CONTI
DEGLI AZZONI

IL VALORE CHE NASCE DAL RISPETTO

La consapevolezza delle proprie azioni in un progetto di crescita

Bilancio di Sostenibilità

Giugno 2021

DEGLI AZZONI WINES

Alla base della filosofia dei fratelli Aldobrando, Filippo e Valperto degli Azzoni Avogadro Carradori c'è il rispetto e la tutela delle persone e dell'ambiente, valori che hanno sempre cercato di applicare nell'attività di tutte e tre le aziende di famiglia.

Tale impegno è comunicato e rendicontato in questo prezioso strumento che è il Bilancio di Sostenibilità.
Per l'importante onere che implica la realizzazione di un complesso strumento come questo, oggi il perimetro del documento è circoscritto all'azienda marchigiana Conti degli Azzoni, ma presto saranno coinvolte anche le altre aziende del gruppo.

Tante generazioni,
un solo amore... la terra

Quattro sono diventate le aziende di Degli Azzoni Wines, tutte di proprietà dei fratelli Conti degli Azzoni Avogadro Carradori e distribuite fra Marche (**Montefano**, MC), Toscana (**La Rotta**, PI), Veneto (**Castelfranco Veneto**, TV) e Trentino (**Predaia**, TN).

La superficie complessiva supera i **1.350 ettari**, di cui 175 coltivati con vigneti e circa 145 di bosco, alberi e corsi d'acqua. I **dipendenti totali**, fra fissi e stagionali, sono **più di 100.**

118 ettari di vigneti
635 ettari di seminativi
20 ettari di alberi e corsi d'acqua
12 ettari di vivaio viti madri

VINI
Passatempo IGT
Rosso Piceno DOC
Sauvignon Blanc IGT
Ribona DOC
Sultano Passito
Beldiletto Spumante

23 ettari di vigneti
170 ettari di seminativi

VINI
Prosecco DOC
Pinot Grigio IGT
Asolo Prosecco Superiore DOCG

22 ettari di vigneti
143 ettari di seminativi
120 ettari di bosco

VINI
Chianti DOCG
Pinot Grigio IGT
Vermentino IGT

3 ettari di vigneti
4 ettari di bosco

VINI
Trento Doc Brut Millesimato
Trento Doc Brut Rosè

Il valore composto della Sostenibilità

Nel nostro cammino sulla Sostenibilità ci imbattiamo ogni giorno in punti di vista e approcci diversi fra loro, ma ognuno legittimo nella sua peculiarità. Un esempio concreto è il tema del rispetto della natura e di cosa si possa definire o meno naturale. Sam Harrop e Jamie Goode, rispettivamente enologo e ricercatore biologico di fama internazionale, nel loro recente libro "Authentic Wine" provano a spiegarlo ponendosi una domanda fondamentale: *"Quando possiamo dire che un giardino è naturale? Se un giardino è totalmente naturale, significa che è trascurato e le uniche piante presenti sono quelle che sono riuscite ad imporsi… e quindi (il giardino) dopo qualche anno è probabile che diventi una boscaglia"*.
Perché resti giardino, perché resti accessibile quindi l'uomo deve intervenire. Ma quanto e in che modo? E dopo l'intervento dell'uomo, potremo ancora definire il giardino come naturale? Oppure no?
Domande etiche che necessitano di ragionamenti razionali, ma che forse non portano ad un'unica risposta visto che i termini "natura" e "naturale" possono assumere diverse declinazioni a seconda dei casi, ognuna sicuramente corretta anche se magari, per la verità, incompleta.
Nel percorso di ricerca per trovare processi sempre più virtuosi e sostenibili è allora necessario muoversi con determinazione, ma al tempo stesso con altrettanta cautela per non rischiare di cadere in contraddizione o in errore. In questo complesso contesto, nel quale la filosofia della natura è spesso in contrapposizione con la supremazia della tecnica scomodando pensatori che da Platone arrivano ad Heidegger, diventa quindi assolutamente fondamentale cominciare a riflettere in maniera non più individuale, ma bensì globale.

Abbiamo tutti imparato dalla primavera 2020 che ciò che accade in un lontano continente non può vederci spettatori disinteressati, poiché il problema lontano diviene facilmente un nostro problema. Una scelta sbagliata può infatti influenzare vite distanti anche migliaia di chilometri. Questa presa d'atto ci trasforma facendoci diventare stakeholder del mondo intero. Essendo di fatto parti interessate, non possiamo più essere attori indifferenti e passivi, ma dobbiamo tutti renderci conto che essendo sempre e comunque protagonisti, qualunque nostra azione può generare ricadute (non sempre positive) che dobbiamo saper individuare e valutare. Non possiamo più non tenerne conto, non possiamo più sottovalutare questo aspetto. Dobbiamo diventare consapevoli: questa la vera sfida del presente!

Ma non basta. Si tratta solo un di tassello di un mosaico più grande che impariamo ogni giorno a leggere e conoscere meglio. E in realtà ci sono molti altri di tasselli, spesso positivi, da tenere ben presente. Ad esempio, Galileo Galilei, il padre nobile della scienza moderna, sosteneva che dietro ai problemi ci sono anche opportunità, quindi si può anche sostenere che quest'ultimo anno ci ha dato per fortuna nuovi grossi stimoli. Ci ha infatti fatto capire molte cose nuove. Tra queste una molto importante riguarda quanto sia fondamentale coinvolgere in maniera più profonda e concreta le nuove generazioni. Aspetto, quest'ultimo, sicuramente etico, ma anche particolarmente complesso. La domanda che ci siamo posti è stata: cosa fare perché le generazioni Z e Millennials siano parte integrante della nostra crescita? Cosa fare perché ne siano il motore e non un ingranaggio marginale? La risposta la stiamo costruendo giorno dopo giorno, progetto dopo progetto, un passo in avanti dopo l'altro.

L'entusiasmo, l'energia vengono dai giovani. Così come l'immaginazione. E visto che anche Einstein sottolineava come contasse più quest'ultima rispetto alla conoscenza stessa, dobbiamo allora, nella società contemporanea, trovare il modo di dare ai giovani un nuovo ruolo e molto più spazio. Idee fresche, nuovi punti di vista, differenti approcci: questa è la forza, questo il valore da ricercare e sviluppare. Legato a questi aspetti c'è necessariamente il tema del linguaggio e della comunicazione che in questi anni si sono evoluti in mille nuove

da sinistra Valperto, Aldobrando e Filippo degli Azzoni Avogadro Carradori

forme contribuendo a costruire processi che costringono a misurarci in sfide stimolanti, ma soprattutto costretto ad uscire sempre dalle nostre personali comfort zone avventurandoci per terre inesplorate, con risultati spesso tutt'altro (ahinoi) che entusiasmanti. Come fare allora per attribuire alle nuove generazioni un ruolo-guida in questi viaggi verso mete nuove ed entusiasmanti? Noi stiamo sperimentando delle forme operative che riteniamo siano un successo. Ma il cammino è lungo e contiene molte insidie. Ma non demordiamo perché siamo fermamente convinti che valorizzare e sviluppare il potenziale delle diverse generazioni, facendo sì che ognuna possa esprimersi per le proprie caratteristiche in un confronto costruttivo che stimoli la crescita e il gioco di squadra, è davvero un valore aggiunto ed una forma preziosa di sostenibilità.

