturazione e crescita professionale. Durante l'evento Riccardo Pittis ha coinvolto l'intero pubblico grazie alla lavagna interattiva con due monitor digital signage de L'Officina del Vino in modo da rendere la comunicazione coinvolgente e dinamica per tutti i presenti. La testimonianza di Pittis in questa serata ha trasmesso a tutto lo staff di Pizzolato la forza di cambiare, di affrontare le sfide lavorative, ma anche della vita quotidiana con il corretto mindset.





L'IMPATTO ECONOMICO DELLA SOSTENIBILITÀ

120

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

PIZZOLATO  
VINO ROSSO

PIZZOLATO  
VINO ROSSO

05

# L'IMPATTO ECONOMICO E GOVERNANCE

---

L'IMPATTO ECONOMICO E GOVERNANCE

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

## Il Rendiconto Economico

Per rendere conto dei dati economici in maniera più chiara e comprensibile rispetto al bilancio tradizionale, occorre mettere in evidenza il rapporto tra risorse utilizzate e stakeholder (e relativi ambiti di rendicontazione). A questo fine, si effettua la riclassificazione del bilancio per destinazione.

### CONTO ECONOMICO

#### A) VALORE DELLA PRODUZIONE

1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	24.861.011,00
2) Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	1.437.106,00
3) Variazione dei lavori in corso su ordinazione	
4) Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	
5) Altri ricavi e proventi	666.134,00
<b>TOTALE (A) VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>26.964.251,00</b>

#### B) COSTI DELLA PRODUZIONE

6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	19.066.900,00
7) Per servizi	2.492.917,00
8) Per godimento di beni di terzi	774.905,00
9) Per il personale	1.459.889,00
a) Salari e stipendi	1.038.231,00
b) Oneri sociali	326.032,00
c) Trattamento di fine rapporto	88.976,00
d) Trattamento di quiescenza e simili	
e) Altri costi	6.650,00
10) Ammortamenti e svalutazioni	496.873,00
a) Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	209.554,00
b) Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	271.549,00
c) Altre svalutazioni delle immobilizzazioni	
d) Svalutazioni di crediti compresi nell'attivo circolante	15.770,00
11) Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	317.424,00
12) Accantonamenti per rischi	-
13) Altri accantonamenti	
14) Oneri diversi di gestione	74.447,00
<b>TOTALE (B) COSTI DELLA PRODUZIONE</b>	<b>24.683.355,00</b>

**DIFFERENZA TRA VALORI E COSTI DELLA PRODUZIONE (A-B) 2.280.896,00**

**C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI**

	15) Proventi da partecipazioni	
	16) Altri proventi finanziari	125,00
	<i>a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni</i>	
	<i>b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni</i>	
	<i>c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni</i>	-
	<i>d) proventi diversi dai precedenti, con separata indicazione di quelli da imprese controllate e collegate e di quelli da controllanti</i>	125,00
	17) Interessi e altri oneri finanziari	108.460,00
	17 BIS) Utili e perdite su cambi	425,00
<b>TOTALE (C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI</b>		<b>-108.760,00</b>

**D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE**

	18) Rivalutazioni di attività finanziarie	-
	<i>a) di partecipazioni</i>	
	<i>b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni</i>	
	<i>c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni</i>	
	19) Svalutazioni di attività finanziarie	15.141,00
	<i>a) di partecipazioni</i>	
	<i>b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni</i>	15.141,00
	<i>c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni</i>	
<b>TOTALE (D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE</b>		<b>-15.141,00</b>

**E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI**

<b>20</b>	20) Proventi, con separata indicazione delle plusvalenze da alienazioni	
<b>21</b>	21) Oneri, con separata indicazione delle minusvalenze da alienazioni e delle imposte relative a esercizi precedenti	
<b>TOTALE (E) PARTITE STRAORDINARIE</b>		<b>-</b>

<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+C+D+E)</b>	<b>2.156.995,00</b>
--	---------------------

**D) RETTIFICHE**

<b>22</b>	Imposte sul reddito di esercizio	411.388,00
-----------	----------------------------------	------------

<b>UTILE / PERDITA DELL'ESERCIZIO</b>	<b>1.745.607,00</b>
---------------------------------------	---------------------

## La produzione del valore aggiunto

### LA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

2022

Ricavi delle vendite e delle prestazioni (al netto delle rettifiche di ricavo)		24.861.011,00
Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		1.437.106,00
Variazione dei lavori in corso su ordinazione		-
Altri ricavi e proventi		666.134,00
<b>Ricavi attività tipica</b>		<b>26.964.251,00</b>
Ricavi della produzione atipica (lavori in economia)		-
<b>VGP</b>	<b>VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>26.964.251,00</b>
<b>CO.INT</b>	<b>COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE</b>	<b>22.724.393,00</b>
<b>VACL</b>	<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>4.239.858,00</b>
Ricavi accessori		125,00
Costi accessori		30.911,00
<b>Ris.G.ACC.</b>	<b>Saldo gestione accessoria</b>	<b>-30.786,00</b>
Ricavi straordinari		-
Costi straordinari		-
<b>CO.S</b>	<b>Saldo gestione straordinaria</b>	<b>-</b>
<b>VAGL</b>	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>4.209.072,00</b>
Amm	Ammortamenti	481.103,00
<b>VAGN</b>	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>3.727.969,00</b>

