



# SOMMARIO

# 5 LETTERA AGLI STAKEHOLDER

# 6 VISION, MISSION E VALORI

# 9 IL GRUPPO PIZZOLATO

10	Organigramma aziendale
11	Membri della famiglia
12	Le tenute

# 13 CANTINA PIZZOLATO

13	La sede
14	La storia
16	Il 2023 in numeri
17	Distribuzione ettari per varietà d'uva

# 19 CASALE TERZO

19	La sede
20	La storia
21	Il 2023 in numer

# 23 LA TUTELA DELL'AMBIENTE

25	Buone pratiche in vigneto
26	Le certificazioni a garanzia del consumatore
27	FOCUS: Equalitas
28	Inumeri
30	FOCUS: Vetro

# 33 IL VALORE DEL GRUPPO

35	Matrice di materialità
36	Le persone Pizzolato
44	FOCUS: Welfare
46	FOCUS: L'impegno quotidiano che premia
48	Iclienti
49	FOCUS: Pizzolato nel mondo
50	Ifornitori
51	FOCUS: Scegliere fornitori vicini
52	Gli enti di controllo
52	Le banche
53	La comunità
54	Attività in cantina
55	Progetti sul territorio
56	FOCUS: Mese della sostenibilità

# 59 L'IMPATTO ECONOMICO

60	Il rendiconto economico
62	La produzione del valore aggiunto
63	La distribuzione del valore aggiunto
64	Il conto economico 2023
66	FOCUS: Rating di legalità
69	Agenda 2030

# 73 RELAZIONI E VALUTAZIONI

74	Relazione d'impatto 2023 con obiettivi 2024
90	Valutazione Impatto BCORP al 31/12/2023



# Carituti...

Soci, Collaboratori, Clienti e Amici della Cantina Pizzolato,

anche quest'anno abbiamo redatto il nostro bilancio sociale, uno strumento fondamentale per creare interesse e attenzione verso l'ambiente, generare sinergie e promuovere una visione a lungo termine, con la speranza di donare qualcosa di prezioso alle generazioni future. Questo bilancio rappresenta per noi, un impegno annuale, a cui teniamo fede dal 2017, per rendere conto, con estrema trasparenza, dell'impatto delle nostre attività aziendali sul contesto so-

ciale e ambientale, illustrandone filosofie, politiche e impegni verso clienti, collaboratori, ambiente e la nostra comunità.

Il 2023 è stato un anno di profonde riflessioni e sfide significative, un anno in cui abbiamo realizzato di esserci allontanati dalle nostre origini, troppo concentrati a pensare oltre, da aver perso di vista il punto di partenza. La nostra

identità è imprescindibile dalla terra, è radicata nell'agricoltura biologica, ed è qui che dobbiamo concentrare le nostre energie.

Come "custodi della terra" sentiamo la grande responsabilità di operare attraverso un sistema di produzione che eviti lo sfruttamento delle risorse naturali, in particolare del suolo, dell'acqua e dell'aria, utilizzando invece tali risorse all'interno di un modello di sviluppo che possa essere sostenibile e durare nel tempo.

Gli scorsi anni abbiamo affrontato sfide molto complesse a causa del cambiamento climatico. Le condizioni meteorologiche estreme hanno messo alla prova la nostra capacità di adattamento e resilienza. Tuttavia, queste difficoltà ci hanno spinti a riflettere ancora di più sull'importanza del nostro lavoro e sul nostro impegno verso pratiche agricole sostenibili.

Abbiamo dovuto affrontare periodi di siccità alternati a piogge torrenziali e temperature anomale, che hanno reso la produzione vitivinicola estremamente complessa. Nonostante queste sfide, il nostro team ha dimostrato una

> dedizione e una passione straordinaria, lavorando instancabilmente per garantire che i nostri vigneti fossero curati nel miglior modo possibile.

> Ringraziamo di cuore tutti i nostri collaboratori, clienti, fornitori e le associazioni che operano con noi, al nostro fianco con impegno e passione, anno dopo anno, con spirito di miglioramento continuo.

Ci impegniamo a "coltivare valori" e a diffonderli attraverso le nostre testimonianze con l'obiettivo di sensibilizzare sempre più persone.

Confidando che questo bilancio sociale possa trasmettere a tutti voi le nostre convinzioni, i nostri progetti e le sfide che affrontiamo, giorno dopo giorno, per continuare insieme a costruire un futuro più sostenibile.

Con gratitudine e speranza,

Come "custodi della

terra" sentiamo la grande

responsabilità di operare

attraverso un sistema

di produzione che eviti

lo sfruttamento delle

risorse naturali

Settimo Pizzolato

# Winedreamers: agricoltura biologica, sogni e ricerca per il futuro, una realtà dinamica capace di vedere oltre.

Cinque generazioni di storia e di tradizione, unite a un lungo impegno nella produzione enologica sostenibile e di qualità, realizzando passo dopo passo la nostra idea di futuro. Un percorso iniziato nel 1981 con l'obiettivo di operare nel pieno rispetto dell'ambiente e di valorizzare il territorio in cui siamo immersi.

# Mission

Impegnati costantemente nello sviluppo di metodi innovativi e rispettosi dell'ambiente, miriamo a creare un vino biologico che sia sostenibile in ogni aspetto: dalla coltivazione delle viti fino alla scelta del packaging.

Radicati saldamente nel rispetto e nella valorizzazione del territorio, proprio come le robuste radici di una pianta di vite. La coltivazione biologica è il tronco solido che sostiene l'intera struttura, mentre i rapporti di fiducia con i nostri clienti si estendono come tralci vigorosi. I frutti del nostro lavoro sono i risultati tangibili di uno sviluppo innovativo che guarda al futuro.

Con un impegno costante verso pratiche agricole sane e corrette, manteniamo un controllo scrupoloso su ogni fase del processo produttivo, dalla vigna alla bottiglia senza mai dimenticare la qualità dei vini.

Valori

QUALITÀ E AUTENTICITÀ **EQUITÀ ONESTÀ E TRASPARENZA** BENESSERE DEI VAL ORE **RISORSE** SICUREZZA DEL CONSUMATORE **UMANE SOSTENIBIL AMBIENTAL** RISPETTO PER LA BIODIVERSITA AGRICOLTURA SANA E BIOLOGICA INNOVAZIONE



# 01 IL GRUPPO PIZZOLATO

# IL GRUPPO PIZZOLATO

Nel 2021, abbiamo intrapreso un significativo processo di rinnovamento organizzativo all'interno di Pizzolato, una trasformazione ispirata dalla necessità di adeguarsi alla crescita e all'espansione continua del nostro marchio. Questa evoluzione ha portato a una serie di miglioramenti strategici nelle nostre operazioni, consentendoci di ottimizzare le risorse e di incrementare l'efficienza produttiva.

La creazione della Holding Pizzolato è stata un passo fondamentale in questa direzione, fungendo da catalizzatore per una maggiore coesione e sinergia tra i membri della famiglia. Questa nuova struttura ci ha permesso di consolidare le nostre attività sotto un unico cappello permettendoci di mantenere sempre vivi i valori e la passione che da generazioni caratterizzano il nostro operato.

# Organigramma



Casale Terzo Società Agricola SRL

La Cantina Pizzolato SRL



Pizzolato Settimo Rodelli Sabrina

Pizzolato Federico Pizzolato Stefania





# Settimo Pizzolato

PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO

Sogna il biologico dalla fine degli anni '80, quando pochi osavano crederlo possibile. Studia e crea le condizioni perché il suo sogno biologico possa continuare ad evolversi, accettando sempre nuove sfide. Le sue braccia aperte ci invitano ad addentrarci in questo mondo.



# Sabrina Rodelli

CONSIGLIERE, RESPONSABILE COMMERCIALE E MARKETING E DELEGATA SOSTENIBILITÀ

Mentre fa girare un mappamondo che si trasforma in un caleidoscopio, sogna una cantina che sia un posto da chiamare casa. Un luogo da cui partire verso il mondo, per contaminare culture diverse con il prodotto della nostra terra: il vino biologico Pizzolato.



# Stefania Pizzolato

CONSIGLIERE, RESPONSABILE AMMINISTRAZIONE E RISORSE UMANE

Immagina un luogo dove il tempo sembra fermarsi, regalando momenti di autentico piacere, perfetto per degustare i vini biologici della cantina e conoscere la storia della famiglia che si dedica alla produzione di vino da generazioni.



# Federico Pizzolato

CONSIGLIERE E
RESPONSABILE PRODUZIONE

In cantina, osserva i ritmi della produzione e coglie ogni opportunità per migliorare e sperimentare. I suoi sogni sono intrisi di profumi intensi e di una costante ricerca di perfezione che lo spinge sempre più in avanti nel suo sogno enologico.



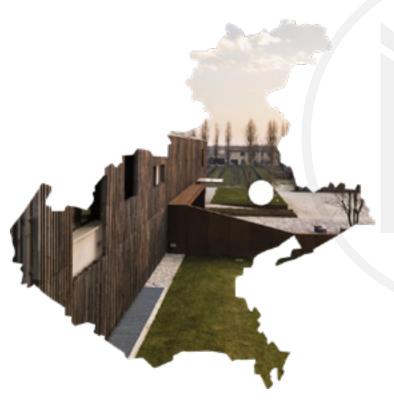
# Edoardo Pizzolato

PICCOLO DI CASA, FIGLIO DI SETTIMO E SABRINA

Coccolato dalla natura in tutto il suo splendore e ispirato a sognare grandi cose, tra un grappolo d'uva e una nuvola di fantasia, guarda al domani con la visione di un winedreamer.



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

La cantina biologica 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 Colle di 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.



# **CANTINA PIZZOLATO**

# La sede

La Cantina Pizzolato si trova nelle distese delle pianure di Villorba, a pochi passi dal centro storico di Treviso e a pochi chilometri dalla rinomata e suggestiva Venezia.

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 con un unico denominatore comune, la qualità del vino e la passione che ci unisce.

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, aperta al pubblico e ai suoi visitatori, i quali possono toccarla con mano attraverso i Bio Tour e le degustazioni guidate dallo staff.

La moderna sede esalta l'importanza della storica villa di famiglia: un grande edificio del Cinquecento, in perfetto stile Palladiano, rappresentato in numerose mappe della città già dal 1680. La casa Pizzolato è da sempre simbolo di ospitalità e di unione familiare, tanto da essere raffigurata nel logo aziendale, raccontando l'origine di una storia che contribuisce alla crescita di un'intera società e ne consolida i principi fondanti.

Oltre alla sede principale, la Cantina Pizzolato dispone di due magazzini logistici a Giavera del Montello, a pochi chilometri dalla sede produttiva.

# La storia

1981



BOTTIGLIE PRODOTTE

La cantina produce solo vino sfuso



COLLABORATORI Settimo affianca il padre Gino Nasce l'azienda agricola Pizzolato Settimo & Gino. Inizialmente l'attività è orientata all'allevamento del bestiame e alla coltivazione e raccolta di frutta. L'uva e il conseguente vino prodotto, vanno ad integrare l'offerta. È in questi anni che Settimo comincia a sperimentare la coltivazione biologica facendola diventare il valore fondante della sua attività.

1987



BOTTIGLIE PRODOTTE 6.000 vino fermo



COLLABORATORI Alcuni familiari Tutta la produzione vinicola viene imbottigliata lasciando alle spalle la commercializzazione del vino sfuso. La linea di imbottigliamento mobile viene posizionata davanti alla casa di famiglia. Le prime etichette di vino riportano gli archi distintivi della villa, gli stessi utilizzati come simbolo nel logo di Pizzolato. I vini prodotti in questi anni sono Verduzzo, Merlot e Cabernet.

1991



BOTTIGLIE PRODOTTE
43.000 vino fermo
6.000 vino frizzante/spumante



COLLABORATORI Alcuni familiari L'azienda agricola ottiene la certificazione biologica come riconoscimento per tutti i suoi prodotti, dalle terre coltivate a frutteto fino alla campagna sede dei vigneti. La superficie aziendale dedicata a vigneto passa dai 2,5 ettari ai 7,5 ettari. La viticoltura biologica diventa ufficialmente l'elemento imprescindibile e caratterizzante dell'azienda.



1994



BOTTIGLIE PRODOTTE
130.000 vino fermo
20.000 vino frizzante/spumante



COLLABORATORI

COLLABORATO

Nascono gli spumanti Frederik e Stefany: il primo di Chardonnay, il secondo di Prosecco. Settimo sceglie di dedicarli ai suoi figli. La produzione vinicola arriva a toccare le 2000 bottiglie per tipologia. L'azienda è pronta a far conoscere all'estero il vino biologico: Settimo e l'enologo Walter, preparano le valige e presentano 12 vini al primo BIOFACH in Germania.

# 1999



BOTTIGLIE PRODOTTE
600.000 vino fermo
400.000 vino frizzante/spumante



COLLABORATORI

La cantina giunge a produrre 1 milione di bottiglie l'anno. L'estensione dei vigneti raggiunge i 58 ettari e Settimo inizia a collaborare con fornitori esterni certificati biologici. 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.



# 2012



BOTTIGLIE PRODOTTE
600.000 vino fermo
1.200.000 vino frizzante/spumante



COLLABORATORI

La ferma convinzione di Settimo che sostiene che tutti debbano avere la possibilità di bere vini sani, ha spinto l'azienda a estendere il proprio impegno verso un segmento di mercato in costante espansione. Pizzolato con dedizione ottiene la certificazione Vegan, assicurandosi di aderire a tutti i requisiti richiesti, dalla cura dei vigneti fino alle operazioni in cantina.



# 2016



BOTTIGLIE PRODOTTE
560.000 vino fermo
3.600.000 vino frizzante/spumante



COLLABORATORI 20-25 L'azienda taglia il traguardo delle 4 milioni di bottiglie prodotte all'anno, di cui 2 milioni sono di spumante. Il successo delle bollicine lo decretano i Paesi scandinavi e ora il marchio Pizzolato è presente in 18 Paesi. Nasce la nuova sede della Cantina Pizzolato, la struttura prevede ora uffici, sala degustazione e un punto vendita diretto.