Questo il nostro impegno, questa una parte dei nostri progetti nei quali ci misuriamo perché la Sostenibilità prenda forma e sostanza. La Sostenibilità è per noi un valore composto da sensibilità, culture, rispetto e azioni che puntano a rendere la vita e la coesione tra uomo e ambiente più autentica e mai prevaricante. Non tutto è facile né immediato, ma ci piace ricordare come un caro amico, appassionato di basket, amasse ripetere una lezione offerta da uno dei più grandi coach americani, Phil Jackson che, a proposito delle sconfitte, parlando alla sua squadra dove giocava anche Michael Jordan era solito dire: *"non conta quante volte finisci al tappeto, ma conta solo quante volte hai voglia di rialzarti"*. Una metafora forte, ma che ci piace proporre in relazione al 2020, un anno del quale per parlarne, con obiettività e lucidità, è necessario uno sforzo enorme a causa delle tante ferite che ha lasciato in famiglie ed aziende. La situazione è in netto miglioramento da tutti i punti di vista, ma oggettivamente il percorso per l'uscita dal tunnel, nonostante le aspirazioni di ciascuno, è ancora lungo e faticoso. Per questo motivo è importante non arrendersi proprio adesso, ed avere quella grinta che serve a rialzarsi dal tappeto con l'entusiasmo necessario per affrontare nuovamente la sfida. Siamo certi che il traguardo sia vicino. Ognuno degli attori alla degli Azzoni vuole giocare la nuova partita con lo sguardo rivolto avanti, da protagonista consapevole. Anche questo per noi è Sostenibilità.

Aldobrando, Filippo e Valperto degli Azzoni Avogadro Carradori

Una famiglia, un gruppo di uomini e donne, un'azienda situata nel cuore delle Marche che ama il territorio in cui vive e come tale intende rispettarlo e valorizzarlo sotto ogni aspetto.

HIGHLIGHTS 8

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE 10

LA SOSTENIBILITÀ STRATEGICA 12

VERSO LA B CORP 14

01 IDENTITÁ AZIENDALE 16
Chi siamo 18
I valori che ci guidano 21
La storia della famiglia 22
Il territorio 24
I vigneti 26
La cantina 28
I vini 30
Oltre al vino 32
Il processo produttivo 34

02 GLI STAKEHOLDER 36
La mappa degli Stakeholder 38

L'EMERGENZA COVID-19 40

03 IL VALORE DELLE PERSONE 42
Le risorse umane 44
I terzisti 54
Employer Branding 56

04 LA TUTELA DEL CONSUMATORE 62
A chi vendiamo 64
Come acquistiamo 66
L'etichettatura 68
Premi e riconoscimenti 69
Qualità e sicurezza 70

05 L'IMPEGNO PER LA COMUNITÀ 72
Comunità e territorio 74

06 LA SALVAGUARDIA DELLA TERRA 76
La biodiversità 78
Le buone pratiche 88

07 LA RESPONSABILITÀ VERSO L'AMBIENTE 94
Carbon footprint 98
Energia 104
Acqua 105
Materie prime e imballaggi 106
Rifiuti 107
Investimenti ambientali 108

08 IL VALORE AGGIUNTO 110
Valore generato e distribuito 112

NOTA METODOLOGICA 114

Highlights

Employer Branding
il benessere delle persone

Carbon Footprint
la tutela dell'ambiente

Biodiversità
la salvaguardia degli ecosistemi

Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Nel **settembre 2015**, le Nazioni Unite hanno approvato **l'Agenda Globale** per lo Sviluppo Sostenibile e i relativi **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** *(Sustainable Development Goals - SDGs nell'acronimo inglese)* da raggiungere entro il 2030.

Tutti i paesi sono chiamati a contribuire allo sforzo di portare il mondo su un sentiero sostenibile e ciò richiede un forte coinvolgimento di tutte le componenti della società. In particolare, **le imprese sono chiamate a dare un contributo attraverso modelli di business sostenibili,** investimenti sull'innovazione, l'attivazione di collaborazioni con gli stakeholder.

Le 5 P dello Sviluppo Sostenibile

PERSONE

Eliminare fame e povertà in tutte le forme, garantire dignità e uguaglianza.

PROSPERITÀ

Garantire vite prospere e piene in armonia con la natura.

PACE

Promuovere società pacifiche, giuste e inclusive.

PARTNERSHIP

Implementare l'Agenda attraverso solide partnership.

PIANETA

Proteggere le risorse naturali e il clima del pianeta per le generazioni future.

La sostenibilità strategica

In un contesto di sensibilità di livello mondiale, l'azienda Conti degli Azzoni ha deciso di esplicare il proprio impegno alla sostenibilità anche relazionandosi con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che compongono l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, definendo le priorità, misurando i risultati e comunicandoli per ottenere o migliorare le proprie prestazioni.

Sono state individuate le tematiche di interesse specifico connesse alle peculiarità aziendali e ai 17 Goals, direttamente collegate come segue:

TEMATICA: Produzione sostenibile e trasparenza SDGs

ATTIVITÀ E AZIONI CONTI DEGLI AZZONI

L'azienda mette in atto azioni per condurre una **produzione sostenibile** applicando pratiche agricole finalizzate a conservare gli ecosistemi, a migliorare la qualità del suolo e diminuire l'impatto ambientale delle coltivazioni.
In particolare:

- la gestione della concimazione organica del vigneto attraverso un **sistema di distribuzione con rateo variabile** per contrastare l'erosione della materia organica e migliorare l'omogeneità e la qualità dei suoli vitati;
- l'adozione della **conduzione biologica** per la protezione dell'ecosistema;
- la **formazione dei propri collaboratori** sostenuta da tecnici agronomi per un'agricoltura sostenibile;

L'attenzione alla **sostenibilità e alla trasparenza** delle proprie azioni si evince anche nelle pratiche produttive e commerciali dell'azienda, attraverso:

- l'utilizzo di **packaging "sostenibile"** (tappi in sughero completamente naturali, riutilizzabili e riciclabili);
- le collaborazioni con **fornitori che hanno sensibilità verso le tematiche sostenibili;**
- la **promozione della comunicazione e della trasparenza delle proprie azioni** attraverso i canali digitali, i bilanci sociali, partecipando ad eventi terzi e altre iniziative;
- l'applicazione sulle **etichette** del vino di indicazioni aggiuntive rispetto a quelle richieste dalla normativa, con l'inserimento di link (attraverso **QR code**) a pagine web in cui tali prodotti vengono presentati in maniera più approfondita e coinvolgente.