## La distribuzione del valore aggiunto

### LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

2022

Personale non dipendente	-	
Personale dipendente	1.459.889,00	
> Remunerazioni dirette	1.133.857,00	
> Remunerazioni indirette	326.032,00	
> Eventuali quote di riparto del reddito	-	
<b>A</b>	<b>REMUNERAZIONE DEL PERSONALE</b>	<b>1.459.889,00</b>
Imposte dirette	411.388,00	
Imposte indirette	-	
<b>B</b>	<b>REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>	<b>411.388,00</b>
Oneri per capitali a breve termine	-	
Oneri per capitali a lungo termine	108.885,00	
<b>C</b>	<b>REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO</b>	<b>108.885,00</b>
Dividendi (Utili distribuiti alla proprietà)	-	
<b>D</b>	<b>REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO</b>	<b>-</b>
<b>E</b>	<b>REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA</b>	<b>1.745.607,00</b>
<b>F</b>	<b>LIBERALITA' ESTERNE</b>	<b>2.200,00</b>
<b>VAGN</b>	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>3.727.969,00</b>

## Il conto economico anno 2022

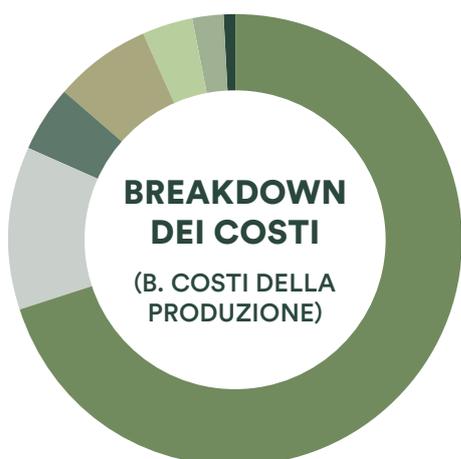
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	24.861.011	92%
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	1.437.106	5%
Altri ricavi e proventi	666.134	2%
	26.964.251	100%

B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	19.066.900	77%
Per servizi	2.492.917	10%
Per godimento di beni di terzi	774.905	3%
Per il personale	1.459.889	6%
Ammortamenti e svalutazioni	496.873	2%
Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	317.424	1%
Accantonamenti per rischi	0	0%
Oneri diversi di gestione	74.447	0%
	24.683.355	100%

Area Geografica	VALORE ESERCIZIO CORRENTE
VENDITE ITALIA	4.189.278,86
VENDITE UE	15.285.147,63
VENDITE EXTRA UE	5.386.584,51
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	1.437.106
Altri ricavi e proventi	666.134



- VENDITE ITALIA
- VENDITE UE
- VENDITE EXTRA UE
- VARIAZIONI DELLE RIMANENZE DI PRODOTTI IN CORSO DI LAVORAZIONE, SEMILAVORATI E FINITI
- ALTRI RICAVI E PROVENTI



- PER MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE, DI CONSUMO E DI MERCI
- PER SERVIZI
- PER GODIMENTO DI BENI DI TERZI
- PER IL PERSONALE
- AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI
- VARIAZIONI DELLE RIMANENZE DI MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE, DI CONSUMO E MERCI
- ACCANTONAMENTI PER RISCHI
- ONERI DIVERSI DI GESTIONE







06

## DIVENTIAMO SOCIETÀ BENEFIT

---



Nel 2022 **La Cantina Pizzolato SRL** ha compiuto un ulteriore passo nell'approfondimento della propria filosofia aziendale, ovvero diventare **Società Benefit**. Questo ha comportato la modifica dello Statuto Aziendale al fine di inserire, accanto agli obiettivi prettamente economici tipici di ogni azienda, anche degli obiettivi di beneficio comune: questi ultimi puntano a potenziare l'azione benefica dell'azienda nei confronti di temi quali la protezione dell'ambiente, la promozione della coesione sociale e del benessere economico della collettività.

L'azienda ha voluto inserire sei obiettivi, che così vengono sintetizzati:

- **la promozione sul territorio di buone pratiche agricole nel settore vitivinicolo, in particolare del biodinamico e del biologico, coinvolgendo altri soggetti (sia profit che no profit) per favorire la transizione del settore;**
- **il miglioramento continuo dei processi aziendali per minimizzare gli impatti negativi ed amplificare quelli positivi;**
- **la creazione di un luogo di lavoro salutare e sicuro, che persegua il benessere dei lavoratori e stimoli il loro coinvolgimento all'interno dei processi aziendali e il loro senso di appartenenza;**
- **mantenere alti standard di qualità nei prodotti e servizi offerti, puntando soprattutto sul contenimento dei consumi e la riduzione degli sprechi, in un'ottica di economia circolare;**
- **la promozione di attività ed eventi, soprattutto nell'ambito formativo e culturale, per far conoscere e diffondere le nostre buone pratiche;**
- **la collaborazione prioritaria con società no profit per contribuire al loro sviluppo e ampliare l'impatto positivo del loro operato, al fine di sviluppare sinergie che permettano l'attuazione della sostenibilità.**

Come si evince questi obiettivi sono legati profondamente all'identità vitivinicola della Cantina, che nasce come azienda a matrice biologica, e quindi votata al rispetto dell'ambiente e della salute umana, ma che negli anni ha evoluto questa visione, parallelamente alla diffusione del concetto di sostenibilità.

Questo ha portato ad ampliare l'orizzonte della sua azione al di fuori della parte produttiva e commerciale, rendendosi conto dell'impatto positivo che poteva avere sulla società, partendo in primo luogo dai suoi collaboratori, per poi allargarsi al mondo vitivinicolo e al territorio circostante.