# 2019



BOTTIGLIE PRODOTTE
600.000 vino fermo
4.100.000 vino frizzante/spumante



COLLABORATORI 25-30 Dopo anni di ricerca e sviluppo in vigna e sperimentazioni in cantina per la prima volta viene ufficialmente presentato il primo vino da vitigni resistenti PIWI: il Novello 2019. Nasce inoltre la linea "M-use": due spumanti, un Rosé Extra Dry e un Pinot Grigio Extra Dry. Bollicine eleganti contraddistinte da una bottiglia di design con il concept di vuoto a guadagnare.

2021

POTTIGLIE PRODOTTE
740.000 vino fermo
7.000.000 vino frizzante/spumante



Il trend positivo degli ultimi anni viene confermato dall'aumento della produttività del 24%, con 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 a completare l'offerta di ospitalità.



2022

650.000 vino fermo 7.500.000 vino frizzante/spumante



Pizzolato Holding acquista Casale Terzo, un'incantevole tenuta a Colle di Val d'Elsa, nel cuore della Toscana, dedicata ad una selezionata produzione di Chianti e olio, anche qui tutti prodotti seguono gli standard biologici. La Cantina Pizzolato diventa Società Benefit, intensificando il suo impegno in un viaggio già ben avviato verso la sostenibilità d'impresa.



2023

BOTTIGLIE PRODOTTE
600.000 vino fermo
7.800.000 vino frizzante/spumante



In un continuo impegno verso la responsabilità sociale, la Cantina Pizzolato ha ottenuto la certificazione Equalitas, il cui obiettivo è quello di condividere a livello italiano un approccio unico alla sostenibilità del settore vitivinicolo basato sui tre pilastri (sociale, ambientale ed economico) e diffondere un marchio collettivo di garanzia per il consumatore.



290+

ettari totali di vigneti coltivati vs 290 nel 2022



35

fornitori di uve biologiche

Pinot Grigio

in media, gli anni di età delle nostre vigne

Marton Bianco

prosecco DOC

Chardonnay

Cabernet Merlot

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

37.683 q

di uva prodotta nel 2023 vs 48.640 q nel 2022 ST3







# CAS ALE TIT



# **CASALE TERZO**

Qui lo sguardo si perde fra vigne e ulivi, lungo i dolci profili delle colline senesi dove l'anima ritrova sé stessa fra la quiete della natura e il fascino di un antico casale.

Storico edificio rurale testimone di un passato importante e di un destino che ha unito due famiglie del vino biologico: la famiglia Borella prima e da qualche anno la famiglia Pizzolato. 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. Ci troviamo al centro di una bellezza universalmente riconosciuta e celebre per la rinomata tradizione vitivinicola, dove i colori del tramonto diventano quelli del cuore.

Oltre alla sede trevigiana, Casale Terzo, diventa 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 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 vini e di 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 tragbettare il Casale verso il futuro".

Non solo produzione di vini e olio, Casale Terzo offre anche un servizio di accoglienza. La semplicità è l'essenza dell'accoglienza. Gli spazi attrezzati a ricevere i campeggiatori sono organizzati intorno a una grande quercia secolare, un simbolico luogo di incontro dal sapore antico. Tutt'intorno, bosco, vigne, olivi e un silenzio rigenerante.

### **CASALE TERZO**

C'è un posto che dopo averlo vissuto ti rimane nel cuore. E ogni volta che ci ritorni la tua anima sorride.

1250

**~~** 

1384

**~~** 

1850

### **ORIGINE**

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

### **IL CHIANTI**

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

### ULIVI

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

1874

**~~** 

1970

# **~~**

1974

### **RICONOSCIBILITÀ**

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

### BIOLOGICC

In Italia nascono le prime associazioni di agricoltori biologici segnando l'inizio di un movimento crescente.

### **GIOVANNI BORELLA**

Appassionato, colto, tenace: Giovanni è il nuovo proprietario e pianta i primi vigneti biologici.

1977

**~~** 

1979

**~~** 

1981

# CANTINA

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

# LA PRIMA VOLTA

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

# **BIO: TOSCANA E VENETO**

Borella fonda l'Associazione Italiana Agricoltura Biologica, mentre Pizzolato sceglie per la sua produzione il biologico.

1990

**~~** 

2021

**~~** 

2023

# **AGRI CAMPEGGIO**

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

# **UNA NUOVA AVVENTURA**

La famiglia Pizzolato, pioniera nel biologico, acquisisce il Casale raccogliendo l'eredità del passato.

# PRIMA VENDEMMIA

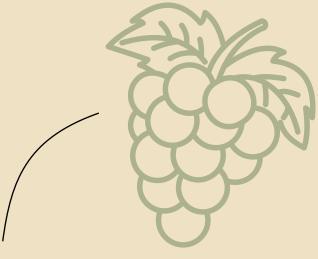
La Famiglia Pizzolato affianca Giovanni Borella per la prima vendemmia del Chianti DOCG Colli Senesi.

### 40 ANNI

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

# **AGRICAMPEGGIO**

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



# Sangiovese Trebbiano Cabernet Franc Malvasia

275

**QUINTALI VENDEMMIA (2023)** 

**TIPOLOGIA DI UVA** 

**9,3** 

1500

NUMERO ULIVI

1

**DIPENDENTI (2023)** 

21.100

**BT VINO PRODOTTO E OLIO** 



www.casaleterzo.com



# 02 LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Da sempre facciamo della tutela dell'ambiente il nostro principio fondante, impegnandoci in pratiche agricole sostenibili nei vigneti, nella gestione responsabile della cantina, nella cura del suolo e nello sviluppo di tecniche per minimizzare lo spreco d'acqua e la produzione di rifiuti.

Sono molteplici i fronti su cui concentriamo l'attenzione per perseguire un miglioramento continuo, a partire dalla vigna dove l'impegno verso la coltivazione biologica ci contraddistingue fin dal 1981. Poniamo particolare attenzione al rispetto dell'ambiente, alla gestione delle risorse, al cambiamento climatico e alla conservazione della biodiversità.

In vigneto flora e fauna, compresi i microrganismi, coabitano in un complesso ecosistema, che va tutelato per mantenere un equilibrio armonico. Questo equilibrio favorisce una minore dipendenza da input esterni e promuove una gestione del territorio più in sintonia con la natura.

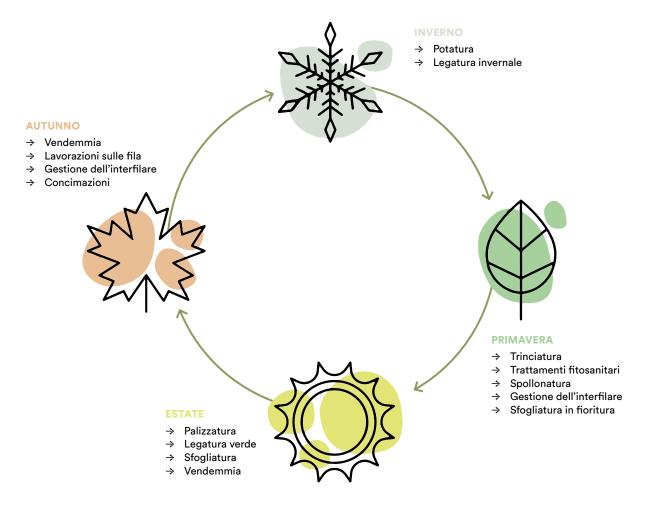
Il lavoro in vigna segue il ciclo naturale della vite e l'andamento stagionale, che può implicare cambiamenti quotidiani. Per questo ci affidiamo a persone esperte, in grado di riconoscere e gestire ogni piccola variazione, garantendo così il benessere della pianta.

Dalla vigna alla cantina, mantenendo una costante attenzione sulla sostenibilità, promuoviamo la tutela dell'ambiente attraverso buone pratiche. Privilegiamo l'approvvigionamento e il consumo responsabile dei materiali, con un impegno costante nella ricerca e sviluppo di soluzioni sostenibili mirate a un sempre minor impatto ambientale.

Per quanto riguarda l'energia, il nostro impegno per ridurre le emissioni si traduce nell'uso di energia rinnovabile attraverso impianti fotovoltaici installati sui tetti.



# Buone pratiche in vigneto



Durante la fase di potatura, il costante e prezioso impegno dei nostri collaboratori permette la crescita di foglie e grappoli in posizioni ottimali per la creazione di un microclima favorevole alla vite. Questo rappresenta un contributo fondamentale nella lotta contro i fitofagi, quali la Peronospora, l'Oidio e la Fillossera, consentendo una significativa riduzione dell'impiego di fitofarmaci.

Dal 2023, ci impegniamo non solo nei campi, ma anche nell'estendere la cultura della sostenibilità a tutti i nostri conferitori di uva, monitorandoli e fornendo loro supporto nella gestione delle vigne, in linea con la nostra filosofia aziendale.

# Le certificazioni a garanzia del consumatore



# Agricoltura UE - Euromarchio

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



# USDA Organic United States Department of Agriculture

Il NOP (National Organic Program), gestito dall'USDA, è lo standard certificabile che regolamenta i prodotti biologici ai sensi della normativa statunitense.



# Vegan Friendly - The Vegan Society

Il marchio Vegan è una certificazione di prodotto vegano riconosciuta a livello internazionale, istituita nel 1990 da The Vegan Society.



### **OGM-Free**

L'obiettivo del programma è di identificare, valorizzare e favorire sul mercato prodotti che rispondono ai requisiti Non OGM (organismi geneticamente modificati).



# Piwi International

Un'organizzazione che promuove la viticoltura sostenibile utilizzando vitigni resistenti ai funghi. Questi vitigni aiutano a ridurre l'uso di pesticidi, contribuendo a una produzione di vino più ecologica e sostenibile.



### **Equalitas**

Certificazione che nasce con il principale obiettivo di condividere un approccio unico alla sostenibilità del settore vitivinicolo basato sui tre pilastri (sociale, ambientale ed economico).



# Certificazione Kosher

Identifica tutti gli alimenti idonei all'alimentazione di chi osserva la fede ebraica (separazione tra carne e latticini, animali ruminanti con zoccolo fesso, e macellazione rituale).



Federica Tocchetto

— AREA CONTROLLO QUALITÀ



Federica, con il team sostenibilità, ha seguito il percorso per arrivare all'ottenimento della certificazione Equalitas da parte della cantina.

# Perché abbiamo scelto proprio Equalitas?

L'obiettivo principale della certificazione Equalitas è la condivisione di un approccio unico alla sostenibilità del settore vitivinicolo, fondato sui tre pilastri sociale, ambientale ed economico, e la diffusione di un marchio collettivo di garanzia per il consumatore.

Questa norma prevede la certificazione di tre dimensioni produttive: le aziende, attraverso l'adozione dello standard di organizzazione, il prodotto finito, attraverso l'adozione dello standard di prodotto, e le denominazioni, attraverso lo standard di territorio.

Questa certificazione stabilisce requisiti oggettivi e verificabili per ciascun pilastro attraverso la definizione di buone pratiche, consolidate e innovative, per affermare un modello nazionale di qualità sostenibile a livello mondiale.

La nostra azienda, in completa sintonia con i valori fondamentali di questa certificazione, si impegna attivamente nel mercato globale con una dedizione speciale alla sostenibilità sotto ogni aspetto.

È per questo che abbiamo scelto Equalitas come la certificazione italiana che incarna al meglio il nostro costante impegno verso l'adozione di buone pratiche. La Cantina Pizzolato si dedica ogni giorno a mantenere e valorizzare questi standard elevati, assicurandosi che siano riconosciuti e rispettati.



# I numeri

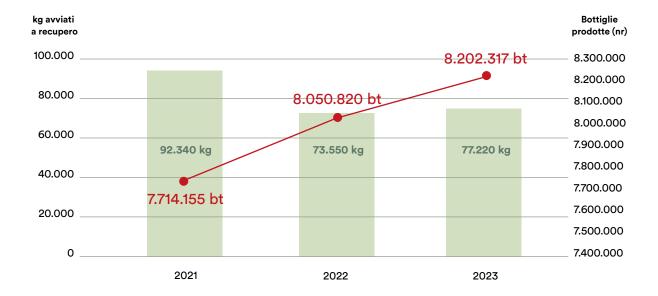
Una risorsa fondamentale nel nostro ciclo produttivo è l'acqua. Continua il progetto di conversione all'irrigazione sotterranea, che fornisce l'acqua necessaria alle piante al di sotto del piano di campagna (livello del suolo). Questo metodo offre diversi vantaggi rispetto all'irrigazione a goccia fuori terra, tra cui la riduzione dell'evapotraspirazione e della dispersione causata dal vento. Inoltre, l'irrigazione sotterranea riduce la proliferazione di erbe infestanti e malattie fungine e migliora l'efficienza nella fertirrigazione poiché l'acqua, immessa vicino all'apparato radicale della pianta, aumenta la disponibilità di nutrienti.

Tramite un depuratore, ci prendiamo costantemente cura degli ecosistemi acquatici, monitoriamo la richiesta chimica di ossigeno (COD), indicatore dell'inquinamento idrico. Nel 2023, l'efficienza del processo di trattamento è

stata del 98%, corrispondente a una significativa riduzione del COD in uscita, con un valore medio di 43 mg/l.

Ci impegniamo a gestire attentamente le materie prime, i sottoprodotti e il packaging, privilegiando il riutilizzo per favorire l'economia circolare e utilizzando materiali riciclati e riciclabili. Infatti, la totalità dei nostri rifiuti è destinata al recupero. Nell'arco dei prossimi anni continueremo a migliorare l'efficienza nell'utilizzo delle materie prime per ridurre gli scarti.

Durante il 2023, abbiamo ridotto le tonnellate di vetro destinate al recupero, grazie alla sperimentazione di bottiglie più leggere e a un'attenta gestione in fase di imbottigliamento. Il lieve incremento di rifiuti prodotti nel 2023 rispetto al 2022, è in linea e dovuto all'aumento della produttività.



Il nostro impegno nel recupero della carta siliconata delle bobine delle etichette continua grazie alla collaborazione con il progetto Cycle4Green del produttore di carta Leipzig. Il liner recuperato viene trattato per separare la polpa dal silicone, trasformando la prima in carta e il secondo in fibre grezze di poliestere (PET) e polipropi-

lene (PP). Tali fibre vengono utilizzate per creare oggetti di uso quotidiano, promuovendo così un'economia circolare.

Nel 2023, abbiamo riciclato 5,3 tonnellate di liner, riducendo le emissioni di  $CO_2$  di circa 10,1 tonnellate.