OBIETTIVI 2021-2025

Incremento della produzione a conduzione biologica.
Acquisto di macchine trattrici e seminatrici con standard emissivi di ultima generazione.
Ripristino e sistemazione dei pozzi di irrigazione per il contenimento delle dispersioni.
Creazione di esperienze ad hoc per i consumatori e altri stakeholder, come ad esempio: tour guidati per la valorizzazione della cultura del vino e del proprio territorio.
Applicare ad altre etichette i **QR Code** per offrire ai consumatori informazioni più dettagliate sul prodotto.

TEMATICA: Salute, sicurezza e qualità SDGs

ATTIVITÀ E AZIONI CONTI DEGLI AZZONI

Conti degli Azzoni si impegna ogni giorno affinché **tutte le persone che lavorano in azienda possano svolgere le loro attività in un ambiente salubre e sicuro.**
Nel pieno rispetto della legge vigente, l'azienda ha istituito un **servizio di prevenzione e protezione** nei luoghi di lavoro che coinvolge più persone, attraverso il quale assicura ai propri collaboratori il mantenimento di adeguati standard di sicurezza. Ha adottato **misure di mitigazione dei rischi** nei vigneti, in cantina, nei siti di imbottigliamento ed in ogni altro luogo interno all'azienda. Provvede alla **formazione e sensibilizzazione di tutti i preposti** e di tutto il personale sul tema della salute e sicurezza e ripete tali attività in presenza di nuove assunzioni e cambi di mansione.
Grande attenzione è riposta dall'azienda alla **sicurezza dei propri prodotti** affinché sia garantita la loro salubrità e la loro qualità a beneficio di dipendenti e consumatori.
Sia sui prodotti vitivinicoli che agricoli, che provengano dalla conduzione biologica o convenzionale, sono condotte in maniera

sistemica analisi di verifica e controlli nel rispetto delle regole e dei comportamenti richiesti dai disciplinari e dalle certificazioni in essere in azienda, come evidenziato in questo Bilancio di Sostenibilità.
In particolare, **per le coltivazioni di basilico e di prezzemolo,** l'azienda possiede **la certificazione internazionale Standard Global G.A.P.,** protocollo a carattere volontario che definisce le **Buone Pratiche Agricole** (le Good Agriculture Practices) che i produttori di alimenti freschi e non trasformati adottano per dimostrare pratiche di coltivazione sicure, sane, sostenibili e replicabili.

OBIETTIVI 2021-2025

Certificazione Global GAP annuale per prezzemolo e basilico.
Acquisto di un impianto di lavaggio delle uve che migliori la qualità del prodotto vino.

TEMATICA: Valorizzazione del capitale umano e lavoro sostenibile

SDGs

ATTIVITÀ E AZIONI CONTI DEGLI AZZONI

Conti degli Azzoni investe nella **formazione dei propri collaboratori,** nel **fattore umano** e nel **miglioramento delle competenze**, per l'accrescimento individuale e per il miglioramento della produzione e commercializzazione dei propri prodotti.
È consuetudine per l'azienda generare **opportunità di apprendimento** anche accogliendo studenti universitari/neo-laureati per stage e tirocini formativi.
Nel 2019 l'azienda ha iniziato un progetto di **Employer Branding** volto a creare un ambiente di lavoro positivo, un maggiore senso di appartenenza dei dipendenti, un contesto attrattivo per potenziali talenti.
Lo sviluppo sostenibile e produttivo di Conti degli Azzoni si basa anche sulla creazione di occupazione a livello locale per il 50% e comuni limitrofi per la restante parte, sulla scelta di fornitori per più del 70% del territorio marchigiano e del 99% italiano.

OBIETTIVI 2021-2025

Prossimi step dell'Employer Branding:
» miglioramento dell'organizzazione aziendale;
» maggior coinvolgimento dei dipendenti;
» investimenti nella formazione dei dipendenti e nella leadership dei responsabili.
Sviluppo ed implementazione di un **piano formativo sulla sostenibilità** (diritti umani, trasparenza, modelli di lavoro e pratiche sostenibili, ecc.).
Incremento di collaborazioni con partner locali per rafforzare la rete locale e far conoscere le eccellenze del territorio.

TEMATICA: Lotta ai cambiamenti climatici e tutela della Biodiversità

SDGs

ATTIVITÀ E AZIONI CONTI DEGLI AZZONI

Conti degli Azzoni ha sempre mostrato una grande sensibilità verso i rischi legati agli impatti ambientali e ai cambiamenti climatici.
In particolare, nel contesto del proprio impegno per gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, l'azienda contribuisce attivamente al rispetto dell'SDG 13, **calcolando e monitorando la propria impronta carbonica (Carbon footprint) con frequenza annuale e in maniera volontaria.**
Inoltre, Conti degli Azzoni, fin dal 2014, ha attivato **BiodivsersityPASS®**, un progetto per la misura e la salvaguardia della biodiversità nel suolo sui propri terreni vitivinicoli. La valutazione e il monitoraggio delle diverse componenti della biodiversità risultano di importanza rilevante per comprendere l'impatto che le azioni e le attività produttive hanno sull'ecosistema e consente una visione della sostenibilità della filiera vitivinicola a 360°.

OBIETTIVI 2021-2025

Sensibilizzazione dei dipendenti e dei fornitori sul Climate Change.
Realizzazione di indagini mirate su dipendenti e fornitori rispetto alla sensibilità verso la sostenibilità e all'adozione di politiche ambientali.
Estensione del monitoraggio di biodiversità ad altri appezzamenti della proprietà con l'obiettivo di creare una mappa sempre più completa di biodiversità nel suolo interno all'azienda.

TEMATICA: Visione strategica

SDGs

ATTIVITÀ E AZIONI CONTI DEGLI AZZONI

Il successo del percorso di sostenibilità di Conti degli Azzoni passa attraverso la compenetrazione di idee tra proprietà, tecnici, operatori più motivati e la ricerca istituzionale. Diverse le **collaborazioni realizzate** con Università, Gruppi di studio e Amministrazioni che hanno portato a risultati eccellenti riguardo al testing e all'adozione di pratiche sostenibili oltre che alla divulgazione e promozione delle stesse e della sostenibilità nei diversi contesti.
A completamento di un quadro strategico più ampio, da quest'anno, l'azienda si impegna ad **allineare la propria strategia di sostenibilità con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs),** identificando quelli connessi al proprio business in modo da perseguirli con carattere di priorità; li include nel presente Bilancio di Sostenibilità.
L'azienda, inoltre, si impegna a perseguire nei prossimi anni la **certificazione B Corp**.