L'azienda ogni anno dovrà decidere le azioni annuali per raggiungere gli obiettivi di beneficio comune e avrà inoltre l'obbligo di presentare, assieme al bilancio economico, una **relazione di impatto** che identifichi gli elementi che l'azienda ha compiuto nell'ambito dell'attuazione dei sei obiettivi dello statuto, con dati oggettivi e confrontabili. Questo ovviamente serve a garantire che l'appellativo di 'Società Benefit' non sia solo un titolo da apporre dopo il nome, ma il simbolo di un impegno concreto e costante.



# RELAZIONE D'IMPATTO 2022

## CON OBIETTIVI 2023

### MISSION

Quella che segue è la prima relazione d'impatto di La cantina Pizzolato SRL, ufficialmente Società Benefit (SB) dal 31.08.2022.

L'azienda vitivinicola si trasforma da società in accomandita semplice a SRL nel 2015 per completare la trasformazione nel settembre del 2022 e aggiungere gli scopi di beneficio comune nel proprio statuto ottenendo la nomina di Società Benefit.

Essere Società Benefit conferma la mission dell'azienda che nasce a seguito di una scelta personale di Settimo Pizzolato di dar vita ad una realtà pioniera nel mondo biologico e le sue buone pratiche descritte dalla Normativa Europea 848/2018 e che ora si traduce in una modalità più articolata di fare impresa basandosi su scelte responsabili verso tutti

Il team risulta così composto:

#### Sabrina Rodelli

Consigliere con Delega  
alla Sostenibilità

#### Serena Zanatta

Responsabile Marketing  
e Comunicazione

#### Federica Tocchetto

Responsabile  
Controllo Qualità

#### Michela Lo Iacono

Responsabile  
Risorse Umane

gli stakeholder che gravitano dentro e fuori l'azienda.

Una scelta alla volta, cambiamento dopo cambiamento, l'impresa svolge quotidianamente attività il cui obiettivo è di generare un valore ambientale e sociale, misurabili nei vari ambiti, che definiscano la natura societaria della stessa.

Nel corso del 2022 è stato costituito un team sostenibilità selezionando collaboratori provenienti da più ambiti (risorse umane, comunicazione, qualità, ambiente, marketing) al fine di poter agilmente comprendere tutti i contenuti relativi a questo tema il quale necessita di una visione olistica per essere espletato al meglio.

Il team ha lavorato attivamente con il CDA e i suoi consulenti alla stesura dello statuto già all'inizio dell'anno. Questo coinvolgimento ha fatto in modo che l'azienda

lavorasse in maniera anticipata e perseguisse gli obiettivi delle finalità selezionate pur trattandosi tecnicamente di pochi mesi del 2022.

# 86

ORE DEDICATE ALLA  
FORMAZIONE IN MATERIA  
DI SOSTENIBILITÀ DA  
PARTE DEL TEAM

# 12

INCONTRI DEL TEAM  
SOSTENIBILITÀ NEL CORSO  
DELL'ANNO 2022

## LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE de LA CANTINA PIZZOLATO SRL

**A.** La conservazione, rigenerazione e promozione del territorio, favorendo la conversione delle coltivazioni viticole al biologico e biodinamico e la fruizione in salute da parte delle persone, compreso il perseguimento di sinergie con soggetti profit e non profit per la ricerca, diffusione ed implementazione di buone pratiche agricole;

**B.** Il miglioramento continuo verso la sostenibilità ambientale e sociale dei processi e delle pratiche aziendali al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio;

**C.** La creazione di un ambiente di lavoro che garantisca la salute e la sicurezza delle persone e che sia un luogo volto alla valorizzazione e allo sviluppo del potenziale dei collaboratori, anche mediante la formazione, il welfare e la conciliazione vita-lavoro; il perseguimento del benessere lavorativo, anche attraverso la realizzazione di programmi concreti che riguardino il benessere psico-fisico e l'equilibrio vita-lavoro, per garantire che l'organico sia caratterizzato da dinamicità, entusiasmo, creatività e un forte senso di appartenenza;

**D.** La sostenibilità della propria filiera produttiva, mantenendo elevati standard di qualità e servizio eccellente, ricercando soluzioni innovative, contribuendo anche al dibattito e alla transizione del settore vitivinicolo verso produzioni sostenibili sotto i profili sociale ed ambientale, oltre che economico, anche attraverso il contenimento dei consumi, degli impatti negativi ambientali e sociali e degli scarti in un'ottica di economia circolare delle risorse;

**E.** Lo sviluppo di attività ed eventi, in particolare modo quelli formativi e culturali, anche in collaborazione con soggetti terzi compresi quelli appartenenti al mondo dell'educazione, dell'istruzione e della formazione, finalizzati ad integrare e diffondere le best practice in termini di sostenibilità;

**F.** La collaborazione ed il sostegno ad organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società, per contribuire al loro sviluppo e ampliare l'impatto positivo del loro operato, con particolare attenzione alle attività svolte sul territorio in cui opera la società.

Le singole finalità si potranno definire realizzate solo se considerate in un'unica visione d'insieme delle stesse, alla ricerca di un equilibrio che faccia perdurare nel lungo periodo il benessere interno dell'azienda e quello nel contesto nel quale essa opera.

In qualità di SB, ai sensi e per gli effetti ex art.1, commi 376-384, Legge n.208 del 28 dicembre 2015, la Società Benefit intende perseguire le finalità di beneficio comune di cui sopra e, inoltre, operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e altre associazioni.

# A.

FINALITÀ A: la conservazione, rigenerazione e promozione del territorio, favorendo la conversione delle coltivazioni viticole al biologico e biodinamico e la fruizione in salute da parte delle persone, compreso il perseguimento di sinergie con soggetti profit e non profit per la ricerca, diffusione ed implementazione di buone pratiche agricole.