Nicola Borghetto

AREA PROGRAMMAZIONE PRODUZIONE



# ll vetro

Il vetro prende forma da polveri amorfe, tramite la potenza del fuoco. Da millenni, questo materiale affascina per la sua versatilità, date le sue doti di trasparenza e leggerezza, oltre che per la sua duplice natura: fragile, ma sorprendentemente resistente. Essendo il materiale predominante per la creazione delle bottiglie destinate alla conservazione del vino, il vetro ricopre un ruolo fondamentale nel processo di vinificazione. In passato il vino veniva custodito all'interno di anfore, otri o botti per preservarlo dall'ossidazione e veniva trasferito in caraffe solo al momento di servirlo a tavola. La storia ci racconta che, nel 1652 in Inghilterra, Digby produsse la prima "English bottle": una bottiglia di vetro resistente progettata per il trasporto e la conservazione del vino. Questo evento segna un punto di svolta nell'evoluzione delle bottiglie di vetro: anche prima esistevano le bottiglie ma, essendo realizzate utilizzando fornaci a legna, risultavano più leggere e meno resistenti. Solo quando l'uso del carbone in sostituzione alla legna nelle fornaci fu reso obbligatorio, si è potuto realizzare un vetro più spesso e durevole, aprendo le porte a nuove possibilità nel settore della produzione di bottiglie.

Nonostante il vetro sia intrinsecamente riciclabile al 100%, Nicola ci racconta come abbiamo voluto ridurre ulteriormente il nostro impatto ambientale, migliorando le nostre tecniche di produzione per garantire un approccio sempre più sostenibile.

# Se il vetro è di per sé un materiale sostenibile, poiché riciclabile al 100%, perché rafforzare il nostro impegno in questo settore?

Basandoci sul concetto di leggerezza intrinseca del vetro, abbiamo intrapreso uno studio mirato per sviluppare un packaging per il nostro vino che punti alla massima leggerezza possibile. Questo non solo favorisce la riciclabilità del materiale, ma ci consente anche di ridurre le emissioni di CO2 lungo l'intero ciclo di vita della bottiglia, dal processo di produzione al trasporto e al suo riutilizzo. Nei primi mesi del 2023 abbiamo condotto un'analisi sul peso delle nostre bottiglie, per studiare la possibilità di creare bottiglie più leggere, mantenendo intatte le loro caratteristiche tecniche.

Il risultato ottenuto è frutto di un impegno collettivo che ha visto coinvolti non solo il team sostenibilità, ma anche il responsabile commerciale, il responsabile di produzione, il responsabile della pianificazione e ufficio acquisti, l'enologo e l'ufficio qualità.





# Le fasi del progetto

Durante l'analisi del periodo compreso tra giugno e dicembre 2022, sono stati valutati i pesi medi delle bottiglie e moltiplicati per i volumi di acquisto. Nell'ambito di questo studio, sono state prese in considerazione tre tipologie specifiche di bottiglie:

Bottiglia	COLLIO EFFE "Muse"	SPUMANTE COLLIO Y	FRIZZANTE COLLIO Tappo Corona
Peso	0,75 kg	0,72 kg	0,60 kg
Acquistate <b>2022</b> (giu/dic)	350.000 KG TOT.	900.000 ALI VETRO	70.000 PESO MEDIO BOTTIGLIE
1.320.000	952	.500	0,722
Acquistate <b>2023</b> (giu/dic)  NR. BOTTIGLIE TOTALI	295.000 KG TC	5.000 DTALI VETRO	1.300.000 PESO MEDIO BOTTIGLIE
1.600.000	1.00	4.850	0.628

È stata decisa la sostituzione di una parte delle bottiglie da 750 gr e 720 gr con bottiglie da 600 gr, con un monitoraggio costante nel periodo da giugno a dicembre 2023. L'obiettivo primario è aumentare gli acquisti di bottiglie da 600 gr.

In seguito a un accurato processo di pianificazione e all'impegno dedicato nel corso del secondo semestre del 2023, il team si è riunito per valutare l'andamento del progetto. Come risultato delle nostre iniziative, abbiamo significativamente ridotto l'acquisto di bottiglie da 720 gr e incrementato quello delle bottiglie da 600 gr, passando da 70.000 bottiglie a 1.300.000.

È evidente una sostanziale diminuzione nel peso medio delle bottiglie, con un risparmio di 149.695 kg di vetro. Mediamente, la produzione di 1 kg di vetro comporta la produzione di 2,7 kg di CO<sub>2</sub>. Di conseguenza, riducendo il peso delle bottiglie, siamo riusciti a evitare l'emissione di 404.176,5\* kg di CO<sub>2</sub>, che equivalgono al potenziale assorbimento di CO<sub>2</sub> di circa 2.420 alberi in un anno.

<sup>\*</sup> Questo calcolo si riferisce esclusivamente alla fase della produzione della bottiglia, senza tenere in considerazione il trasporto. Questa scelta apparentemente ovvia in alcuni aspetti, si è rivelata un passo cruciale verso la sostenibilità ambientale, determinando una forte riduzione della CO<sub>2</sub> e influenzando positivamente anche l'aspetto economico oltre a quello ambientale. Come disse lo storico Howard Zinn "non dobbiamo impegnarci in azioni grandiose ed eroiche per partecipare al cambiamento. Piccole azioni possono trasformare il mondo."



# 03 IL VALORE DEL GRUPPO

# **IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE**

- 1. Mantenimento di una buona reputazione per il marchio Pizzolato
- 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
- Rintracciabilità della filiera dalla materia prima al prodotto finito
- Comunicazione trasparente e diretta

# **IMPATTO SOCIALE**

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

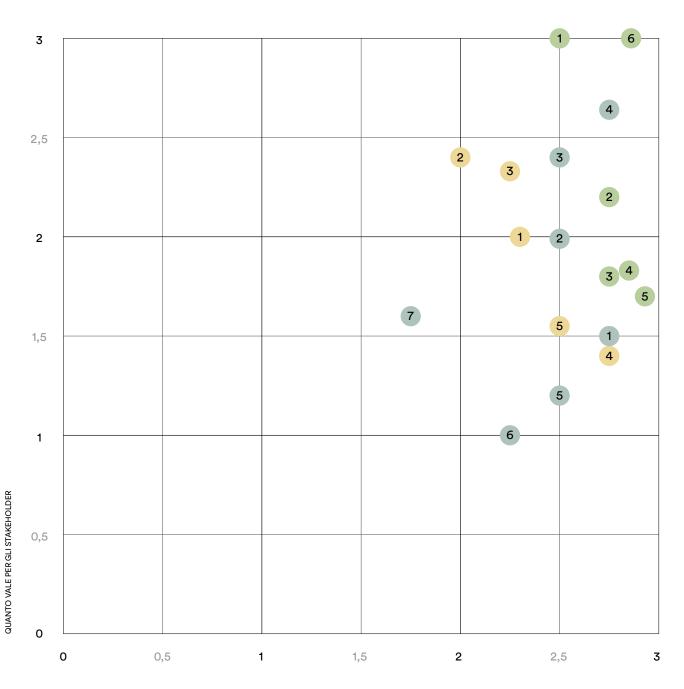
# **IMPATTO AMBIENTALE**

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

IMPATTO SOCIALE

IMPATTO AMBIENTALE

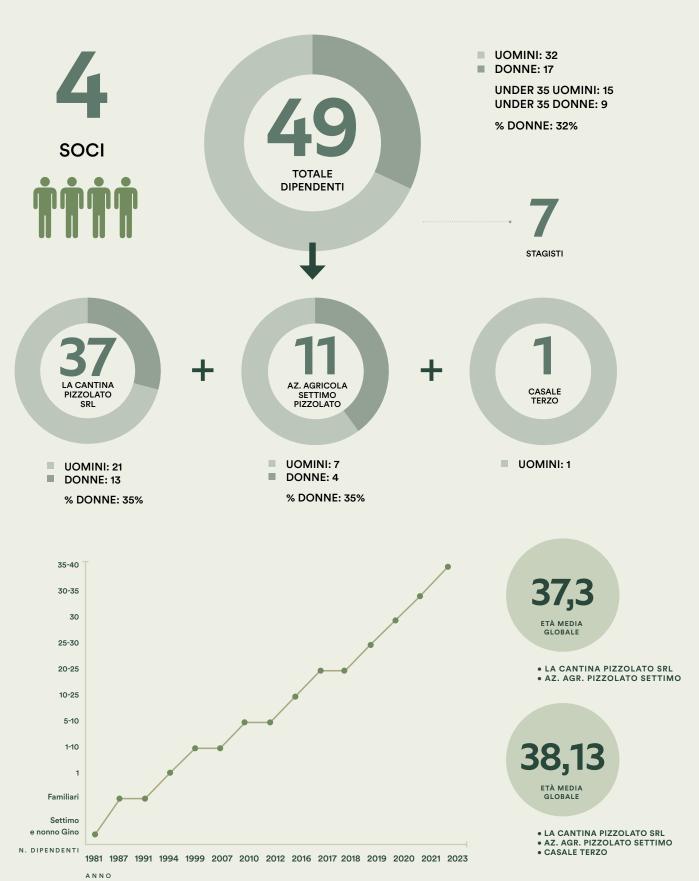
IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE



QUANTO VALE PER LA CANTINA PIZZOLATO

### LE PERSONE PIZZOLATO

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



CHI HA INTRAPRESO UN NUOVO PERCORSO



Dipendenti (escluso personale a chiamata) per categoria professionale, genere e fascia di età, al 31.12.2023

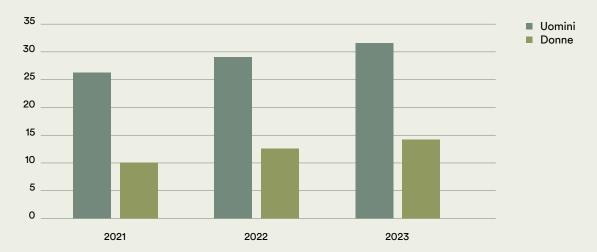
Categorie	<3	50	30-	-50	> !	50	To	tale
Aziendali	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	7	1	4	-	1	2	12
Operai	11	-	13	1	6	1	30	2
TOTALE FASCIA ETÀ	19	9	1:	9	8	3	4	ŀ <b>6</b>

Dipendenti (escluso personale a chiamata) per tipo di contratto e genere, al 31.12.2023

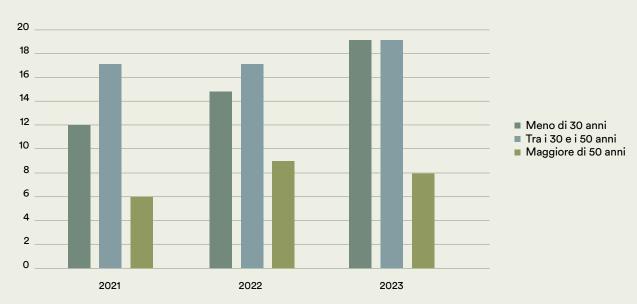
Tipologia contrattuale	Uomini	Donne	Totale
Tempo indeterminato	25	9	34
Tempo determinato	6	3	9
Apprendistato	1	2	3
Somministrazione	-	-	-
Tirocinio curriculare	-	-	-
Tirocinio extra curriculare	-	-	-
TOTALE	32	14	46

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

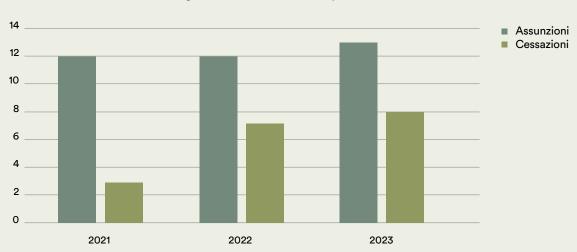
#### Personale (escluso personale a chiamata) ultimi tre anni suddiviso per genere:



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



#### 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.

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.

Nel 2023, gli ingressi hanno quasi raddoppiato le uscite, mantenendo quindi un trend ormai consolidato nell'ultimo triennio, ovvero un maggior numero di entrate a fronte di uscite più contenute.

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 il desiderio di cambiare azienda, settore e/o ricoprire una mansione completamente differente, denominatori comuni all'attuale mondo del lavoro che, post pandemia, sta attraversando una fase di mutamento.

### La media di permanenza nell'ultimo triennio è di circa 7 anni.

Il Gruppo Pizzolato nell'intento di migliorare, sviluppare il capitale umano e di accrescerne il senso di appartenenza investe annualmente in benefit nei confronti dei collaboratori quali, ad esempio, il servizio mensa, la formazione professionale, il welfare aziendale, le attività di team building e quelle di coaching.

#### La formazione dei dipendenti

Il Gruppo Pizzolato considera le risorse umane come una vera e propria ricchezza e, per questo motivo investe costantemente nella formazione, coinvolgendo tutto il team, in base alla professionalità di ciascuno.

La formazione, oltre a quella obbligatoria, è uno strumento fondamentale per accrescere le competenze dei collaboratori sia in materia di hard che soft skills. Nello specifico nel corso dell'anno 2023 la formazione si è rivolta principalmente a:

- → Formazione sicurezza;
- → HACCP:
- → Sostenibilità;
- → Laboratori linguistici;
- → Competenze trasversali;
- → Specifica ad personam;
- → Specifica per team per accrescere le competenze di specifici reparti/uffici.