OBIETTIVI 2021-2025

Certificazione B Corp.
Maggior coinvolgimento degli Stakeholder attraverso azioni mirate.
Promozione della sostenibilità in eventi ad hoc.

Verso la B Corp

Da diversi anni ormai l'azienda Conti degli Azzoni, ha intrapreso un percorso di sostenibilità per le persone, per l'ambiente e per il pianeta.
Nel 2020, per rafforzare un credo ormai radicato in tutta l'azienda, il management ha deciso di andare oltre e rendere ancora più effettivo il proprio impegno puntando a certificarsi B Corp entro i prossimi anni.

Lo scopo è quello di valutare i propri standard socio-economici e ambientali con uno dei programmi più completi in circolazione e di colloquiare in maniera proattiva con tutti i propri stakeholder.
Conti degli Azzoni, dopo approfondite analisi e ricerche, ha deciso che B Corp era l'accreditamento giusto da perseguire in quanto completo e rigoroso nella valutazione con il B Impact Assessment, comprendente tutte le aree aziendali dall'ambiente alle persone.

L'azienda, pertanto, si impegnerà a diventare un'organizzazione orientata ad un paradigma più evoluto di business. Al raggiungimento dello status di B Corp, di fatto sarà tenuta a modificare legalmente il proprio statuto sociale affinché società e ambiente diventino una parte fondamentale della missione aziendale, diventando a tutti gli effetti una Società Benefit.

Il framework B Corp fornirà una tabella di marcia che vedrà materializzarsi cambiamenti profondi, anno dopo anno, con lo scopo di avere un impatto positivo sull'ambiente, la società e le persone.

01

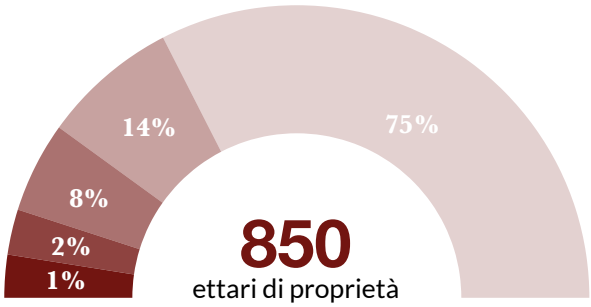
IDENTITÀ AZIENDALE

Chi siamo

Conti degli Azzoni è un'azienda agraria che raccoglie una lunga eredità della famiglia le cui origini risalgono al XIV secolo.
L'attuale cantina è stata costruita negli anni '50 dal Conte Roberto, papà degli attuali proprietari Aldobrando, Filippo e Valperto Conti degli Azzoni Avogadro Carradori.

L'azienda si estende su una superficie di **850 ettari** dislocati su diversi comuni della provincia di Macerata.
I terreni sono così ripartiti: **118 ettari** coltivati a vigneti, **635 ettari** coltivati a **seminativi**, **12 ettari** destinati ad un **vivaio di viti madri da portinnesto**, **20 ettari** sono occupati da **alberi, corsi d'acqua e laghetti**. Nella parte restante si trovano gli immobili di proprietà costituiti dalla **cantina** e da 30 **case coloniche con loro corti.**

Negli ultimi anni, dopo la ristrutturazione, in una delle case coloniche è stata aperta la **Locanda Cantalupo**, ristorante nella tradizione della cucina marchigiana, dove è possibile pernottare.



- **1%** viti madri
- **2%** alberi, corsi d'acqua e laghi
- **8%** cantina, palazzo storico, case coloniche e loro corti
- **14%** vigneti
- **75%** seminativi

Siamo un'azienda agricola di tipo familiare situata nel cuore delle Marche.
I vigneti e i terreni si estendono per una superficie di 850 ettari sulle migliori esposizioni collinari.

La sostenibilità intesa in termini di attenzione alle persone, al territorio e all'ambiente, è il nostro valore più importante.

I VIGNETI

I vigneti sono piuttosto variegati. Nell'ambito della scelta delle specie si è dato maggior peso ai vitigni tradizionali del panorama ampelografico marchigiano - **Montepulciano, Sangiovese, Maceratino e Grechetto** - integrandoli alla coltivazione dei classici vitigni internazionali **Merlot, Cabernet Sauvignon e Chardonnay.** Ogni vigneto ha una sua storia da raccontare e un carattere peculiare che si rispecchia nei vini prodotti.

I SEMINATIVI

I seminativi sono rappresentati da colture annuali seminate a rotazione quali: **grano, orzo, girasoli, colza, prezzemolo, basilico, rucola, erba medica, nocciole e altre piccole colture.** Tutti i prodotti sono destinati a note aziende alimentari italiane (Barilla, Findus, Saclà, ecc.). Parte del basilico viene destinato alla produzione di semilavorati di un'azienda sempre di proprietà della famiglia.

IL VIVAIO DI VITI MADRI

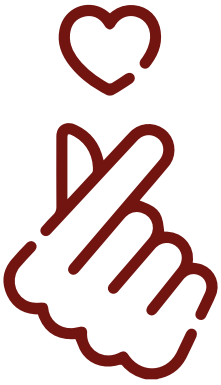
Fiore all'occhiello dell'azienda è il **vivaio di viti madri da portainnesto.** Le barbatelle rappresentano la fase iniziale del progetto impiantistico dei vigneti. Per una buona riuscita del vigneto è necessario avere a disposizione una vasta gamma di portainnesti che si adattino sia alle varie condizioni pedoclimatiche che alle specifiche forme di allevamento. Avere un proprio vivaio di viti madri da portinnesto significa per l'azienda essere in grado di innestare le varie qualità di viti, anche biologiche, su portainnesti disponibili.

PRODUZIONE BIOLOGICA

Da oltre 20 anni Conti degli Azzoni coltiva **basilico e prezzemolo biologici.** Negli ultimi anni tale sistema di produzione è stato esteso oltre che ad altre colture come **grano** e **orzo** anche a **diversi vigneti**, con l'obiettivo di convertire passo dopo passo l'intera azienda a produzione biologica. Questa scelta traccia fortemente il futuro dell'azienda.

I valori che ci guidano

Alla base delle scelte e delle azioni quotidiane ci sono cinque valori che ispirano l'attività di tutte le persone che lavorano in Conti degli Azzoni.