## BUONE PRATICHE AGRICOLE

### AZIONE 1 | VITIGNI PIWI

#### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
La diffusione della filosofia biologica attraverso la formazione, l'utilizzo di tecniche all'avanguardia e di prodotti sperimentali.	Formazione delle aziende agricole della famiglia Pizzolato e di quelle dei propri fornitori per incentivare la coltivazione e la filosofia biologica.	La quantità di uva biologica prodotta, nel 2022, dalle molteplici aziende agricole e acquistata interamente poi da La Cantina Pizzolato SRL è di <b>48.640 quintali</b> .
La diffusione della conoscenza e dell'informazione sul tema dei vitigni resistenti PIWI come possibile risposta ai cambiamenti climatici e come nuova frontiera della viticoltura verso la diminuzione drastica dei trattamenti e l'impatto ambientale.	- Formazione delle aziende agricole della famiglia Pizzolato e di quelle dei propri fornitori; - Gli enologi di La Cantina Pizzolato SRL continuano un percorso formativo di visite e degustazioni in aziende produttrici di PIWI.	La quantità di uva PIWI prodotta, nel 2022, dalle molteplici aziende agricole e acquistata interamente poi dalla Cantina Pizzolato SRL è di circa <b>2.100 quintali</b> .

#### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Miglioramento dell'impatto ambientale con incentivo alla riduzione delle lavorazioni non necessarie in vigneto.	Almeno un incontro annuale formativo con i fornitori d'uva delle aziende agricole conferitrici.
Selezione del fornitore d'uva in base alle performance ambientali.	Questionario sulle buone pratiche svolte in vigneto.
Aumentare la diffusione della filosofia biologica e PIWI e il consumo di un vino più sostenibile.	Almeno una campagna di comunicazione sui PIWI e una masterclass sui vini biologici e PIWI rivolti a professionisti del settore.
Coinvolgimento in associazioni PIWI per formazione e istruzione sul tema.	Partecipazione attiva al PIWI ITALIA e a PIWI International.



SOCIETÀ BENEFIT

RELAZIONE D'IMPATTO 2022

# B.

FINALITÀ B: il miglioramento continuo verso la sostenibilità ambientale e sociale dei processi e delle pratiche aziendali al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio.

## BUONE PRATICHE LEGATE AL PROCESSO PRODUTTIVO

### AZIONE 1 | CONSUMO ELETTRICO

#### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Aumento dell'energia auto prodotta dall'impianto fotovoltaico.	Installazione di un unico contatore a bassa tensione che alimenti l'intera struttura aziendale, a cui possano essere collegati i pannelli fotovoltaici e che supporti una potenza di 500 kW.	<ul style="list-style-type: none"><li>- L'installazione ha permesso il collegamento di due impianti, che ora alimentano la struttura aziendale.</li><li>- Energia autoprodotta: <b>149.263</b> Kwh -&gt;79.1% tonnellate di Co2 non rilasciata in ambiente</li></ul>

#### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Ottimizzazione dell'impianto fotovoltaico.	<p>Revamping del terzo impianto fotovoltaico.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Messa in servizio impianto fotovoltaico esistente da 99 kwp, produzione prevista 104.000 Kwh - impianto attivo nel 2021, non attivo/parzialmente attivo nel 2022;</li><li>- Messa in servizio impianto fotovoltaico esistente da 138 kwp, produzione prevista 145.000 Kwh - impianto attivo nel 2021, non attivo/parzialmente attivo nel 2022;</li><li>- Impianto da 60 kwp, nuova potenza prevista 100 kwp, produzione prevista 110.000 Kwh - differenza produzione per revamping 50.000 Kwh;</li><li>- Installazione dispositivo efficientamento energetico con sistema automatico di gestione dell'energia, riduzione dei consumi annuali prevista 5% - kwh 71.000;</li><li>- Adozione di SGE "Sistema di Gestione dell'Energia" secondo norma ISO 50001.</li></ul>

## AZIONE 2 | CERTIFICAZIONI

### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Attivazione di un percorso di certificazione di sostenibilità di filiera e di organizzazione aziendale.	Partecipazione ad un corso formativo specifico in tema di sostenibilità di filiera, per comprendere e selezionare il percorso da intraprendere.	Inizio del percorso per l'ottenimento della certificazione Equalitas.

### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Ottenimento della certificazione Equalitas.	L'azienda ha completato quasi tutte le pratiche necessarie per l'ottenimento della certificazione al 31/12/2022 e si appresta a svolgere l'audit confermato per i giorni 06 e 07 febbraio 2023.

## AZIONE 3 | TEAM DI SOSTENIBILITÀ

### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Istituito il Gruppo Sostenibilità aziendale.	Individuata una persona di riferimento in ciascuna area.	Team composto da <b>4 persone</b> in organigramma.

### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Introduzione in azienda della figura di un tecnico della sostenibilità.	Stesura dello specifico mansionario e attivazione della ricerca della figura.
Formazione continua sul tema sostenibilità.	Almeno <b>40 ore</b> di formazione per l'intero team Pizzolato.
Allineamento e aggiornamento annuale di tutta l'azienda sul tema sostenibilità.	Almeno un focus sostenibilità in ogni riunione plenaria.