Corso materia sicurezza/patentini	Nº partecipanti	Ore
Equalitas/Codice Etico/Politica Aziendale	12	12
Formazione sicurezza	3	32
Aggiornamento carrello elevatore	6	24
Aggiornamento formazione sicurezza	4	24
Aggiornamento emergenza incendio	1	5
Corso di formazione per Lavori in Quota e uso dei DPI anticaduta di 3^ Categoria	2	8
Aggiornamento RLS	1	4
Corso di Formazione in Ambienti Confinati o sospetti di inquinamento	4	32
Aggiornamento formazione in Ambienti Confinati o sospetti di inquinamento	3	12
Aggiornamento Preposto	1	6
Formazione carrello elevatore	4	48
HACCP	17	51
Altra formazione specifica		
Laboratorio Linguistico Wel Wine	8	64
Formazione su Metorik, portale statistica e-commerce Pizzolato	1	2
Addestramento spazi confinati	7	7
lva in pillole	1	9
Seminario la nuova etichetta dei vini	1	4
Corso per Social Media Manager	1	
Accise su vini e bevande alcoliche	1	4
Sostenibilità d'impresa	1	1
Corso Linkedin	3	16
Reclutamento e Lavoro Equo nel Settore Vitivinicolo Italiano	1	3
Formazione Cyber Security	14	14
Corso etichettatrice	4	68
Formazione utilizzo lavagna interattiva	3	4,5
Macchinari per la vinificazione	15	22,5
N° PERSONE FORMATE ANNO 2023	39	-
TOTALE ORE	-	477



AZIENDA AGRICOLA PIZZOLATO SETTIMO				
Corso materia sicurezza/patentini	Nº partecipanti	Ore		
Aggiornamento utilizzo motosega/decespugliatore	1	4		
Aggiornamento formazione sicurezza	2	12		
HACCP	2	7		
Formazione utilizzo lavagna interattiva	1	1,5		
N° PERSONE FORMATE ANNO 2023	3	-		
TOTALE ORE	-	24,5		

#### **FORMAZIONE**

LA CANTINA PIZZOLATO SRL

PERSONE FORMATE (2023)

477 TOTALE ORE

ORE DI FORMAZIONE PER LA SOSTENIBILITÀ

AZ. AGR. PIZZOLATO SETTIMO

PERSONE FORMATE (2023)

24,5

TOTALE ORE 12 INCONTRI DEDICATI
ALLA SOSTENIBILITÀ

MOMENTI DI INCONTRO USCITA AZIENDALE
DI NATALE DI UN
GIORNO INTERO

APERITIVI AZIENDALI RIUNIONI ANNUALI DI TEAM

#### Mappa degli stakeholder

Come per il biennio precedente anche nel 2023 è stato somministrato il questionario di clima aziendale, facente parte del progetto Ascoltiamoci iniziato a metà del 2021 con il supporto di una coach qualificata in qualità di Chief Happiness Officer.

Il questionario sottoposto denominato "Survey Gallup Q12" raccoglie le 12 domande-chiave che, per la società Gallup, identificano le aziende migliori.

Secondo Gallup, uno dei principali istituti di ricerca nel campo del lavoro e delle organizzazioni, l'employee engagement si riferisce al "livello di coinvolgimento emotivo, mentale e comportamentale dei dipendenti nel proprio lavoro e nell'organizzazione". Un dipendente "engaged" è un dipendente motivato, che si identifica con i valori e gli obiettivi

dell'azienda e si impegna attivamente per contribuire al suo successo.

La misurazione del livello di engagement dei collaboratori del Gruppo Pizzolato, per l'anno 2023 ha riportato i seguenti risultati.

Affermazione	Punteggio medio	Mediana
Sono totalmente soddisfatto/a di lavorare in questa azienda	3,73	4
So che cosa ci si aspetta da me al lavoro	3,76	4
Ho il materiale e l'attrezzatura che mi serve per fare bene il mio lavoro	3,67	4
Al lavoro ho l'opportunità di fare ciò che so fare meglio tutti i giorni	3,79	4
Negli ultimi 7 giorni ho ricevuto un qualche riconoscimento per aver fatto un buon lavoro	2,36	2
Qualcuno al lavoro sembra prendersi cura di me come persona	3,06	3
C'è qualcuno al lavoro che mi incoraggia a crescere professionalmente	2,88	3
Al lavoro sembra che la mia opinione conti	3,18	3
La mission della mia azienda mi fa sentire che il mio lavoro è importante	3,33	4
I membri del mio team e i colleghi sono impegnati a fare un lavoro di qualità	3,85	4
Ho creato delle amicizie profonde al lavoro	3,70	4
Negli ultimi 6 mesi qualcuno mi ha parlato dei miei progressi	2,42	2
Nell'ultimo anno ho avuto l'opportunità al lavoro di imparare e crescere	3,48	4

#### Indice di coinvolgimento aziendale

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

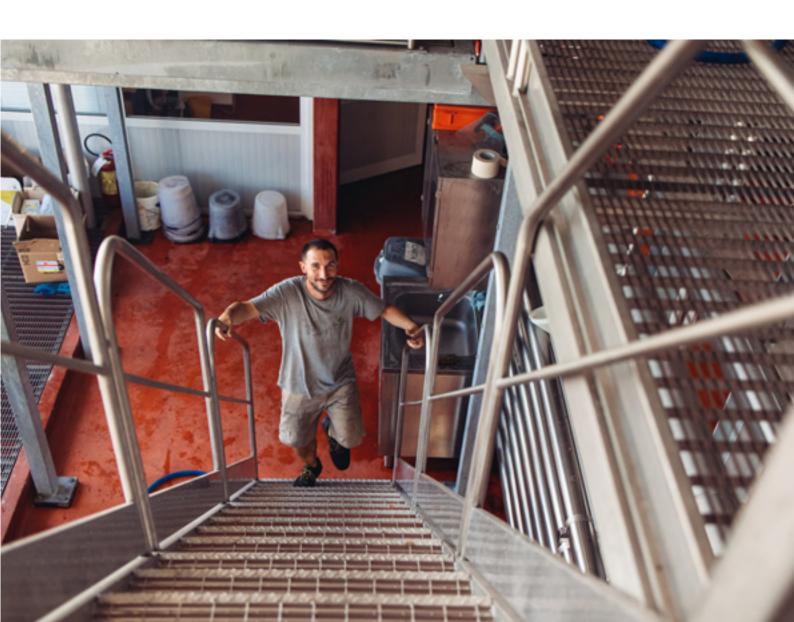
3,73
MEDIANA: 4

La **media di soddisfazione** dei collaboratori indica il livello di soddisfazione personale dei collaboratori (affermazione 0).

3,32

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.





Michela Lo lacono

— AREA RISORSE UMANE

Michela fa chiarezza su un tema sempre più importante all'interno delle aziende, il welfare.

# Che cos'è il welfare aziendale e come lo interpreta Pizzolato?

Con il termine welfare aziendale si intende l'insieme di tutte le iniziative, benefit e piani, messi in atto dal datore di lavoro per migliorare la qualità lavorativa e il benessere dei propri dipendenti.

Oggi il welfare aziendale è sempre più legato al concetto di wellbeing aziendale ma esistono diverse tipologie di welfare, facciamo chiarezza.

Il welfare aziendale si divide in tre principali tipologie:

- → welfare di contratto, ovvero soluzioni che vengono fornite ai dipendenti in quanto sono rese obbligatorie da un determinato CCNL;
- → welfare da premio di risultato, legato quindi ad un accordo bilaterale;
- → welfare puro o OnTop, trattasi di un'elargizione liberale da parte dell'azienda nei confronti di categorie omogenee di lavoratori, definiti attraverso un regolamento aziendale unilaterale.

### Il Gruppo Pizzolato ha deciso di adottare la tipologia di welfare OnTop, scopriamo come mai ha deciso di adottare questa modalità.

Il Gruppo Pizzolato è sempre molto attento alle dinamiche legate al benessere dei propri collaboratori, non solo all'interno della sfera lavorativa, ma anche personale. Molte sono state le iniziative poste in essere, nel corso degli anni, per creare un ambiente di lavoro sereno, stimolante e gratificante.

La ricerca del benessere aziendale è un obiettivo non semplice, poiché le insidie rappresentano una costante. Tuttavia, l'implementazione di strategie di welfare può fornire un valido supporto in questo percorso.

A fine 2023, è stato deciso di attivare una piattaforma welfare personalizzata con lo scopo di fornire il maggior numero di servizi, rispondendo così alle molteplici esigenze e accontentando tutta la platea dei collaboratori fruitori. Per facilitare l'accesso e l'utilizzo dello strumento, è stata organizzata, a inizio 2024, una formazione specifica tenuta direttamente dal fornitore della piattaforma, coinvolgendo tutti i collaboratori. Questo ha consentito loro di acquisire una piena comprensione dello strumento e di poterlo utilizzare in modo facile e veloce.

I servizi presenti all'interno della piattaforma dedicata:

Servizi a rimborso e previdenza	Spese di istruzione, Libri scolastici, Campus e ludoteche, Assistenza per anziani, Spese babysitter, Previdenza integrativa, Trasporto pubblico
Buoni acquisto	Voucher spesa e carburante, Voucher shopping
Servizi dedicati al tempo libero	Palestre e sport, Viaggi ed esperienze, Corsi di formazione, Teatri e cinema, Parchi divertimento

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

Un altro aspetto significativo che caratterizza Pizzolato 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 all'interno della cantina.

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 così la propria formazione.

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, è importante anche per l'azienda, che, attraverso la rete degli istituti, può avvicinarsi al lavoratore (e consumatore del futuro) e trarne spunti di riflessione molto interessanti da rielaborare per il proprio business.

Nel corso del 2023, come nel corso dell'anno 2022, l'azienda ha accolto 7 studenti in collaborazione con: Istituto Cerletti di Conegliano, Fondazione ITS Agroalimentare Veneto, Veneto Lavoro, Unis&F, Università degli Studi di Udine e Istituto Salesiano Universitario di Venezia.

#### Il Codice BSCI e il codice etico

Il codice BSCI (Business Social Compliance Initiative) attinge a 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 e 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.

Il Gruppo Pizzolato sviluppa da anni il proprio Codice Etico, detto anche codice di condotta, che nel corso dell'anno 2024 verrà ulteriormente aggiornato al fine di renderlo uno strumento ancora più utile ed efficace.

Il documento 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 Pizzolato 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 nazionali. Questi, infatti, disciplinano molti aspetti della vita aziendale, ma ne trascurano altri. Come, ad esempio, le norme di comportamento morale ed etico - sia individuale che collettivo - all'interno di un organismo d'impresa e da qui il bisogno di avvalersi di questo documento.

# L'impegno quotidiano che premia



Barbara Bertocchi

— AREA MARKETING

Barbara ci fa una panoramica dei traguardi più significativi raggiunti durante quest'anno.

Tutti i giorni contribuiscono a scrivere le pagine del racconto dell'impegno che tutti noi mettiamo nel nostro lavoro. Con dedizione e sapienza, costanza e passione ogni giorno portiamo avanti il nostro operato, ognuno con i rispettivi ruoli, dalla campagna agli uffici, dalla produzione alla logistica, tutti ci sentiamo parte di una squadra che vede chiari gli obiettivi da raggiungere. I riconoscimenti che riceviamo sono il simbolo tangibile del valore che creiamo insieme, il risultato dello spirito collaborativo che anima le nostre giornate.

# Quali sono stati i riconoscimenti che ci hanno reso più orgogliosi?



MENZIONE SPECIALE AL PREMIO GAVI

LA BUONA ITALIA 2023

Comunicazione del vino sostenibile



VINO FUTURO

MOVIMENTO TURISMO VINO VENETO

"Cantina dotata di offerta innovativa enologica e turistica"



**100 ECCELLENZE ITALIANE** 

FORBES ITALIA CON SO WINE FOOD

#### PIWI INTERNATIONAL



### CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES



#### WINE WITHOUT WALLS



#### PROSECCO MASTERS



**GLOBAL PINOT GRIGIO MASTERS** 



GLOBAL ROSÈ MASTERS



GLOBAL SANGIOVESE MASTERS



#### I clienti

Il 2023 è stato un anno di difficile gestione che ha concentrato l'azienda a cercare un consolidamento dei rapporti commerciali. Nei primi mesi dell'anno l'azienda ha subito l'ennesimo aumento del costo del materiale di consumo, in particolar modo ha pesato il prezzo di acquisto del vetro. Avendo puntato sull'utilizzo di una bottiglia unica e personalizzata che è diventata parte identificativa del brand, Pizzolato non ha potuto trovare alternative se non quella di un adeguamento dei listini di vendita.

L'inflazione, che alcuni particolari mercati hanno dovuto subire, ha segnato un rallentamento dei consumi soprattutto nelle categorie dei beni non di prima necessità; di conseguenza sono stati molti i clienti a rinunciare all'acquisto di vino e/o a ripiegare su vini di posizionamento inferiore.

Nonostante la contrazione del mercato, la produzione annua di Pizzolato si è consolidata in 9 milioni di bottiglie certificate biologiche, che hanno raggiunto ben 40 paesi diversi nel mondo.

Nella seconda metà dell'anno, grazie ad una ripresa dovuta principalmente alla drastica diminuzione dei costi delle materie di consumo, che abbiamo prontamente pensato di ribaltare ai nostri clienti più colpiti dall'inflazione, siamo comunque riusciti a raggiungere l'obiettivo di produzione.

L'azienda ha siglato accordi con nuovi importatori, quali: Armenia, Russia, Filippine e Tailandia tra i più rilevanti; mentre alcuni dei clienti, demoralizzati dalla difficile partenza dell'anno, hanno riportato sul tavolo nuovi progetti che si concretizzeranno sicuramente nel 2024.

La categoria degli spumanti Pizzolato si conferma la più venduta seguendo il trend dei consumi mondiali, allo stesso modo i vini rossi perdono sempre più interesse nel consumatore.

Italia

5% del fatturato totale

Sugli scaffali è ormai ampio lo spazio dedicato ai vini bianchi e rosati, e il marchio Pizzolato offre molte alternative in queste categorie nelle quali, da anni, si sta specializzando.

Il 2023 vede confermata la leadership in molti mercati, tra cui quello scandinavo dove diversi vini Pizzolato si collocano tra i primi posti delle bollicine più consumate; lo stesso accade in molti altri mercati dove il brand è ormai un marchio consolidato e conosciuto nella distribuzione specializzata biologica. Anche la collaborazione con il partner americano cresce con una buona progettualità e la volontà dell'importatore di investire sul brand Pizzolato in maniera prioritaria. Il 2023 ha portato un giro d'affari di 2,2ml di Euro con un budget di previsione per il 2024 di circa +20%.

La categoria dei low e no alcol è in forte espansione e Pizzolato ha creato i propri prodotti adattando il portfolio all'andamento della richiesta sempre più convinta. Questo permette di creare un consolidamento del rapporto con i vecchi clienti e di agganciare nuove opportunità, infatti questi prodotti nel loro primo anno hanno performato molto bene con prospettive per il futuro molto incoraggianti.

Con la distribuzione del marchio Casale Terzo, la Cantina Pizzolato è riuscita ad ampliare il portfolio dei vini che si allargherà ulteriormente nel 2024 attraverso l'inserimento di due nuovi prodotti.