PASSIONE: amare il proprio lavoro e prendersi cura dell'ambiente, del prodotto e di tutte le fasi della lavorazione

IMPEGNO: avere la responsabilità di restituire alle generazioni future una terra più ricca di quella ricevuta dai nostri Padri

VALORIZZAZIONE: mettere la persona al centro

FIDUCIA: rafforzare la relazione con tutti gli interlocutori per costruire insieme un futuro migliore

INTEGRITÀ: scegliere di fare sempre la cosa gusta, per costruire un'azienda sana e forte

La storia della famiglia

La famiglia Conti degli Azzoni Avogadro Carradori è il risultato dell'incontro nel corso della storia di ***tre famiglie nobiliari*** *legate a tre regioni italiane: Conti Carradori (Marche), Conti degli Azzoni Avogadro (Veneto e Toscana) e Conti Riccati (Veneto).*

1500

Nelle Marche già dal XIV secolo risiedeva la famiglia Conti Carradori, "carratori" di professione, ovvero costruttori e riparatori di carri e carrozze. Conobbero presto una crescita economica e sociale che li portò ad acquisire terreni per circa 2.000 ettari nei Comuni di Montefano, Osimo, Recanati, Potenza Picena e Porto Recanati. Da qui il cognome e il simbolo presente ancora oggi nello stemma e sui termini lapidei ai confini della proprietà.

Nel XIV secolo in Toscana alla famiglia degli Azzoni viene attribuito il titolo di Conti per meriti nell'avogaria, cioè l'amministrazione dei beni diocesani. Da qui deriva l'estensione del cognome a Conti degli Azzoni Avogadro e la creazione dello stemma costituito da uno scudo troncato argento.

1600

La famiglia Conti Riccati ha origini venete che risalgono a prima dell'anno Mille, anche se la documentazione inizia con Jacopo Riccati verso la metà del 1600.

1800

Determinante per la storia della famiglia e per il futuro Gruppo degli Azzoni fu la scelta degli eredi di Filippo Carradori - i figli Telesforo, Carlo ed Evige – di prevedere, alla propria morte, il passaggio dei beni da un fratello all'altro. Venuti a mancare i due fratelli, tutti i beni rimasero alla superstite Edvige Carradori che, convolata a nozze nel 1875 con il Marchese Lotario Rangoni Machiavelli di Modena, ebbe a sua volta tre figli: Giuseppe, Isabella e Filippo. Per volere del padre, Isabella Rangoni Machiavelli fu esclusa dall'eredità ma, per porre rimedio a questa decisione, il fratello Filippo - che non aveva avuto discendenza - alla sua morte lasciò tutto a lei.

La storia della famiglia Conti Riccati si intreccia con quella della famiglia Conti degli Azzoni Avogadro nel 1800 quando Augusta, ultima discendente diretta dei Conti Riccati, sposa Roberto degli Azzoni Avogadro portando in dote le proprietà di famiglia che furono unite con quelle dei degli Azzoni Avogadro.

1900

Nel 1906 il Conte Aldobrandino degli Azzoni Avogadro sposò Isabella Rangoni Machiavelli che portò in dote l'attuale azienda delle Marche che si trova in provincia di Macerata. Nel 1910 Aldobrandino, innamoratosi delle colline toscane, comprò l'azienda in provincia di Pisa tutt'oggi gestita da Aldobrando, il più grande dei tre fratelli dalla famiglia. Nel 1954 Isabella chiese al figlio Roberto di aggiungere al proprio cognome quello di sua madre Edvige Carradori, divenendo così l'attuale famiglia Conti degli Azzoni Avogadro Carradori

1950

L'amministrazione del Conte Roberto, cominciata all'inizio degli anni '50, è passata attraverso periodi di importanti trasformazioni: la fine della mezzadria e la conseguente necessità di riorganizzare l'assetto produttivo dell'azienda hanno determinato in quel periodo ingenti investimenti in macchinari e attrezzature moderne, la costruzione di una nuova cantina e l'acquisto di nuovi impianti di irrigazione.
Nasce l'attuale azienda agricola Conti degli Azzoni Avogado Carradori.

2000

Dal 2000, anno della scomparsa del Conte Roberto, i tre figli, Aldobrando, Filippo e Valperto Conti degli Azzoni Avogadro Carradori, attuali proprietari, proseguono l'opera del papà preservando le tradizioni del passato, ma sempre con occhio attento verso il futuro e attenzione massima alla valorizzazione delle persone, alla tutela dell'ambiente e della biodiversità che caratterizza questo territorio.

Il territorio

I terreni di Conti degli Azzoni si trovano a circa 100 km dai Monti Sibillini e 20 Km dal mare (nella foto a lato la veduta di Montefano e il Conero); ciò fa sì che il suolo e le colture siano influenzate sia dal clima marino che quello montano.

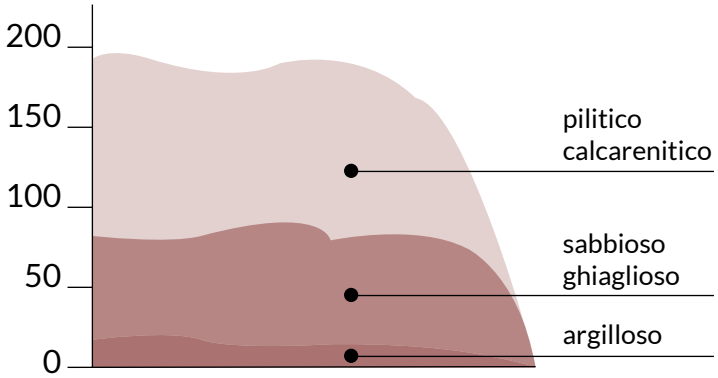
Si tratta di un ambiente agricolo dove è tutt'ora tangibile il paesaggio della mezzadria caratterizzato da piccoli appezzamenti, dall'alternarsi di vigneti e colture di vario tipo, dalla presenza residuale di zone boschive e di innumerevoli case coloniche che raccontano la vita del passato.
La vastità della superficie aziendale, le diverse caratteristiche del suolo, le varie condizioni climatiche e la molteplicità delle giaciture e delle origini geografiche rendono queste terre piuttosto variegate.

Si passa da **superfici argillose** a pochi chilometri da fiume Potenza con suoli pesanti e profondi, a **superfici sabbiose/ghiaiose** elevate da fondovalle da 50 a 100 metri e caratterizzate da aree di sedimentazione alluvionale pianeggiante, fino ad arrivare a superfici collinari **pilitico/calcarenitico**, caratterizzate da versanti con diverse inclinazioni passando da 100 a 200 metri.
Ognuno di questi terreni presenta aspetti di attenzione e aspetti di vantaggio specifici che i vignaioli devono continuamente considerare nella gestione quotidiana del suolo e dei vigneti.

11% pianura

53% collina

36% montagna



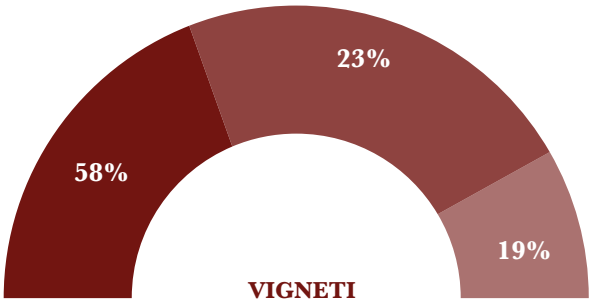
La diversità dei suoli ha influenzato molto la scelta dei vitigni da coltivare e delle buone pratiche di coltivazione da eseguire per tutelare il territorio. Proprio per questo motivo Conti degli Azzoni negli ultimi anni ha intrapreso forme di controllo costante dell'integrità del suolo, attraverso BiodiversityPASS®.