# B.

## AZIONE 4 | RIDUZIONE SPRECHI E CONSUMI

### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Diventare azienda Plastic Free.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricerca di un partner per eliminare la plastica monouso;</li> <li>- Riduzione dello spessore del film dell'estensibile che avvolge il bancale;</li> <li>- Introduzione della borraccia come kit benvenuto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostituzione della plastica monouso con materiali biodegradabili;</li> <li>- Riduzione del 26% di plastica;</li> <li>- Altre 9 borracce per nuovi collaboratori.</li> </ul>
Evitare gli sprechi di cibo nella mensa	Porzioni ad personam	Zero sprechi. Il poco rifiuto organico prodotto viene convertito in compost per le aziende agricole.
Recupero bottiglie linea "M-use"	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recupero bottiglie scartate della linea "M-use"</li> <li>- Ricerca di un partner che ritagliasse gli scarti di produzione delle bottiglie "M-Use" per poterle convertire in candele e altri oggetti di design.</li> </ul>	Totale candele realizzate: 714

### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Sensibilizzare i collaboratori in materia di raccolta differenziata dei rifiuti per un continuo miglioramento.	Creazione di isole di raccolta di più immediata visibilità.
Introduzione di un sistema per la misurazione della Carbon e della Water Footprint.	Elaborazione dei dati per valutare l'abbattimento del consumo di CO <sub>2</sub> e il consumo dell'acqua.





**FINALITÀ C:** la creazione di un ambiente di lavoro che garantisca la salute e la sicurezza delle persone e che sia un luogo volto alla valorizzazione e allo sviluppo del potenziale dei collaboratori, agendo anche tramite la formazione, il welfare e la conciliazione vita-lavoro; il perseguimento del benessere lavorativo, anche mediante la realizzazione di programmi concreti attinenti il benessere psico-fisico e l'equilibrio vita-lavoro, al fine di assicurare un organico caratterizzato da dinamicità, entusiasmo, creatività e un forte senso di appartenenza.

## BUONE PRATICHE VERSO LE PERSONE

### AZIONE 1 | WELL BEING IN AZIENDA

ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
<ul style="list-style-type: none"><li>- Migliorare il clima aziendale.</li><li>- L'azienda ha continuato a sviluppare il progetto "Ascoltiamoci", percorso volto al raggiungimento del benessere aziendale.</li><li>- Per la realizzazione di tale progetto ci si è avvalsi della collaborazione di una Chief Happiness Officer certificata, figura specializzata in agile HR, sicurezza psicologica, diversità e inclusione.</li></ul>	Eseguito il test annuale (Gallup Q12) un questionario anonimo per la misurazione del consenso del personale, unito a domande aperte al fine di acquisire suggerimenti, critiche e tutto ciò che i collaboratori hanno voluto esprimere liberamente.	Aumento del punteggio da 3.18 a 3.40 in una scala da 1 a 5 del livello di coinvolgimento e mantenimento del livello di soddisfazione.
Riorganizzazione interna per un organigramma più chiaro e preciso.	Sono state mappate tutte le figure professionali presenti in azienda e individuato per ciascuna il ruolo più adeguato.	Assegnate le mansioni specifiche e collocate nella corretta area di appartenenza.
Rendere più performanti alcuni settori e alleviare i carichi di lavoro.	Individuati alcuni ruoli mancanti.	Inserimento di nuove figure professionali e specializzate.
	Riduzione/azzeramento degli straordinari.	Il ricorso al lavoro straordinario è ammesso esclusivamente nell'ipotesi di comprovate esigenze tecnico/produttive e/o scadenze non prorogabile, previa autorizzazione da parte del proprio responsabile.
	Orario ridotto all'interno degli uffici nella giornata del venerdì.	Uscita anticipata alle ore 14.00.

Rendere la comunicazione più fluida e precisa.	L'implementazione della bacheca aziendale con annessa cassetta dei consigli/ suggerimenti (coperti dall'anonimato) e gruppo WhatsApp per le comunicazioni inerenti all'ambito HR.	Aumento dell'engagement.
Condivisione dei valori aziendali.	Aumento dei momenti di incontro con i collaboratori.	Tre riunioni plenarie, una gita aziendale, meeting settimanali/ bisettimanali per settore.
Convenzioni e sconti in negozi e per servizi locali.	Card convenzioni Confindustria Veneto Est.	Acquisti e accesso a determinati servizi (anche sanitari) a prezzi agevolati.
Attivare il servizio mensa aziendale.	Avvio servizio mensa espresso, a cura di un cuoco professionista. Tale servizio è attivo dal lunedì al venerdì dalle ore 12.00 alle ore 14.00 al costo di €2,50. Le materie prime utilizzate sono tutte biologiche.	L'80% dei collaboratori usufruisce quotidianamente del servizio.

**ANNO 2023**

OBIETTIVO	KPI
Nuovo codice etico e regolamento.	Stesura e condivisione del nuovo codice.
Adozione di un piano di programmazione ferie per settore.	Coinvolgimento del 100% dei collaboratori nella scelta del proprio piano ferie.
Mantenimento della condivisione dei valori aziendali.	Anche per il 2023 previsione di riunioni plenarie, momenti di incontro, di condivisione e meeting settoriali a cadenze settimanali/ bisettimanali.

**Indice di coinvolgimento aziendale**

Media totale azienda (calcolata su tutte le risposte a tutte le domande)

**3,62**  
3,63

La media di soddisfazione dei dipendenti è **3,62**. Questo numero indica il suo personale livello di soddisfazione (affermazione 0).

**3,40**  
3,18

L'indice di coinvolgimento tiene conto di tutte le aree di indagine. Questo indice, monitorato anno su anno, aiuta a valutare se gli interventi attuati hanno portato giovamento ai dipendenti.