La relazione costruita con i nostri partner ci ha portato negli anni a definire un rapporto di estrema fiducia nel prodotto, nel supporto e nella conoscenza del mercato. Il nostro successo è il risultato dell'insieme di questi elementi diretto da persone che credono estremamente in quello che fanno, in qualsiasi parte del mondo esse si trovino.

Olanda

2% del fatturato totale

Svezia

Germania
Finlandia

34% del fatturato totale

14% del fatturato totale

13% del fatturato totale

Norvegia

9% del fatturato totale

8% del fatturato totale

Svizzera

3% del fatturato totale

Sabrina Rodelli, responsabile commerciale, ci illustra una panoramica sul tema sostenibilità, in particolare legata all'approccio che la Svezia ha adottato nel mondo del vino.



Sabrina Rodelli

— RESPONSABILE

COMMERCIALE E MARKETING

### Pizzolato nel mondo

### Sapevi che nel paese natale di Greta Thunberg anche il vino parla di sostenibilità?

Lo stato svedese nella figura del Systembolaget ha la missione di gestire la rivendita al dettaglio di bevande alcoliche secondo modalità che rispettino l'obiettivo generale della tutela della salute pubblica. Il monopolio deve contribuire a creare una buona cultura del bere così che tutti possano apprezzare i prodotti venduti senza arrecare danno a sé stessi o ad altri, informando il pubblico sui rischi che l'alcol può causare e non può fare promozione per incrementarne le vendite.

L'impegno sociale è sottoscritto anche da obiettivi di sostenibilità che il monopolio ha stabilito nella proposta dei vini a scaffale. Questa cura nella selezione ha attirato l'attenzione e i vini con filiera sostenibile hanno cominciato a essere ritenuti interessanti con la crescita dei volumi. Per il nostro importatore, Viva Group questo percorso è iniziato nel 2004, quando hanno lanciato un loro brand Ecologica, una bag in box Fairtrade e biologica di provenienza argentina. Da allora la selezione di prodotti sostenibili è andata sempre in crescendo arricchendo l'offerta per il consumatore svedese.

Il Systembolaget nel 2023 ha lavorato alla creazione di uno strumento digitale, una piattaforma di sostenibilità, che traccia la catena di approvvigionamento per ogni prodotto inserito all'interno dei negozi del monopolio. Questo prezioso strumento serve a garantire la tracciabilità e la sostenibilità dei prodotti distribuiti.

I negozi del monopolio sono presenti in ogni paese della Svezia e frequentati da buona parte della popolazione adulta, per questo Systembolaget può essere determinante nella sensibilizzazione della popolazione sull'impatto del consumo di vino per quanto riguarda il cambiamento climatico.

L'imballaggio delle bevande rappresenta la quota maggiore dell'impatto climatico indiretto di Systembolaget; in particolar modo le bottiglie di vetro monouso rappresentano la maggiore impronta climatica nell'ambito delle confezioni ed è proprio per questo che dal 2024 verrà introdotto un limite massimo di peso per le bottiglie in modo da ridurre ancora di più le emissioni. Questo sarà possibile solo grazie alla stretta collaborazione tra fornitori e produttori ed è proprio in quest'ottica che insieme al nostro importatore svedese stiamo lavorando per migliorare insieme e poter rispondere positivamente ai cambiamenti in atto.

Grazie al lavoro in collaborazione con la Svezia, una partnership che dura da molti anni, le sempre più stringenti regolamentazioni applicate dal monopolio (che rendono la Svezia un paese all'avanguardia anche in questo tema) sono un interessante spunto di riflessione. Per noi di Pizzolato rappresenta un traino nella direzione della sostenibilità che da sempre è un motivo di sfida continua per crescere e sperimentare soluzioni che abbiano a cura l'ambiente e la produzione biologica sin dal 1991.

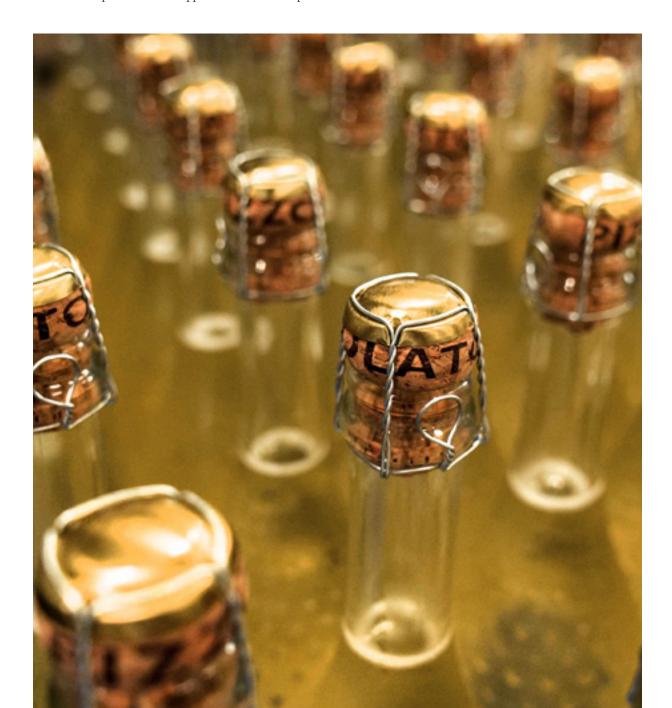
#### **I** fornitori

Nel contesto del nostro impegno come Società Benefit, il Gruppo Pizzolato ha sempre posto grande enfasi sulla collaborazione e il rapporto con gli stakeholder, considerandoli pilastri della propria identità e inserendoli tra gli obiettivi dello statuto della Società Benefit. Il percorso con Equalitas ha inoltre rafforzato questa visione, sollecitandoci a valutare e migliorare continuamente le relazioni con i nostri partner, in particolare con i fornitori.

I fornitori, con cui manteniamo una relazione simbiotica, sono essenziali per il sostegno delle nostre attività, dalla fornitura di uve fino agli imballaggi. Con l'obiettivo di promuovere la sostenibilità ambientale, sociale ed economica, abbiamo intrapreso un'analisi approfondita delle loro prati-

che attraverso un questionario dettagliato. Le risposte ricevute hanno non solo confermato la qualità dei prodotti, ma hanno anche offerto uno spaccato delle loro strutture interne e delle certificazioni possedute o in fase di acquisizione.

Questo processo ci ha permesso di comprendere meglio le iniziative dei nostri partner in materia di sostenibilità e di assicurarci che le loro azioni siano allineate con i nostri valori. Siamo lieti di constatare che i nostri fornitori condividono lo stesso impegno verso pratiche sostenibili e responsabili, e siamo orgogliosi di includere queste informazioni nel nostro bilancio sociale, testimoniando così l'impegno collettivo verso un futuro più sostenibile.



Federico, che si occupa anche della parte di ufficio acquisti, ci racconta l'importanza del territorio che ci circonda nella selezione di un fornitore.



Federico Pizzolato

— RESPONSABILE PRODUZIONE

### **Fornitori**

# Sapevi che il 64% dei nostri fornitori sono situati in provincia di Treviso?

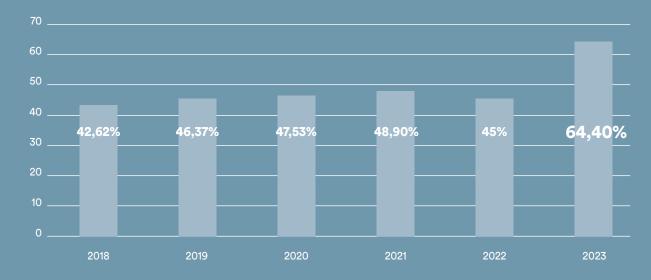
Per noi, l'amore per il nostro territorio significa avere radici solide e sentirsi parte integrante della comunità in cui viviamo. Da sempre impegnati nel sociale, abbiamo deciso di investire sui fornitori locali, con il 64% delle aziende da cui acquistiamo le materie prime situate nella provincia di Treviso. Questo impegno rispecchia la nostra convinzione nella valorizzazione del territorio, punto fondamentale della nostra filosofia che portiamo avanti promuovendo lo sviluppo economico locale attraverso la scelta di prodotti biologici e a filiera corta.

In particolar modo la scelta dei fornitori di uva è determinata non solo dalla ricerca di materia prima di qualità e biologica, ma anche dal rapporto umano e familiare che si crea con chi, come noi, dedica la propria passione per offrire un prodotto di eccellenza.

Crediamo che il nostro impegno nella selezione di fornitori locali, certificati biologici per le materie prime e valutati per la loro affinità verso gli aspetti ambientali e di sostenibilità, abbia contribuito significativamente alla nostra crescita nel mercato internazionale.

La nostra vision aziendale è quella di operare nel modo più sostenibile possibile in ogni ambito, e la scelta di fornitori locali non solo ci consente di diminuire sensibilmente le emissioni di CO<sub>2</sub> per il trasporto della merce, ma ci permette anche di garantire più facilmente la tutela ambientale e il rispetto dei diritti umani lungo le catene di approvvigionamento.

Percentuale di fornitori dalla provincia di Treviso sul totale dei fornitori



#### Gli enti di controllo



Valoritalia è un organismo di controllo per le certificazioni di prodotto regolamentate, come le denominazioni di origine protetta (DOP) e indicazione geografica protetta (IGP). Questo ente assicura che tutte le denominazioni della cantina, dal DOCG Conegliano – Valdobbiadene alle DOC Piave fino al Prosecco DOC, siano soggette a controlli e verifiche.

Il controllo documentale e la tracciabilità dei vini, nonché la verifica della veridicità degli imbottigliamenti, sono svolte a garanzia del consumatore.

Inoltre, Valoritalia è l'ente che ha rilasciato la certificazione Equalitas.



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

È fondamentale riconoscere il ruolo delle istituzioni bancarie con cui, da anni, il Gruppo Pizzolato ha instaurato rapporti solidi, in particolare con le Banche di Credito Cooperativo locali, come Banca della Marca e CentroMarca Credito Cooperativo, che hanno elevato la sostenibilità sociale a principio cardine delle rispettive attività. Questa sinergia si estende anche alla Banca Nazionale del Lavoro, impegnata in investimenti e finanziamenti responsabili, e a Credit Agricole Italia Spa, che pone un accento particolare sull'agricoltura e sull'agroalimentare, dimostrandosi attenta ai cambiamenti climatici.

Queste collaborazioni bancarie non solo rafforzano la nostra rete di supporto finanziario, ma si allineano perfettamente con i nostri valori di sostenibilità e responsabilità sociale che ci contraddistinguono. Attraverso queste partnership, siamo in grado di finanziare la nostra economia in maniera etica e contribuire a promuovere pratiche agricole sostenibili. La nostra relazione con gli istituti di credito è un esempio tangibile del nostro impegno per costruire un futuro migliore per tutti.



#### La comunità

Nell'era dell'interconnessione globale, il valore del gruppo e il sostegno alla comunità si rivelano essenziali per il progresso sostenibile e l'equilibrio sociale.

La forza di un gruppo sta nell'unire persone diverse verso scopi condivisi, creando una sinergia che permette di affrontare sfide, stimolare l'innovazione e conseguire obiettivi importanti. Questa unione è vitale non solo all'interno dell'organizzazione, ma si estende anche al di fuori, nel sostegno attivo alla comunità locale.

Investire nella comunità significa infatti investire nel nostro futuro, contribuendo alla crescita e al benessere dell'ambiente sociale, culturale ed economico in cui Pizzolato opera. Attraverso iniziative di volontariato, sponsorizzazioni e collaborazioni, possiamo lasciare un segno positivo e duraturo.

Includere questi principi nel bilancio sociale va oltre la semplice rendicontazione; è una dichiarazione di principi che evidenzia l'importanza dell'impegno collettivo per il bene comune, invitando a considerare il successo non solo in termini di profitto, ma anche attraverso l'impatto positivo sulle persone e sul territorio.

#### Attività in cantina

Come custodi di un patrimonio naturale inestimabile, abbiamo scelto di adottare pratiche agricole biologiche e vegane certificate, per garantire l'espressione più pura del terroir che coltiviamo.

Guardiamo al futuro con la consapevolezza che ogni azione conta. Il nostro impegno è quello di continuare a innovare, senza mai perdere di vista l'importanza della sostenibilità. Ci impegna a essere un esempio di come l'industria vitivinicola possa prosperare in armonia con l'ambiente, per le generazioni presenti e future.

La nostra responsabilità però, si estende anche alla divulgazione dell'educazione ambientale. Attraverso i Bio Tour, apriamo le porte della nostra cantina per mostrare con trasparenza il nostro operato e per condividere la filosofia che guida ogni nostra scelta. L'Officina del Vino è invece il cuore pulsante della nostra ospitalità, dove ogni evento diventa un'occasione per celebrare la simbiosi tra uomo e natura.



Visite guidate con degustazione concepite come esperienze enogastronomiche volte a scoprire la realtà Pizzolato dalla produzione alla tavola. Nel corso del 2023, la cantina ha accolto 149 visite, con un totale di 1035 visitatori, di cui il 23% provenienti dall'estero. 206 sono stati invece gli studenti in visita.

#### **WINE SHOP**

Punto vendita rivolto alla vendita diretta di vino biologico e vegano. Dal 2023, il punto vendita offre anche il servizio di vino sfuso biologico: bianco e rosso fermo e bianco frizzante.

#### **BUSINESS**

La cantina accoglie da sempre collaborazioni aziendali o eventi privati nello spazio che abbiamo dedicato all'hospitality: l'Officina del Vino. Nel 2023, la cantina ha ospitato 31 eventi condividendo la propria filosofia biologica e sostenibile.

#### **EVENTI**

Un calendario annuale, ricco di appuntamenti, in cui vivere la nostra realtà ed entrare in contatto con la cultura del biologico e della sostenibilità.



#### WINE EXPERIENCE

Corso di avvicinamento al vino, rivolto a tutti gli appassionati, composto da quattro serate a tema per affrontare una panoramica sul mondo del vino, le varie tipologie e i metodi di produzione.

#### **CINEMA IN CANTINA**

Un ciclo di proiezioni cinematografiche in vigna, promosso dall'associazione SOLELUNA DOC in collaborazione con il CONSORZIO PROSECCO DOC. Pizzolato ha ospitato la proiezione del film "STORIES FROM THE SEA" di Jola Wirczorek.