Le Marche sono una regione caratterizzata da un susseguirsi di colline e valli che dall'Appennino scendono fino al Mare Adriatico.

Un territorio, diverse colture, molteplici prodotti.

I vigneti

Ogni vigneto ha una storia da raccontare e un carattere peculiare: una narrazione e un DNA immancabilmente presenti in ogni sorso del vino che ne discende. Come, ad esempio, **la vigna più antica, Passatempo**, sita sul Monte Carnevale, dove nasce un eccezionale Montepulciano; o la vigna **Ribona**, madre dell'omonimo vitigno. Ancora, la vigna Villa Potenza, che amorevolmente accoglie, nutre e arricchisce con l'inconfondibile imprinting del terroir i preziosi vitigni provenienti da terre lontane. Poi i vigneti Cantalupo, Monti e Polpano dove nascono **il Grechetto, il Sangiovese e il Rosso Piceno** anche questi vitigni tradizionali del panorama ampelografico marchigiano, oltre che a vitigni classici nazionali e internazionali come **Merlot, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, Pinot Grigio e Chardonnay.**
In fine i vigneti Margherita e Beldiletto, le vigne di **40 ettari** che Conti degli Azzoni ha dedicato alla **produzione biologica** che, sulle orme della secolare tradizione familiare fatta di amore e rispetto per la natura, traccia il percorso futuro dell'azienda.



58% autoctoni **23%** internazionali **19%** nazionali

I vini prodotti dalla cantina raccontano la storia e le peculiarità del territorio in cui si trovano.

In primo piano il vigneto più antico, il Passatempo

La cantina

La cantina, recentemente ristrutturata per garantire l'utilizzo delle più moderne tecnologie e il rispetto delle uve, è suddivisa in diverse zone:

- **la cantina** vera e propria dove sono collocate vasche in cemento e in acciaio tutte dotate di impianto di condizionamento termico per l'affinamento dei vini ed un piccolo laboratorio per le analisi interne;
- **una zona** dedicata **all'imbottigliamento** e allo stoccaggio dei vini;
- **il punto vendita** dell'azienda dove, accanto ai vini di produzione propria, vengono venduti alcuni prodotti tipici del territorio. Di fronte questo edificio se ne trova un altro con un ampio salone destinato all'organizzazione di eventi e degustazioni.

Il palazzo storico della Famiglia

Conti degli Azzoni possiede inoltre una bellissima **barricaia** di botti in rovere dove maturano e vengono affinati i vini destinati alle Riserve, situata nel seminterrato di un palazzo storico di proprietà della Famiglia. Al primo piano di questo palazzo ci sono gli uffici amministrativi.

I vini

Conti degli Azzoni produce **vini estremamente eleganti** al naso, che **coniugano le loro caratteristiche d'origine con gli aspetti più significativi del terroir**, grazie anche all'utilizzo di lieviti indigeni.

Perseguendo questa strategia l'azienda ha concentrato l'attenzione sui vitigni autoctoni, in particolare sul maceratino, dando vita a **tre tipologie di vino Ribona:**

- la prima, vinificata in acciaio, da cui deriva una versione profumata e di piacevole beva,
- la seconda, elegante e complessa, che lascia una traccia nella memoria gusto-olfattiva ed è il risultato sia di una fermentazione con l'utilizzo di lieviti indigeni che di un lungo affinamento in bottiglia,
- mentre la terza tipologia prevede in prima battuta un appassimento delle uve nei fruttai, poi una lenta fermentazione ed infine una maturazione in piccole botti di rovere, da qui un vino dal colore oro luminoso che intriga ed affascina con i suoi profumi mielati in un perfetto equilibrio gustativo tra freschezza e dolcezza, realizzando così il sogno di tutti gli appassionati dei vini da meditazione.

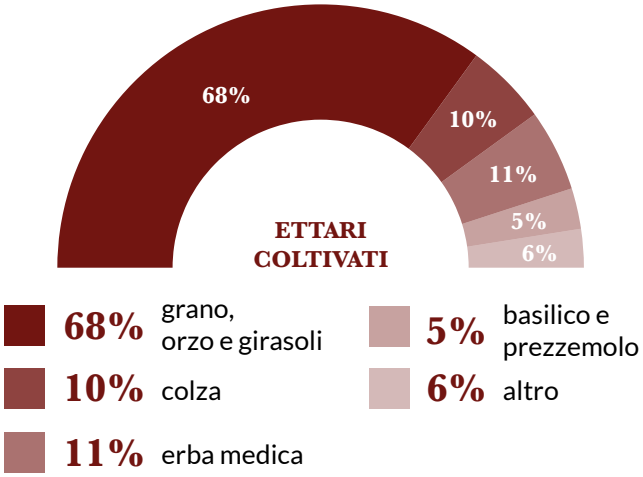
Nelle antiche cantine del palazzo di famiglia viene inoltre ospitata una bottaia dove in tonneau di rovere maturano pregiati vini rossi come il merlot, il cabernet sauvignon, il sangiovese e sopra a tutti il montepulciano, da cui dopo anni di maturazione nasce il vino simbolo dell'azienda, il **Passatempo**, pieno di colore nel calice, dal naso ricco di sensazioni fruttate che rimandano al vitigno di provenienza e soddisfano il palato, riempiendolo di tannini nobili e di giusta acidità, sinonimi quest'ultimi di una preziosa longevità.

CONTI DEGLI AZZONI
SAN DONATO
ROSSO PICENO
CONTI DEGLI AZZONI
CONTI DEGLI AZZONI
SULTANO
PASSITO
CONTI DEGLI AZZONI
PAS
SA
TEM
PO
METODO CHARMAT
Beldiletto
SPUMANTE BRUT
CONTI DEGLI AZZONI