**Indice di coinvolgimento aziendale**

Media totale per fascia di coinvolgimento

**18%**  
15%

**6**  
5

Dipendenti con un valore medio tra il 4 e il 5 (media Italia 2018: 5%) - *engaged*

**62%**  
41%

**21**  
13

Dipendenti con un valore medio tra il 3 e il 3,99 (media Italia 2018: 65%) - *not engaged*

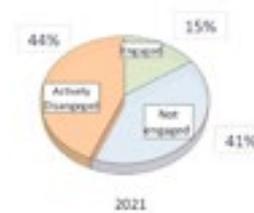
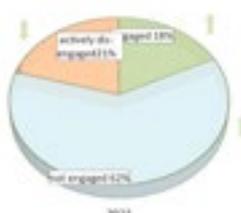
**20%**  
44%

**7**  
14

Dipendenti con un valore medio tra l'1 e il 2,99 (media Italia 2018: 30%) - *actively disengaged*

**ENGAGEMENT**

LIVELLO DI COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE



**AZIONE 2 | INCENTIVI PER I COLLABORATORI****ANNO 2022**

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Premio di fine anno 2022 assegnato a tutti i dipendenti.	Assegnazione a tutti i collaboratori di un premio in misura proporzionale al tempo annuale di permanenza in azienda e non per categorie omogenee.	Premio aziendale totale €19.100,00.

**ANNO 2023**

OBIETTIVO	KPI
Attivazione di un piano welfare per tutti i collaboratori.	Individuazione del fornitore e attivazione di un portale personalizzato.

**AZIONE 3 | FORMAZIONE DEI COLLABORATORI****ANNO 2022**

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Sviluppo della formazione dei collaboratori.	Effettuata formazione principalmente in ambito sicurezza, sostenibilità e certificazione Equalitas.	- Ore totali di formazione svolta: 355 - Personale coinvolto: 23 collaboratori

**ANNO 2023**

OBIETTIVO	KPI
Aumento delle competenze dei collaboratori (sia hard che soft skills).	Formazione personalizzata. Messi a disposizione per ciascun collaboratore un importo pari ad €500,00 oltre ad un budget di €5.000,00 per la formazione di gruppo.
Aumento delle performance.	Studio, comunicazione e monitoraggio di obiettivi ad personam e di team.

# D.

**FINALITÀ D:** la sostenibilità della propria filiera produttiva, mantenendo elevati standard di qualità e servizio eccellente, ricercando soluzioni innovative, contribuendo anche al dibattito e alla transizione del settore vitivinicolo verso produzioni sostenibili sotto i profili sociale ed ambientale, oltre che economico, anche attraverso il contenimento dei consumi, degli impatti negativi ambientali e sociali e degli scarti in un'ottica di economia circolare delle risorse.

## BUONE PRATICHE VERSO IL PRODOTTO E LA FILIERA

### AZIONE 1 | PACKAGING DEL PRODOTTO

#### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scelta di un packaging con ridotto impatto ambientale;</li> <li>- Riutilizzo di un materiale di scarto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'azienda nel corso dell'anno ha optato per la fornitura di tappi in sughero con dichiarata compensazione della CO<sub>2</sub>;</li> <li>- Progetto "Cycle4Green" per il recupero dei liner di carta siliconata della zona imbottigliamento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'azienda ha compensato un livello di CO<sub>2</sub> pari a 1631,3 tonnellate di CO<sub>2</sub>.</li> <li>- L'azienda ha recuperato 5.4 tonnellate di carta siliconata con una stimata riduzione di 10.3 tonnellate di CO<sub>2</sub> risparmiata all'ambiente.</li> </ul>

#### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Continua scelta di un packaging con ridotto impatto ambientale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riduzione del peso delle bottiglie di almeno il 15%;</li> <li>- Riduzione dello spessore del cartone di almeno il 40%.</li> </ul>
Miglioramento del progetto Cycle4Green.	Scelta di un partner territorialmente più vicino per il recupero dei liner di carta siliconata.
Sensibilizzazione dei collaboratori per incentivare la diminuzione degli scarti di produzione.	Esposizione di cartellonistica con i dati sull'andamento degli scarti di produzione tra cui vetro e capsule.





# E.

FINALITÀ E: lo sviluppo di attività ed eventi, in particolare modo quelli formativi e culturali, anche in collaborazione con soggetti terzi compresi quelli appartenenti al mondo dell'educazione, dell'istruzione e della formazione, finalizzati ad integrare e diffondere le best practice in termini di sostenibilità.

## BUONE PRATICHE VERSO IL TESSUTO SOCIALE

### AZIONE 1 | IL RAPPORTO CON LE SCUOLE

ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Attivazione di stage aziendali formativi per fornire esperienze ai giovani.	L'azienda ha posto in essere tirocini curriculari ed extra curriculari mantenendo salde le relazioni con le scuole del territorio.	Sette studenti tirocinanti in collaborazione con l'Istituto Cerletti di Conegliano, l'Istituto G. Marconi di Conegliano, la Fondazione ITS Agroalimentare Veneto, Veneto Lavoro, UniS&F, L'Università degli Studi di Padova, di Udine e Cà Foscari di Venezia.
Attivazione di uno stage aziendale in supporto al team sostenibilità.	Ricerca della figura.	Si è inserito in azienda un tirocinante totalmente dedicato ai temi della Sostenibilità, in vista anche della certificazione Equalitas.
Attivazione "Cantina Porte Aperte" in collaborazione con le scuole per incentivare le visite e i tour in azienda.	L'azienda ha realizzato cinque tour in azienda dedicati all'integrazione del programma scolastico.	Totale di 172 studenti in visita (Studenti Morigia Perdisa Ravenna; Studenti Massimo Alberini; Instituto Nacional De Investigación Agropecuaria Uruguay; Istituto Tecnico Olandese; Università Cà Foscari).
Supporto agli eventi dedicati alle buone pratiche di responsabilità per i giovani.	Sostegno al progetto "Education Next" promosso da Confindustria VenetoEst per portare nelle scuole superiori la cultura della sostenibilità e dell'economia circolare.	Due incontri virtuali con le classi 4 <sup>a</sup> di Ragioneria dell'Istituto Alberti di Abano Terme (PD) per la presentazione di cinque progetti degli studenti legati alla creazione di un prodotto/vino innovativo dal packaging sostenibile.