#### PROFUMO DI MOSTO

In collaborazione con il "Villaggio delle Zucche" di "Nonno Andrea", nei fine settimana di ottobre, bio tour sul tema della vendemmia, il periodo più suggestivo del ciclo vitivinicolo. Gli ospiti, oltre alla visita convenzionale, hanno potuto assaggiare il mosto di un'uva appena vendemmiata.

#### **FESTA DEL NOVELLO**

Un evento che celebra la bellezza della natura e i sapori autunnali, offrendo l'ultimo sorso d'estate nel cuore dell'autunno. Il Novello, primo vino dell'anno prodotto dopo la vendemmia, simboleggia la ricompensa per il duro lavoro dei mesi precedenti.

#### Progetti sul territorio

Nell'ambito del nostro impegno per la sostenibilità e il benessere della comunità che ci circonda, ci facciamo promotori di un welfare territoriale che va oltre la semplice produzione di vino biologico. Il nostro obiettivo è quello di creare un ambiente lavorativo e sociale che sostenga non solo i nostri collaboratori e le loro famiglie, ma anche le comunità locali.

Operiamo attraverso iniziative che migliorano la qualità della vita nel nostro territorio; collaboriamo con enti locali e associazioni per sviluppare progetti di supporto sociale, educazione ambientale e promozione della salute. Questi progetti non solo arricchiscono il tessuto sociale, ma rafforzano anche il legame tra la cantina e la comunità.

#### VILLORBA CALCIO ASD

La cantina continua ad essere il principale sponsor della società sportiva, aiutando la crescita e lo sviluppo delle squadre, dei giovani impiegati e della comunità coinvolta.

#### "IL FIORE DEL DESERTO"

Pizzolato è stata sponsor tecnico della mostra personale di Silvia Canton, dedicata alla denuncia delle catastrofi dovute al cambiamento climatico, negli spazi del Museo Santa Caterina di Treviso.

#### **WELFARECARE**

Partner dell'evento "Mammografia ed Ecografia Gratuita", promosso da WelfareCare, dedicato alla prevenzione del tumore al seno.

#### FONDAZIONE IEO-MONZINO

Wine sponsor del Christmas Gala per la Ricerca, una serata benefica a sostegno della ricerca sul cancro e delle malattie del cuore dell'Istituto Europeo di Oncologia e del Centro Cardiologico Monzino.



#### COMITATO MARIA LETIZIA VERGA

La cantina, attraverso l'acquisto di pandori artigianali, ha rinnovato il suo impegno nel supporto al Comitato la cui missione è il miglioramento della qualità complessiva della vita di bambini e ragazzi affetti da malattie emato-oncologiche. Anna ci parla di questo mese molto speciale per la cantina, la condivisione del valore della sostenibilità per noi è davvero importante.



**Anna Pavan** — AREA HOSPITALITY ED EVENTI

### Il mese della sostenibilità

# Il mese della sostenibilità in Cantina Pizzolato, quali sono stati gli appuntamenti più interessanti?

Dal 15 maggio al 16 giugno 2023 in Cantina Pizzolato si è celebrato il mese della sostenibilità. Durante queste settimane abbiamo organizzato diversi eventi e manifestazioni che avevano come obiettivo il dialogo e il confronto su temi legati alla sostenibilità in tutte le sue sfaccettature. Abbiamo coinvolto numerosi ospiti e invitato la comunità locale a partecipare, perché la sostenibilità è una strada da percorrere tutti insieme, nessuno escluso.

Tra gli incontri organizzati questi sono quelli che hanno riscontrato maggior interesse, hanno visto il coinvolgimento del pubblico e riscontrato una partecipazione appassionata.

Gli appuntamenti del mese:

#### 23 MAGGIO

# Lavoro felice: utopia o realtà? Quattro chiacchiere con Eva Martini

Un aperitivo che ha visto ospite Eva Martini, specializzata in Agile HR, sicurezza psicologica, diversità e inclusione; certificata come Chief Happiness Officer. Durante la serata abbiamo aperto uno scambio di opinioni ed esperienze in materia di benessere sul luogo di lavoro e sulla consapevolezza del tema da parte delle aziende e non solo del lavoratore.

#### 28 MAGGIO

# "Cantine aperte 2023": vino, arte e sostenibilità

Evento nazionale promosso da Movimento Turismo del Vino in cui Pizzolato ha aperto le proprie porte per una giornata da vivere all'insegna della spensieratezza tra la vigna e gli spazi della cantina. Diverse le attività in programma tra cui visite guidate, degustazioni, masterclass, picnic e per finire uno spettacolo teatrale, sempre sul tema della sostenibilità.

#### 15 GIUGNO

# Comunicare per condividere, comunicare per applicare

Questo evento è stato voluto per presentare al pubblico, sia in una conferenza in presenza in cantina che in diretta sul profilo Instagram Pizzolato, il bilancio sociale 2022. Durante il talk si sono toccati temi riguardanti le politiche, gli impegni e l'impatto delle scelte fatte dalla cantina nel contesto ambientale e sociale.

#### 5 GIUGNO

# Quattro chiacchiere in "piazzetta"

Patrocinati dal comune di Villorba, abbiamo aperto le porte della nostra cantina per aprire un dialogo con i cittadini sulle azioni etiche e sulla responsabilità sociale, elementi fondamentali che guidano la nostra azienda nel suo percorso verso un futuro più verde e consapevole.

23 MAGGIO – 16 GIUGNO

### Esposizione mostra Ecorete by Ricrearti

Dal 24 maggio al 16 giugno, gli spazi accoglienti della cantina hanno ospitato le straordinarie opere di Ricrearti. Queste opere, sviluppate con grande creatività, mirano a dare nuova vita agli scarti delle lavorazioni delle aziende appartenenti al Gruppo Sosteni-La mostra, visitabile gratuitamente, ha offerto ai visitatori un'esperienza unica, permettendo loro di apprezzare l'arte del riciclo e della sostenibilità. Nella realizzazione delle opere sono stati coinvolti l'Associazione il Pesco di Mogliano Veneto e la Piccola Comunità di Conegliano, due realtà che si dedicano con passione all'accoglienza e al supporto di persone svantaggiate. Grazie a questa collaborazione, la moartistico dei partecipanti, ma ha anche sottolineato l'importanza dell'inclusione sociale e della solidarietà.





# 04 L'IMPATTO ECONOMICO

#### **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	24.664.249,00			
2) Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	-24.753,00			
3) Variazione dei lavori in corso su ordinazione	-			
4) Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	-			
5) Altri ricavi e proventi				
TOTALE (A) VALORE DELLA PRODUZIONE	25.001.082,00			

B) COSTI DELLA PRODUZIONE	
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	17.617.153,00
7) Per servizi	2.122.297,00
8) Per godimento di beni di terzi	749.019,00
9) Per il personale	1.505.168,00
a) Salari e stipendi	1.100.716,00
b) Oneri sociali	318.055,00
c) Trattamento di fine rapporto	79.717,00
d) Trattamento di quiescenza e simili	-
e) Altri costi	6.680,00
10) Ammortamenti e svalutazioni	502.078,00
a) Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	152.151,00
b) Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	331.174,00
c) Altre svalutazioni delle immobilizzazioni	-
d) Svalutazioni di crediti compresi nell'attivo circolante	18.753,00
11) Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	73.350,00
12) Accantonamenti per rischi	-
13) Altri accantonamenti	-
14) Oneri diversi di gestione	147.536,00
DTALE (B) COSTI DELLA PRODUZIONE	22.716.601,00

C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI	
15) Proventi da partecipazioni	
16) Altri proventi finanziari	211,0
a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni	
b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	
c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
d) proventi diversi dai precedenti, con separata indicazione di quelli da imprese controllate e collegate e di quelli da controllanti	211,0
17) Interessi e altri oneri finanziari	150.645,0
17 BIS) Utili e perdite su cambi	10,0
E (C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI	-150.444,0

D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE
18) Rivalutazioni di attività finanziarie
a) di partecipazioni –
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni –
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni –
19) Svalutazioni di attività finanziarie
a) di partecipazioni –
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni –
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni –
TOTALE (D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE —

	E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	
20	20) Proventi, con separata indicazione delle plusvalenze da alienazioni –	
21	21) Oneri, con separata indicazione delle minusvalenze da alienazioni e delle imposte relative a esercizi precedenti	
TOTALE (E) PARTITE STRAORDINARIE —		

#### RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+C+D+E)

2.134.037,00

		D) RETTIFICHE	
22	Imposte sul reddito di esercizio		603.602,00

UTILE / PERDITA DELL'ESERCIZIO

1.530.435,00

### LA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

2023

Ricavi delle ven	dita a della praetazioni (al patto della rattificha di ricavo)	24.664.249,00
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (al netto delle rettifiche di ricavo)  Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		-24.753,00
	avori in corso su ordinazione	-
		361.586,00
Altri ricavi e proventi Ricavi attività tipica		25.001.082,00
Ricavi della produzione atipica (lavori in economia)		-
VGP	VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE	25.001.082,00
CO.INT	COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	20.707.155,00
VACL	VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	4.293.927,00
Ricavi accessor	i	211,00
Costi accessori		18.753,00
Ris.G.ACC.	Saldo gestione accessoria	-18.542,00
Ricavi straordin	ari	-
Costi straordina	ri	-
co.s	Saldo gestione straordinaria	-
VAGL	VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	4.275.385,00
Amm Am	mortamenti	483.325,00
VAGN	VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	3.792.060,00

VAGN

VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO

		2023		
Personale non di	pendente	-		
Personale dipendente		1.505.168,00		
> Remunerazioni dirette		1.187.113,00		
> Remunerazioni indirette		318.055,00		
> Eventuali quote	di riparto del reddito	-		
Α	REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	1.505.168,00		
Imposte dirette		603.602,00		
Imposte indirette	Imposte indirette			
В	REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	603.602,00		
Oneri per capital	i a breve termine	-		
Oneri per capitali a lungo termine		150.655,00		
С	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO	150.655,00		
Dividendi (Utili di	Dividendi (Utili distribuiti alla proprietà)			
D	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO	-		
E	REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA	1.530.435,00		
F	LIBERALITÀ ESTERNE	2.200,00		

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

3.792.060,00

#### Il conto economico anno 2023

A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	24.664.249	99%
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		0%
Altri ricavi e proventi	361.586	1%
	25.001.082	100%

B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	17.617.153	78%
Per servizi	2.122.297	9%
Per godimento di beni di terzi	749.019	3%
Per il personale	1.505.168	7%
Ammortamenti e svalutazioni	502.078	2%
Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	73.350	0%
Accantonamenti per rischi	0	0%
Oneri diversi di gestione	147.536	1%
	22.716.601	100%

Area Geografica	VALORE ESERCIZIO CORRENTE
VENDITE ITALIA	2.320.577,39
VENDITE UE	16.303.501,72
VENDITE EXTRA UE	6.040.169,89
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	-24.753
Altri ricavi e proventi	361.586









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



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





Stefania Pizzolato

— RESPONSABILE

AMMINISTRAZIONE

E RISORSE UMANE

### Rating di legalità

Stefania ci spiega che cos'è il rating di legalità e perché la Cantina Pizzolato ha scelto di richiederne l'attribuzione.

Il rating di legalità è uno strumento introdotto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) per promuovere e riconoscere le aziende che operano secondo principi di legalità, trasparenza e responsabilità sociale. Questo rating viene assegnato sulla base di criteri rigorosi che valutano il rispetto delle normative e l'adozione di pratiche virtuose.

Viene attribuito alle aziende che dimostrano di rispettare una serie di requisiti, tra cui l'assenza di procedimenti penali rilevanti, l'adozione di modelli organizzativi per la prevenzione dei reati, la trasparenza nei rapporti con le istituzioni e l'adozione di pratiche di responsabilità sociale. Ogni azienda può ottenere un punteggio che va da una a tre stelle, in base al livello di conformità ai criteri stabiliti.

# Perché la Cantina Pizzolato ha richiesto il rating di legalità?

- 1. Trasparenza e Affidabilità: Ottenere il rating di legalità è un modo per dimostrare ai clienti, partner commerciali e investitori il proprio impegno verso la trasparenza e l'affidabilità. Questo riconoscimento attesta che l'azienda opera secondo principi etici e legali, aumentando la fiducia nei confronti della Cantina Pizzolato.
- 2. Responsabilità Sociale: La Cantina Pizzolato è impegnata nella responsabilità sociale d'impresa. Richiedere e ottenere il rating di legalità è un modo per formalizzare e rendere visibile questo impegno, dimostrando che l'azienda non solo rispetta le leggi, ma adotta anche pratiche virtuose che contribuiscono al benessere della comunità e dell'ambiente.
- 3. Miglioramento Continuo: Il processo di ottenimento del rating di legalità implica una revisione approfondita delle pratiche aziendali. Questo permette alla Cantina Pizzolato di identificare aree di miglioramento e implementare misure per rafforzare ulteriormente la propria conformità normativa e le proprie pratiche etiche.

La richiesta del rating di legalità da parte della Cantina Pizzolato riflette l'impegno strategico verso la qualità, la trasparenza e la responsabilità sociale, pilastri essenziali per garantire una crescita sostenibile e a lungo termine dell'azienda.