Oltre al vino

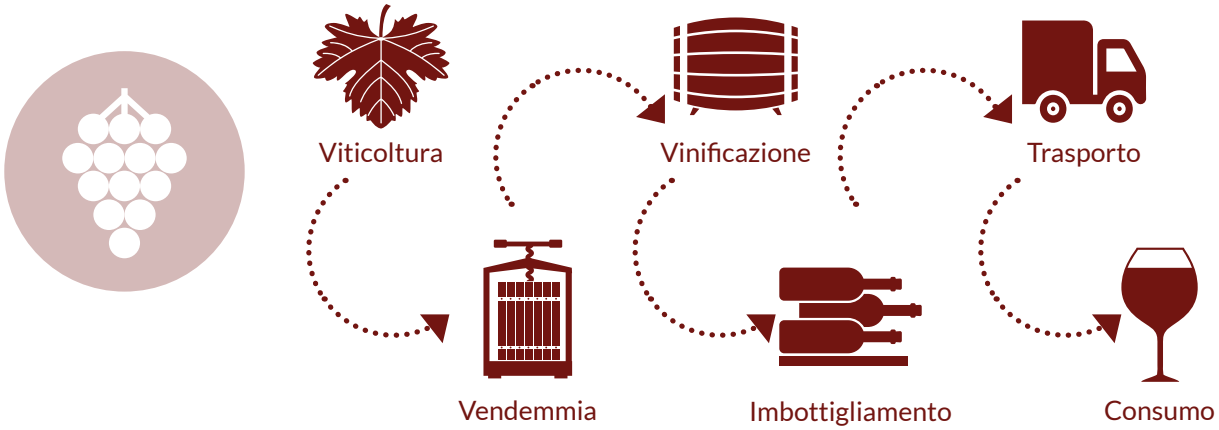
L'azienda agricola Conti degli Azzoni, oltre che della produzione di vino, si occupa anche della **coltivazione di seminativi** rappresentati da colture annuali perenni seminate a rotazione.
La rotazione delle colture, cioè l'avvicendamento negli anni della tipologia di seminativi coltivati e le relative quantità, è fondamentale per mantenere i terreni fertili e garantire la maggior resa produttiva.

COLTURE	ETTARI COLTIVATI	%
Grano, orzo e girasoli	430	68%
Colza	65	10%
Erba medica	67	11%
Basilico e prezzemolo	33	5%
Altro	40	6%
TOTALE	**635**	**100%**



Il processo produttivo

VINO



SEMINATIVI

La nostra attenzione alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica riguarda tutte le fasi del nostro business, dall'attività agricola alla commercializzazione del vino e degli altri prodotti.

02

GLI STAKEHOLDER

La mappa degli stakeholder

Conti degli Azzoni ha creato la sua **Mappa degli Stakeholder** per individuare tutti i soggetti che influenzano e/o sono influenzati dalle scelte e dalle attività svolte dall'azienda, dai prodotti realizzati e dalle performance conseguite. Per ciascuna categoria di stakeholder ha poi individuato ed analizzato le **tematiche chiave** e avviato con essi uno **scambio utile** ad approfondire i relativi bisogni ed aspettative nell'ottica di un miglioramento continuo.

STAKEHOLDER	TEMI CHIAVE	MODALITÀ DI DIALOGO
RISORSE UMANE dipendenti, collaboratori, stagisti	Valorizzazione e crescita personale Senso di appartenenza Conciliazione vita personale/lavoro Pari opportunità Sicurezza sui luoghi di lavoro Qualità e sicurezza del prodotto Clima aziendale Valorizzazione del territorio Tutela dell'ambiente	Contatto diretto Riunioni specifiche Formazione Presentazione dei risultati attraverso il bilancio di sostenibilità
CLIENTI E CONSUMATORI consumatore finale, ristoranti, enoteche	Qualità e sicurezza del prodotto Trasparenza e chiarezza delle informazioni Tracciabilità del prodotto Tutela dell'ambiente Corretta comunicazione Continuità del rapporto	Contatto diretto Sondaggi Sito web e social Eventi
DISTRIBUTORI Italia e estero	Qualità e sicurezza del prodotto Affidabilità Continuità del rapporto	Contatto diretto
FORNITORI di beni, di servizi, di manodopera	Solidità aziendale Affidabilità Collaborazione Continuità del rapporto	Contatto diretto Sondaggi
MEDIA giornali, TV, riviste specializzate	Valorizzazione del brand Qualità e sicurezza del prodotto Valorizzazione delle risorse umane Tutela dell'ambiente	Rapporto diretto Eventi
ENTI DI RICERCA università	Innovazione Continuità del rapporto	Contatto diretto Sviluppo di progetti
ENTI PUBBLICI comuni, regione, altri enti	Trasparenza Correttezza	Contatto diretto
COMUNITÀ LOCALE scuole, organizzazioni locali, cittadini	Qualità e sicurezza del prodotto Valorizzazione delle risorse umane Valorizzazione del territorio Protezione della biodiversità Tutela dell'ambiente	Sviluppo di progetti Organizzazione di eventi
GENERAZIONI FUTURE	Tutela dell'ambiente Salvaguardia della biodiversità Perseguimento obiettivi agenda ONU 2030 e New Green Deal 2050	Sviluppo di iniziative specifiche Organizzazione di eventi

L'emergenza COVID-19

LE RIPERCUSSIONI SOCIOECONOMICHE

Il 30 gennaio 2020, in seguito alla segnalazione da parte della Cina (31 dicembre 2019) di un cluster di casi di polmonite ad eziologia ignota (poi identificata come un nuovo coronavirus Sars-CoV-2) nella città di Wuhan, **l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha dichiarato emergenza di sanità pubblica di interesse internazionale l'epidemia di coronavirus in Cina.**

Il giorno successivo il Governo italiano, dopo i primi provvedimenti cautelativi adottati a partire dal 22 gennaio, tenuto conto del carattere particolarmente diffusivo dell'epidemia, **ha proclamato lo stato di emergenza e messo in atto le prime misure di contenimento del contagio sull'intero territorio nazionale.**

L'impatto generato dalla pandemia ha avuto enormi ripercussioni sull'intero tessuto socioeconomico, non solo dell'Italia, ma di tutto il mondo. Il distanziamento sociale ha arginato le relazioni interpersonali ai soli casi di estrema necessità, il lockdown ha impedito gli spostamenti per diversi mesi, sono cresciute le interconnessioni digitali e lo smart working, le abitudini di acquisto sono cambiate, i consumi soprattutto in alcuni settori sono crollati, molte imprese hanno chiuso i battenti. **Gli effetti sul tessuto economico e produttivo nazionali sono stati drammatici.**

Tutto ciò, unito allo **stop delle fiere e degli eventi nazionali ed internazionali** e alla chiusura del canale Ho.Re.Ca. ha avuto delle forti ripercussioni anche nel mondo del vino che ha visto un crollo dei consumi.

GLI EFFETTI IN AZIENDA

In azienda questa situazione ha avuto impattato soprattutto sulla forza lavoro, fronteggiato attraverso il ricorso della cassa integrazione Covid-19 istituita dal Governo per la gestione dell'emergenza.

Ovviamente gli effetti sono stati differenti tra le diverse aree, mentre **le attività agricole e in cantina sono proseguite regolarmente come tutti gli anni,** nel punto vendita e in amministrazione, per garantire la continuità delle attività e la sicurezza dei lavoratori, i dipendenti hanno lavorato in presenza in maniera alternativa.