<p>Raggiungere gli obiettivi annuali del Gruppo Sostenibilità per continuare il percorso di condivisione di buone pratiche di responsabilità</p>	<p>Adesione al gruppo e partecipazione agli incontri del gruppo sostenibilità di Confindustria VenetoEst per confronti sulle tematiche della sostenibilità e sulla loro integrazione nelle politiche produttive e commerciali. Il gruppo è diviso in sottogruppi di discussione che organizzano visite nelle rispettive sedi per mostrare le strutture e illustrare le azioni svolte e le buone pratiche sostenibili. Il gruppo nel suo complesso vuole essere un modo per potersi scambiare idee ed esperienze, ed eventualmente formare collegamenti interpersonali ed interaziendali.</p>	<p>Quattro visite alle aziende del sottogruppo in cui Pizzolato era proposto.</p> <p>Un evento in cantina “Cena sotto le stelle” per ospitare la fine della progettualità annuale.</p>
<p>Condividere e supportare gli eventi e le buone pratiche di responsabilità per i giovani.</p>	<p>Sostegno al progetto “Education Next” promosso da Assindustria Venetocentro per portare nelle scuole superiori la cultura della sostenibilità e dell’economia circolare. In occasione della Settimana della Sostenibilità, che si è tenuta dal 16 al 20 maggio 2022, gli studenti hanno presentato i loro progetti frutto di mesi di lavoro, di apprendimento e sensibilizzazione.</p>	<p>Due incontri virtuali con le classi 4<sup>^</sup> di Ragioneria dell’Istituto Alberti di Abano Terme (PD) per la presentazione di progetti degli studenti legati alla creazione di un prodotto/vino innovativo dal packaging sostenibile.</p>

#### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
<p>Continua collaborazione con scuole e istituti del territorio.</p>	<p>Implementare le visite guidate da parte degli istituti di almeno il 10%.</p>
<p>Mantenimento della condivisione dei valori aziendali.</p>	<p>Anche per il 2023 previsione di riunioni plenarie, momenti di incontro, di condivisione e meeting settoriali a cadenze settimanali/ bisettimanali.</p>

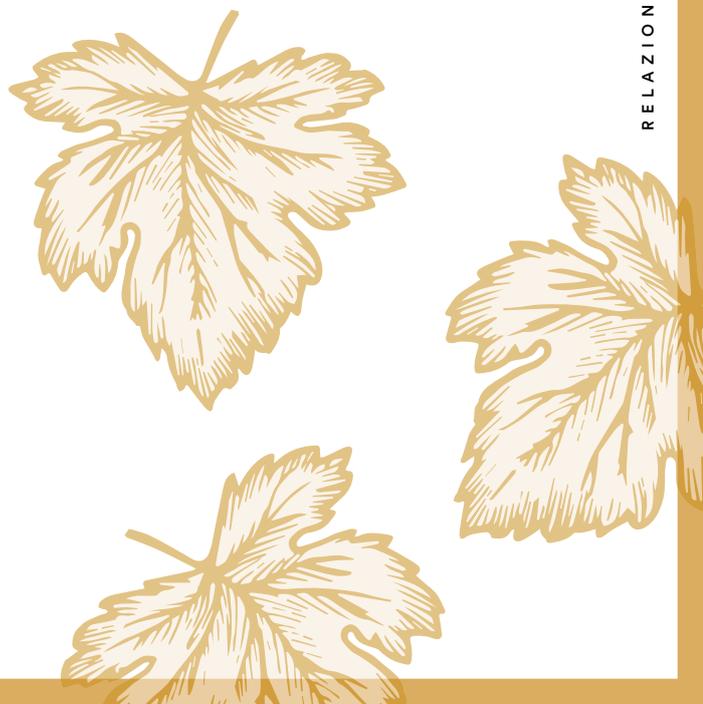
**AZIONE 2 | EVENTI E COLLABORAZIONI****ANNO 2022**

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Incontro dopo due anni di pandemia con i clienti esteri e condivisione dei valori aziendali .	Organizzazione dell'evento Pizzolato "Get Together".	Trentasei clienti provenienti da quattordici diversi paesi esteri, evento in cui i focus sono stati la convivialità, la condivisione e la voglia di consolidare i rapporti di business.
Raggiungimento degli obiettivi annuali del Gruppo Sostenibilità per continuare il percorso di condivisione di buone pratiche di responsabilità.	Adesione al gruppo sostenibilità di Confindustria VenetoEst e partecipazione agli incontri prefissati.	- Quattro visite alle aziende del gruppo; - Un evento in cantina "Cena sotto le stelle" per ospitare la fine della progettualità annuale.