### 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.

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

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

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

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
- → Installazione di un depuratore biologico delle acque reflue che permette di reimettere nel 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 CO₂
- → Revamping del vecchio sistema fotovoltaico
- → Implementazione di un sistema di controllo dei consumi annuali

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA



- ⇒ 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
- → "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

#### Gli obiettivi Agenda 2030

#### Azioni e attività in cantina

9 IMPRESA, INNOVAZIONE, INFRASTRUTTURE



- → Sviluppare infrastrutture di qualità, affidabili, sostenibili e resilienti comprese quelle regionali e transfrontaliere per supportare lo sviluppo economico e il benessere degli individui
- 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
- → Realizzazione di una cantina sostenibile che rispecchi la filosofia aziendale utilizzando e promuovendo materiali a Km0
- → Realizzazione dell'Officina del Vino, spazio eventi che rispecchi la filosofia aziendale utilizzando e promuovendo materiali a Km0
- → Rinnovo del parco mezzi aziendali con veicoli più efficienti

2 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



- → Raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali
- → Ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo.
- Diffondere delle informazioni rilevanti circa la giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita in armonia con la natura
- → 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
- → Comunicazione specifica, costante e trasparente rivolta agli stakeholder attraverso canali digitali e non
- → Scelta di imballaggi riciclabili o riutilizzabili
- → Gestione dei rifiuti attraverso consorzi di controllo e promozione di attività di riciclaggio e successivo riutilizzo
- → Collaborazione con aziende specializzate per il riciclo di prodotti specifici, quali tappi di sughero e carta plastificata
- → Uso di prodotti locali nell'offerta culinaria dell'Officina del Vino
- → Tour guidati per la valorizzazione della cultura del vino e della conoscenza dei vitigni autoctoni

15 VITA SULLA TERRA



- Promuovere una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, arrestare la deforestazione, ripristinare le foreste degradate
- → 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
- 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
- → Utilizzo degli scarti di faggio della foresta del Consiglio per la costruzione della cantina (progetto Veneto Agricoltura)
- Utilizzo di carta FSC in diversi ambiti produttivi e/o carta riciclata con diversa percentuale di materiale vergine
- → Scelta di operare in agricoltura biologica nel rispetto dell'intero ecosistema
- Uso di atomizzatori a recupero per i trattamenti che riducono la dispersione nell'ambiente delle sostanze minerali utilizzate in agricoltura biologica
- → Gestione manuale delle piante infestanti per favorire la biodiversità nel vigneto



# 05 **RELAZIONI E VALUTAZIONI**

# **RELAZIONE D'IMPATTO 2023**

#### **MISSION**

Quella che segue è la seconda relazione d'impatto di La Cantina Pizzolato Srl, formalmente Società Benefit (SB) dal 31.08.2022.

L'azienda vitivinicola si trasforma da Società in Accomandita Semplice in Società a Responsabilità Limitata nel 2015 per poi completare la trasformazione a fine agosto 2022, aggiungendo al proprio statuto societario gli scopi di beneficio comune propri di una Società Benefit.

Essere diventati Società Benefit conferma la mission aziendale, nata dalla scelta personale di Settimo Pizzolato di dar vita ad una realtà esclusivamente dedita al biologico e alle sue buone pratiche contenute nella normativa Europea 848/2018, che ora si traduce in una modalità più articolata

di fare impresa basandosi su scelte responsabili verso tutti gli stakeholder che gravitano dentro e fuori l'azienda.

Passo dopo passo, cambiamento dopo cambiamento, l'impresa svolge quotidianamente attività il cui scopo è quello di produrre un valore ambientale, sociale ed economico, misurabili nei vari ambiti, che definiscono la natura societaria della stessa.

Già nel corso del 2022 era stato costituito un team sostenibilità selezionando collaboratori provenienti da più aree aziendali, che durante il 2023 è andato ad implementarsi. Lo scopo di questa squadra è quello di poter agilmente comprendere e monitorare tutte le problematiche in materia di sostenibilità, condividere, intervenire dove serve e per farlo sono necessari più punti di vista e professionalità diverse.

Il team, nel corso dell'anno 2023, è così composto:

Sabrina Rodelli

Consigliere con Delega alla Sostenibilità Michela Lo lacono

Area Risorse Umane Federica Tocchetto

Area Controllo Qualità Nicola Borghetto

Area Programmazione della Produzione Barbara Bertocchi

Area Marketing Anna Pavan

Area Marketing

Il gruppo ha lavorato attivamente nel corso dell'anno sia attraverso della formazione dedicata, sia attraverso esperienze di condivisione, sia attraverso degli incontri mensili.

61

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

12

INCONTRI DEL TEAM SOSTENIBILITÀ NEL CORSO DELL'ANNO 2023

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

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;

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;

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;

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;

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;

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.



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		
ANNO 2023		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Miglioramento dell'impatto ambientale con incentivo alla riduzione delle lavorazioni non necessarie in vigneto.	In data 27 novembre 2023 svoltosi in sede un incontro tra la Direzione, l'agronomo e i conferitori di uve con lo scopo di condividere l'esperienza, le buone pratiche, le difficoltà legate alla produzione biologica e ai cambiamenti climatici.	Diffusione e condivisione della cultura biologica.
Selezione del fornitore d'uva in base alle performance ambientali.	Durante l'incontro del 27 novembre 2023, la Direzione ha sottoposto un questionario a tutti i fornitori in materia di sostenibilità, con lo scopo di capire, per ciascun fornitore, le attività poste in essere o che intende fare entro il prossimo biennio in ambito sostenibile.	I risultati raccolti fanno emergere che i conferitori, a prescindere dalle loro dimensioni, sono sensibili nei confronti delle tematiche legate alla sostenibilità e, se non ancora fatti, nell'arco di un biennio porranno in essere attività/investimenti in tal senso.
Aumentare la diffusione della filosofia biologica e PIWI e il consumo di un vino più sostenibile.	Primavera 2023 realizzato un sondaggio e una campagna social legata ai prodotti PIWI della Cantina che ha coinvolto tutti i dipendenti.  Consueto appuntamento autunnale "Festa del Novello" in cui viene presentato appunto il vino Novello ricavato da vitigni PIWI.	Divulgazione della conoscenza dei vini PIWI e delle loro particolarità sia attraverso i social network sia attraverso le visite guidate in cantina e/o degustazioni dedicate.
Coinvolgimento in associazioni PIWI per formazione e istruzione sul tema.	Partecipazione attiva al PIWI ITALIA e a PIWI International.	L'azienda mantiene l'impegno partecipando in maniera attiva alle associazioni dedicate.



BUONE PRATICHE AGRICOLE		
ANNO 2024		
OBIETTIVO	КРІ	
Aumentare la comunicazione in materia di agricoltura biologica.	Svolgere campagne comunicative dedicate esclusivamente all'agricoltura biologica. Campagna comunicativa denominata "Coltiviamo Valori".	
Continuare il coinvolgimento nelle associazioni PIWI.	Partecipazione attiva al PIWI ITALIA e a PIWI International.	
Coinvolgere maggiormente i nostri Stakeholders nelle tematiche legate all'agricoltura biologica.	Svolgere nel corso del 2024 un convegno avente come focus l'agricoltura biologica.	
Continuare l'attività di condivisione e supporto con i conferitori.	Svolgere almeno un incontro con i fornitori d'uva per condividere l'esperienza, le buone pratiche, le difficoltà legate alla produzione biologica e ai cambiamenti climatici.	
Miglioramento delle buone pratiche di campagna.	Prevedere dei progetti di miglioramento, che interessino almeno il 20% dei terreni dei fornitori, avvalendosi eventualmente di istituti di ricerca e/o consulenti.	

В.

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

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA RISULTATI	
Ottimizzazione dell'impianto fotovoltaico.	· messa in servizio impianto fotovoltaico esistente da 99 kWp;	· produzione prevista dell'impianto da 99 kWp 104.000 kWh;
	· messa in servizio impianto fotovoltaico esistente da 138 KWp;	· produzione prevista dell'impianto da 138 kWp 145.000 kWh;
	installazione di un dispositivo di efficientamento energetico con sistema automatico di gestione	· con l'installazione del dispositivo di efficientamento energetico è prevista una riduzione dei consumi annuali del 5%.
	dell'energia;	Non tutte le attività previste per l'anno 2023 sono state poste in essere.
		Tali ritardi non sono imputabili all'azienda ma ad un protrarsi, con tempistiche più lunghe del previsto, dello studio delle soluzioni più idonee ad efficienti.
ANNO 2024		
OBIETTIVO	KPI	
Maggior consapevolezza aziendale in materia di consumi energetici.	Installazione di un sistema di misurazione e di monitoraggio per la verifica e il controllo dei consumi.	
Verificare i consumi e studiare le aree in cui intervenire.	Audit energetico per intervenire in maniera mirata.	
Coinvolgimento del personale in materia di risparmio energetico.	Formazione e sensibilizzazione dei collaboratori.	

AZIONE 2   CERTIFICAZIONI		
ANNO 2023		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Ottenimento della Certificazione Equalitas.	In data 6 e 7 febbraio 2023 svolto, con esito positivo, il primo audit per il rilascio della Certificazione.	In data 17 marzo 2023 ottenimento della Certificazione con il rilascio del relativo Certificato n. CC/071_rev.00, con scadenza il 16/03/2026.
ANNO 2024	,	
OBIETTIVO	КРІ	
Mantenimento della Certificazione Biologica.	Mantenimento della certificazione fondante per la realtà aziendale, in essere dal 1991.	
Mantenimento della Certificazione Equalitas.	Mantenimento anche per l'anno 2024 di tale certificazione ottemperando oltre ai requisiti maggioritari, già esaminati nel 2023, anche a quelli minoritari.	
Intraprendere il percorso per l'ottenimento di un'ulteriore certificazione.	Valutare l'introduzione di almeno una delle seguenti certificazioni:  · Modello 231;  · Certificazione B-Corp;  · Certificazione Parità di Genere;  e cominciare il relativo percorso per l'ottenimento.	

#### AZIONE 3 | TEAM DI SOSTENIBILITÀ **ANNO 2023 OBIETTIVO** ATTIVITÀ SVOLTA **RISULTATI** Introduzione in azienda della Stilato lo specifico mansionario. Ingresso in azienda di tale figura il 2 figura di un Tecnico della Aperta la ricerca nel secondo aprile 2024. Sostenibilità. semestre 2023. Individuata la figura a dicembre 2023. Formazione continua in materia Partecipazione attiva a seminari, Il team nel corso dell'anno 2023 ha svolto di sostenibilità (preventivate alla Settima della Sostenibilità in totale 61 ore. almeno 40 ore). organizzata da Confindustria Veneto Est a maggio 2023 e alle visite nelle varie aziende del Gruppo delle Aziende Sostenibili di appartenenza. Allineamento e aggiornamento Riunioni almeno ogni due mesi Il team sostenibilità attraverso gli incontri annuale di tutta l'azienda sul che svolge è sempre aggiornato su per il team sostenibilità e a tema sostenibilità. novembre 2023 durante la riunione tematiche e problematiche legate alla plenaria svolto un focus per materia e condivide le proprie esperienze tutti i collaboratori in materia di formative. Si prefigge obiettivi e modalità sostenibilità. di realizzazione che coinvolgono tutto lo staff aziendale.

ANNO 2024		
OBIETTIVO	KPI	
Infondere maggior cultura, a tutti i colleghi, in materia di sostenibilità.	Prevedere della formazione specifica, a cura del Tecnico della Sostenibilità. Almeno 3 ore cad.	
Mantenimento per tutto il team della formazione in materia di sostenibilità.	Almeno 50 ore di formazione per il gruppo.	
Ampliamento del team sostenibilità.	Almeno ¼ dei collaboratori dell'azienda membri attivi del team.	

ANNO 2023		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Sensibilizzare i collaboratori in materia di raccolta differenziata dei rifiuti per un continuo miglioramento.	Fatta attività di sensibilizzazione che però non ha portato ai risultati sperati.	Ci sono delle difficoltà nella corretta suddivisione dei rifiuti, questo implica che deve essere fatta maggiore e ulteriore specifica formazione.
Introduzione di un sistema per la misurazione della Carbon e della Water Footprint.	Nel corso del 2023 data la mancanza di una figura professionale specifica la misurazione è stata posticipata all'anno 2024.	
ANNO 2024		
OBIETTIVO	KPI	
	Individuazione dei gestionali più adatti allo scopo, raccolta dati anno 2024 e calcolo.	
Continuare il percorso iniziato nel 2023 in materia di rifiuti e raccolta differenziata.		





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 | WELLBEING IN AZIENDA**

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Nuovo Codice Etico e Regolamento Aziendale.	Stesura della prima bozza di un nuovo Codice Etico e Regolamento Aziendale.	Nel 2023 stesa, circolarizzata e sottoscritta la Politica Aziendale. Realizzata una prima bozza del nuovo Codice Etico che sarà definitivo entro il 31/12/2024.
Adozione di un piano di programmazione ferie per settore.	Coinvolto il 100% dei collaboratori nella programmazione del proprio piano ferie.	Circolarizzato a febbraio 2023 il calendario con le chiusure aziendali, in maniera tale che ciascun collaboratore a sua volta potesse presentare, in forma scritta, al proprio Responsabile, lo smaltimento ferie. Il Responsabile entro dieci giorni, ha confermato la richiesta compatibilmente con le esigenze produttive. L'Ufficio Personale ha comunicato a ciascun collaboratore il proprio residuo e maturabile annuale, consegnando a ciascuno un file riepilogativo con tutti i dati necessari. Nessuna richiesta è stata rifiutata.
Mantenimento della condivisione dei valori aziendali.	Svolte n. 2 riunioni plenarie (2 novembre e 22 dicembre), meeting settoriali (a cadenza settimanale/bisettimanale o mensile), gita aziendale annuale, momenti di incontro sia di gruppo che individuali e attività di team building.	Tali attività creano un ambiente lavorativo più coeso, sereno, stimolante e coinvolgente. La partecipazione alle attività non scende mai al di sotto del 90%.

ANNO 2024		
OBIETTIVO	КРІ	
Nuovo Codice Etico e Regolamento Aziendale.	Stesura definitiva dei nuovi documenti e condivisione con i principali Stakeholders.	
Policy ferie aziendale.	Creare e condividere una specifica e più dettagliata policy.	
Flessibilità oraria.	Introdurre la flessibilità oraria in entrata e in uscita per il comparto impiegatizio dal lunedì al giovedì (il venerdì già dal 2022 è prevista la possibilità di uscire anticipatamente a partire dalle ore 14:00).	
Progetto Our Voice.	Introduzione di una Consulente di Direzione per le Risorse Umane per il Board e le Prime Linee.	
Mantenimento del Progetto Ascoltiamoci iniziato a metà del 2021.	Attività volte al benessere aziendale, per le figure più operative, svolte con la collaborazione di una Chief Happiness Officer certificata.	
Progetto Calendar.	Implementazione del software in uso per agevolare la condivisione di un calendario aziendale. Prevista formazione base e advance.	
Mantenimento della condivisione dei valori aziendali.	Implementazione degli attuali strumenti di condivisione e implementazione di sistemi informativi interni.	