**ANNO 2023**

OBIETTIVO	KPI
Divulgazione della nostra esperienza nel biologico e delle buone pratiche aziendali che possano essere frutto di cambiamenti anche per altri.	Partecipazione come relatori ad almeno un evento legato ai temi della sostenibilità.
Consapevolezza da parte dei clienti Italia ed Estero del livello di coinvolgimento in materia di sostenibilità.	Creazione e invio di un questionario di engagement.
Partecipazione attiva alla settimana della sostenibilità di Treviso di Confindustria Veneto Est.	Assicurare la presenza quotidiana di almeno un collaboratore durante le giornate di eventi e discussioni.
Organizzazione in cantina di "Il mese della sostenibilità".	Organizzazione eventi ed appuntamenti rivolti ai temi della sostenibilità ambientale, sociale e territoriale che si concludono con la pubblicazione del bilancio sociale 2022.

<b>AZIONE 3   EVENTI E COLLABORAZIONI</b>		
<b>ANNO 2022</b>		
<b>OBIETTIVO</b>	<b>ATTIVITÀ SVOLTA</b>	<b>RISULTATI</b>
Sviluppo di un nuovo portale web per migliorare la comunicazione della filosofia Pizzolato.	Il 2022 ha visto impegnato l'ufficio marketing e comunicazione nella realizzazione di un nuovo sito internet: <a href="http://www.lacantinapizzolato.com">www.lacantinapizzolato.com</a> .	Nuovo sito web visitabile e on line dal 07 novembre 2022.
<b>ANNO 2023</b>		
<b>OBIETTIVO</b>	<b>KPI</b>	
Implementazione delle visite e delle vendite nel sito internet.	Aumento del 5%.	



# F.

**FINALITÀ F:** la collaborazione ed il sostegno ad organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società, per contribuire al loro sviluppo e ampliare l'impatto positivo del loro operato, con particolare attenzione alle attività svolte sul territorio in cui opera la società. Le singole finalità si potranno definire realizzate solo se considerate in un'unica visione d'insieme delle stesse, alla ricerca di un equilibrio che faccia perdurare nel lungo periodo il benessere interno dell'azienda e quello nel contesto nel quale essa opera.

## BUONE PRATICHE VERSO IL TERRITORIO

### AZIONE 1 | ASSOCIAZIONE E TERRITORIO

#### ANNO 2022

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Supporto ad associazioni contro la violenza sulle donne.	Collaborazione e supporto all'Associazione "VIVA VITTORIA" per dire fortemente no alla violenza sulle donne.	Contributo versato all'associazione di € 1.000,00.
Mantenimento della collaborazione e del supporto ad associazioni rivolte al sostegno di bambini e giovani ragazzi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborazione con Comitato Maria Letizia Verga, associazione dedicata al miglioramento della qualità della vita di bambini e ragazzi affetti da malattie emato-oncologiche.</li> <li>- Supporto a SOS VILLAGGI DEI BAMBINI ITALIA – presso il ristorante dello chef Cracco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordine Panettoni per un totale di € 1.200,00</li> <li>- I vini bio&amp;vegan di Cantina Pizzolato SRL sono stati abbinati alla cena solidale.</li> </ul>
Sostegno ad attività sportive del nostro comune di Villorba.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sponsorizzazione del Villorba Calcio. Associazione che coinvolge più di 300 giovani atleti;</li> <li>- Sponsorizzazione del Rugby Villorba.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'azienda ha sponsorizzato la società calcistica per un totale di €40.000.</li> <li>- L'azienda ha donato vino per un valore totale annuale di € 2488,30.</li> </ul>

#### ANNO 2023

OBIETTIVO	KPI
Mantenimento del rapporto con Associazione Maria Letizia Verga.	Donazione all'associazione durante il periodo natalizio.
Condivisione dei valori con le associazioni di cui l'azienda è sponsor.	Definizione di un progetto per implementare la collaborazione con il Villorba Calcio.
Sostegno ad attività culturali.	Sponsorizzazione e supporto di almeno una attività culturale.

“

Redire la prima Relazione d'impatto è stata un'esperienza preziosa per ritrovarsi a riflettere sui rapporti umani.

Se le formiche si mettessero d'accordo muoverebbero un elefante, dice un vecchio proverbio.

Riteniamo sia proprio questo il fine di questo strumento, mettere d'accordo tante più formiche possibili, convincere quante più teste possibili, trovare quante più mani possibili che condividano i valori nobili di una vita responsabile, mettendo in atto un cambiamento quotidiano profondo e convinto.

Quanto tempo ci vorrà? Tutto il tempo necessario e forse non sarà abbastanza; quello che abbiamo imparato è che non è un progetto a termine bensì un processo di evoluzione inevitabile e inarrestabile. Nel nostro vigneto abbiamo una frase: la natura non ha fretta eppure tutto si realizza. Siamo sicuri che la natura continuerà ad esistere. È forse l'umanità che ora deve correre se vorrà continuare a farne parte. Come piccole formiche ognuno di noi può fare la propria parte.

*Sabrina Rodelli, consigliere con delega alla sostenibilità.*





## VALUTAZIONE IMPATTO BCORP AL 31/12/2022

# LA CANTINA PIZZOLATO SRL

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2022



### Azienda



### Punteggio minimo B Corp



L'azienda si impegna a lavorare sulle sezioni più carenti per ottenere il punteggio necessario ad accedere al raggiungimento della certificazione B-Corp.

## GOVERNANCE

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e le pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

Domande  
Risposte

21/25

Punteggio  
generale

15.8



## LAVORATORI

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori

44/47

24.2



## COMUNITÀ

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

35/35

15.6



## AMBIENTE

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

58/66

17.1



## CLIENTI

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

8/8

4.3



“  
**La natura non ha fretta,  
eppure tutto si realizza**



“  
**La natura non ha fretta,  
eppure tutto si realizza**



[lacantinapizzolato.com](http://lacantinapizzolato.com)