AZIONE 2   INCENTIVI PER I COLLABORATORI		
ANNO 2023		
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Attivazione di un piano welfare per tutti i collaboratori.	A giugno 2023 è stata siglata una convenzione con BNP Paribas che attraverso WellMakers ha creato la piattaforma welfare aziendale personalizzata. Trattasi di welfare on top.	
ANNO 2024		
OBIETTIVO	KPI	
Formazione e fruizione della piattaforma Welfare.	Stanziare anche per l'anno 2024 una cifra destinata alla piattaforma welfare liberamente spendibile tra molteplici servizi/buoni/rimborsi/attività etc. Prevedere lo svolgimento di una formazione specifica, che coinvolgerà tutti collaboratori, sui servizi e modalità di fruizione da parte di un tecnico WellMakers.	
Convenzioni per i collaboratori.	Mantenimento delle convenzioni previste in quanto azienda membro di Confindustria Veneto Est;     Realizzare per l'anno 2024 almeno 2 nuove convenzioni con attività e/o servizi locali;	

#### AZIONE 3 | FORMAZIONE DEI COLLABORATORI

#### **ANNO 2023**

**OBIETTIVO** 

soft skills.

Aumentare le competenze.

Attivazione di percorsi per migliorare le

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Aumento delle competenze dei collaboratori (sia hard che soft skills).	Formazione personalizzata.  Messi a disposizione per ciascun collaboratore €500 cad. oltre ad un budget di €5.000 per la formazione di gruppo.	La formazione personalizzata anno 2023 (sia hard che soft skills) è stata di complessive 219 ore (da queste ore esulano quelle dedicate alla formazione obbligatoria), ha coinvolto 39 collaboratori per un totale di € 6.660.
Aumento delle performance.	Coinvolti alcuni collaboratori (team marketing, commerciale, controllo qualità, amministrazione, logistica e magazzino) nel progetto di studio, comunicazione e monitoraggio degli obiettivi sia personali che di team.	Per alcuni collaboratori l'assegnazione degli obiettivi è stata sfidante e spronante.  Per altri, invece, malgrado l'azienda abbia supportato l'aumento delle performance anche con della formazione ad personam, l'obiettivo non è stato completamente raggiunto.  Sommariamente possiamo constatare che questo obiettivo è stato raggiunto per il 50%

Proseguimento dell'attività formativa per aumentare la professionalità.

Attività di team volte a migliore gli aspetti comunicativi.

KPI



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.

<b>BUONE PRATICHE VERSO IL</b>	DDODOTTO E I A EII IEDA
DUCINE PRATICHE VERSO IL	PRODUITO E LA FILIERA

#### AZIONE 1 | PACKAGING DEL PRODOTTO

#### **ANNO 2023**

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA RISULTATI	
Continua scelta di un packaging a ridotto impatto ambientale.	· Riduzione del peso delle bottiglie.	· Riduzione del peso della bottiglia appartenente ad una linea di vini. Si è passati da una bottiglia che pesava 720 gr ad una che pesa 600 gr con una riduzione del 17%.
	· Riduzione dello spessore del cartone.	· In merito alla riduzione dello spessore dei cartoni, purtroppo tale operazione ha comportato dei reclami da parte dei clienti in quanto i cartoni più sottili avevano dei problemi strutturali, per cui l'azienda si è vista costretta a fare un passo indietro.
Miglioramento del progetto Cycle4green.	L'obiettivo prefissato per l'anno 2023 era la scelta di un partner territorialmente più vicino per il recupero di liner di carta siliconata, purtroppo tale obiettivo non è raggiungibile per mancanza di un fornitore nazionale. Pertanto continua la collaborazione con il consueto partner.	
Sensibilizzazione dei collaboratori per incentivare la diminuzione degli scarti di produzione.	Attività non posta in essere durante, posticipata al 2024 a cura del Tecnico della Sostenibilità.	

OBIETTIVO	KPI	
Acquisti di materiale per il confezionamento più sostenibile.	Acquisto, almeno del 60%, di materiali in possesso di Certificazione FSC.	
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.	
Continua scelta di un packaging a ridotto impatto ambientale.	Prevedere almeno un'altra linea di prodotto a ridotto impatto ambientale.	



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 2023**

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI	
Continua collaborazione con scuole e istituti del territorio.	L'azienda ha studiato e realizzato tour dedicati agli studenti a seconda della scuola/istituto di provenienza, partendo dalle scuole materne fino ai master post laurea.	La Cantina Pizzolato nel 2023 è stata visitata da 206 studenti (+20% rispetto all'anno precedente).	
Mantenimento dell'offerta di stage aziendali formativi.	Posti in essere sia tirocini curriculari che extra curriculari, mantenendo salde le relazioni con gli istituti del territorio.	Nel 2023 sono stati ospitati 5 studenti in collaborazione con: Unis&F, Istituto G.B.Cerletti, IUSVE e Università degli studi di Udine.	
ANNO 2024			
OBIETTIVO	KPI		
Mantenere le collaborazioni con gli istituti scolastici.	Continuare a coinvolgere e formare gli studenti degli istituti del territorio sia in qualità di visitatori sia dando la possibilità di svolgere in azienda il proprio tirocinio.		

#### AZIONE 2 | EVENTI E COLLABORAZIONI

OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI
Divulgazione della nostra esperienza nel biologico e delle buone pratiche aziendali che possano essere frutto di cambiamenti anche per altri.	Partecipazione alla mostra, tenutasi al Museo Santa Caterina di Treviso, intitolata "Il Fiore del Deserto" di Silvia Canton attraverso un intervento mirato il 25 novembre 2023 in materia di cambiamenti climatici.	Promozione, soprattutto a livello territoriale, dell'impegno aziendale nei confronti delle tematiche legate alla sostenibilità.

Consapevolezza da parte dei fornitori del livello di coinvolgimento in materia di sostenibilità.	Nel 2023 creato e inviato un questionario di engagement in materia di sostenibilità ai fornitori di packaging, uva e vino.	L'80% dei fornitori ha risposto al questionario.  Di questi più della metà ha già intrapreso in maniera più o meno articolata un percorso indirizzato ad ur futuro più sostenibile.  La rimanente parte, invece, entro un biennio/triennio si adopererà per porre in essere qualche azione in tal senso.	
Partecipazione attiva alla settimana della sostenibilità organizzata da Confindustria Veneto Est.	Partecipazione attiva (seminari, interventi e conferenze) alla settimana della sostenibilità svolta a Treviso dal 15 al 19 maggio 2023.	Partecipazione di 4 collaboratori per u totale di 22:30 ore.	
Organizzazione in azienda del "mese della sostenibilità".	Ospitata in azienda dal 23/05 al 16/06/2023 e aperta al pubblico la mostra itinerante "Eco-Rete Sostenibile Ricrearti" di Debora Basei promossa da Confindustria Veneto Est.      In data 15/06/2023 organizzato un evento per la presentazione del Bilancio Partecipato aziendale, dal titolo "Comunicare per condividere-Comunicare per applicare".	Nel periodo di permanenza in azienda della mostra itinerante, abbiamo svolto 15 visite guidate per un totale di 107 presenze.  La presentazione del Bilancio Partecipato ha visto presenti 49 persone, di cui 8 in qualità di relatori.  Queste iniziative permettono all'azienda di farsi conoscere (non solo territorialmente) e soprattutto di promuovere il proprio impegno verso le tematiche legate alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica.	
ANNO 2024			
OBIETTIVO	KPI		
Mantenere la partecipazione attiva alla settimana della sostenibilità organizzata da Confindustria Veneto Est.	Assicurare la presenza di almeno un collaboratore per ciascun evento principale.		
Mantenere l'impegno nella divulgazione delle buone pratiche aziendali.	Prevedere per l'anno 2024 la partecipazione in qualità di relatori ad almeno 2 eventi.		

AZIONE 3   ATTIVITÀ ON LINE			
ANNO 2023			
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI	
Implementazione delle visite e delle vendite attraverso il sito internet.	Purtroppo malgrado il nuovo sito internet non abbiamo riscontrato un implemento delle visite a causa di problemi tecnici.		
ANNO 2024			
OBIETTIVO	КРІ		
Implementazione dei contenuti on line.	Prevedere almeno 2 newsletters annue aventi come focus la sostenibilità.		



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			
ANNO 2023			
OBIETTIVO	ATTIVITÀ SVOLTA	RISULTATI	
Mantenimento del rapporto con l'Associazione Maria Letizia Verga.	Continuato il sostegno, attraverso l'acquisto di pandori/panettoni per tutti i collaboratori, all'associazione Maria Letizia Verga che è dedita al miglioramento della qualità della vita di bambini e ragazzi affetti da malattie emato- oncologiche.	Acquistati il 28/11/2023 35 panettoni e 35 pandori per un totale di €1.400.	
Condivisione dei valori con le associazioni di cui l'azienda è sponsor.	Continua il supporto come sponsor principale nei confronti del Calcio Villorba per la stagione 2023/2024.  L'associazione conta 337 calciatori e 50 giovani calciatrici tesserati;      Continua il supporto nei confronti del Rugby Villorba;      Continua il supporto nei confronti di U.C. Castagnole.	<ul> <li>· Versati in qualità di sponsorizzazione al Calcio Villorba €40.000;</li> <li>· Donati al Rugby Villorba €1.500 (in bottiglie);</li> <li>· Donati a U.C. Castagnole €1.500.</li> </ul>	
Sostegno ad attività culturali.	Nel corso dell'anno 2023 l'Azienda ha sostenuto attraverso donazioni/acquisti le seguenti attività/associazioni:  Donazione alla Cooperativa Sociale Omnia Onlus;  Donazione di bottiglie all'Istituto Europeo di Oncologia IEO Monzino per la serata di raccolta fondi svoltasi il 23 novembre 2023;  Sponsor tecnico per la mostra, tenutasi al Museo Santa Caterina di Treviso, intitolata "Il Fiore del Deserto" di Silvia Canton;  Azienda partner dell'evento Mammografia ed Ecografia Gratuita" WelfareCare svoltasi a Villorba (TV) il 1 dicembre 2023.	<ul> <li>Donati €10.000 all'Asilo Nido Peter Pan di Povegliano (TV) – Nido Naturale- facente parte della Cooperativa Sociale Omnia Onlus;</li> <li>Donate a IEO € 3.870 (in bottiglie) per la serata;</li> <li>Donati €1.500 e 24 bottiglie alla mostra "il Fiore del Deserto" svoltasi a novembre 2023;</li> <li>Adesione pubblicitaria di €1.000 Welfare Care.</li> </ul>	
ANNO 2023			
OBIETTIVO	КРІ		
Mantenere e diversificare i rapporti con le varie associazioni sia locali che a livello nazionale.	Continuare a donare, sponsorizzare e aiutare le associazioni in cui l'azienda crede e con cui condivide i valori.		
Mantenimento del supporto all'attività sportiva locale.	Continuare il supporto sia economico che culturale nei confronti delle attività sportive locali.		

Il 2023 è stato il nostro primo anno intero in qualità di Società Benefit.

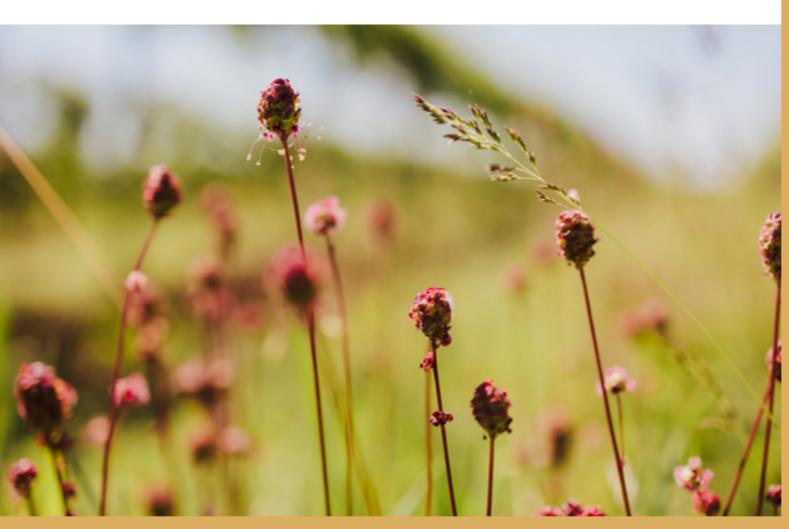
Sono molti i cambiamenti a cui ci stiamo velocemente abituando poiché consapevoli di riuscire, soprattutto grazie a questo modo di fare impresa, a essere migliori giorno dopo giorno quali imprenditori, collaboratori, come persone che operano all'interno di una comunità articolata.

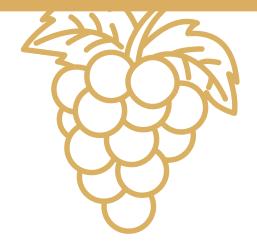
Con la trasformazione in Società Benefit abbiamo formalizzato e ufficializzato il nostro impegno non solo a "fare bene il nostro lavoro", ma anche a contribuire all'evoluzione dei diversi stakeholders che assieme a noi creano business.

Abbiamo ragione di credere di poter essere un modello di ispirazione per alcune aziende che collaborano con noi, come, d'altro canto, siamo ricettori di buone pratiche da altrettante aziende che hanno intrapreso questo percorso molto prima di noi.

Questa relazione e le prossime saranno il racconto di un percorso non sempre agevole, ma fortemente voluto, in cui l'obiettivo non è la meta ma la modalità.

Sabrina Rodelli Consigliere con delega alla sostenibilità



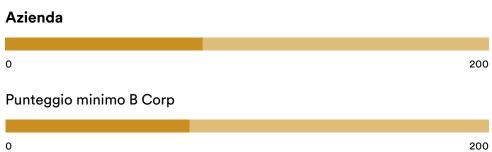


## **VALUTAZIONE IMPATTO BCORP AL 31/12/2023**

# LA CANTINA PIZZOLATO SRL

Data di fine dell'anno fiscale 31 dicembre 2023





L'azienda al 31/12/2023 ha ottenuto il punteggio necessario per poter accedere al raggiungimento della certificazione B-Corp. Nella sintesi di seguito riportata viene presentato l'impatto generato considerando 5 ambiti: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti. Attualmente il punteggio ottenuto da La Cantina Pizzolato Srl è di 81,7 punti. La Direzione, attualmente, sta valutando se procedere entro fine dell'anno 2024 ad iniziare il percorso di certificazione.

Domande Risposte

Punteggio generale

## **GOVERNANCE**

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e le pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza. 23/25 15.8

## **LAVORATORI**

Scopra in che modo l'azienda può l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori 47/47 23.8

# **COMUNITÀ**

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

40/40 19.0

# **AMBIENTE**

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

60/66 18.7

# **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