Le misure adottate sono state principalmente: **sanificazione aziendale**, messa a disposizione dei **dispositivi di protezione a tutti i dipendenti** e introduzione dell'obbligo all'utilizzo degli stessi, messa a disposizione di **sistemi di igienizzazione delle mani**, utilizzo di termoscanner per il rilevamento della temperatura corporea, **riorganizzazione degli spazi** per garantire il giusto distanziamento, attivazione della cassa integrazione per tutti coloro che sono dovuti rimanere a casa con i propri figli nel periodo di chiusura delle scuole.
Tutte le misure messe in atto hanno garantito la tutela della salute delle persone e la continuità del business, impedendo la diffusione dei contagi nei luoghi di lavoro.

03

IL VALORE DELLE PERSONE

Le risorse umane

Conti degli Azzoni considera le persone il patrimonio più importante dell'azienda. Ogni singola persona porta con sé un bagaglio culturale, esperienziale e di conoscenza unici ed un senso di appartenenza al territorio tale da garantirne la salvaguardia per le generazioni future.

Avere persone formate, motivate e coinvolte nella vita aziendale è fondamentale per creare prodotti genuini e di qualità. Per questo motivo Conti degli Azzoni lavora costantemente nella loro valorizzazione e nel loro sviluppo attraverso la realizzazione di azioni e di progetti che stimolino la loro crescita ed incrementino il livello di benessere.
Tra questi si evidenziano:

» **realizzazione di percorsi formativi specifici** che vanno oltre agli obblighi di legge
» **progettazione e realizzazione di eventi** che coinvolgono l'intera organizzazione
» **sviluppo di progetti innovativi** in partnership con le Università
» **avvio di un progetto di employer branding**

Nel 2020 Conti degli Azzoni conta nel proprio organico **89 persone** (+8 rispetto al 2019) che lavorano ogni giorno sui diversi ambiti aziendali per garantire prodotti di qualità che trasmettono un legame unico con il territorio di appartenenza. Ed è proprio questo legame che rende unici tali prodotti.

89
persone

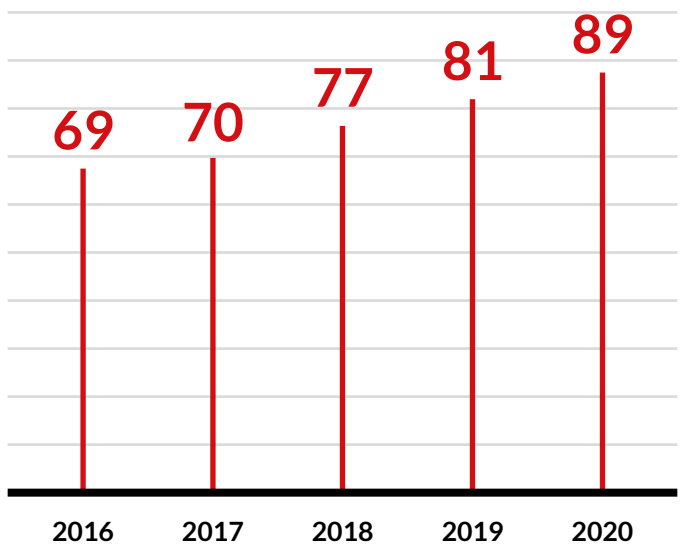
99%
provenienza locale

84.479
ore di lavoro

39
età media, esclusi stagionali

14
anzianità media di lavoro

TREND RISORSE UMANE



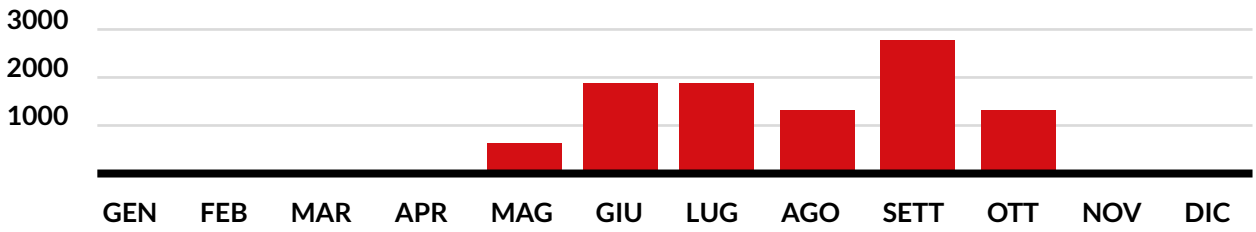
La politica di gestione delle persone che lavorano con noi si fonda su 5 punti fondamentali:

1 **valorizzazione e crescita delle persone**
2 **salute e sicurezza nei luoghi di lavoro**
3 **parità di trattamento**
4 **senso di appartenenza**
5 **clima aziendale**

Come per ogni azienda agricola, **l'attività di Conti degli Azzoni e di conseguenza delle persone che ci lavorano, è caratterizzata da una forte stagionalità**, cioè il susseguirsi di periodi di grande intensità di lavoro e periodi di bassa intensità. Nello specifico le attività aumentano nel periodo primaverile ed estivo in cui si concentrano la potatura, la scacchiatura, la vendemmia e la raccolta manuale dell'uva e dei prodotti orticoli, mentre diminuiscono in autunno ed in inverno.

Per gestire al meglio tutto ciò Conti degli Azzoni si avvale, oltre che del **personale a tempo indeterminato**, sia di personale a **tempo determinato** che **stagionale**, in questo modo rende una parte della forza lavoro variabile nei vari periodi dell'anno. L'assunzione del personale stagionale avviene prevalentemente nel periodo maggio-ottobre.

ANDAMENTO STAGIONALITÀ DURANTE IL 2020



Tutti i lavoratori dipendenti vengono accuratamente selezionati e formati.

I dati esposti di seguito considerano l'intera forza lavoro dell'azienda nell'anno di riferimento, cioè l'anno solare.

Tutti i dipendenti sono coperti da CCNL.
In particolare, l'azienda applica:

- **il Contratto Collettivo Nazionale di Impiegati Agricoli per i Dipendenti con qualifica di impiegato**
- **il Contratto Collettivo Nazionale di Impiegati Agricoli e Operai Agricoli e Florovivaisti per i dipendenti con qualifica di operaio**

L'intera gestione delle risorse umane, compresa quella amministrativa, viene gestita da Conti degli Azzoni internamente.

Composizione e trend

Degli 89 dipendenti, 6 sono impiegati e 83 operai. Il numero degli impiegati è rimasto costante negli ultimi anni, mentre quello degli operai è cresciuto molto, questo a dimostrazione che l'azienda è in continua crescita.

LAVORATORI PER QUALIFICA	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Impiegati	6	6	6	0%
Operai*	71	75	83	+11%
TOTALE	**77**	**81**	**84**	**+10%**

**Si considerano in questa categoria operai a tempo indeterminato (OTI), operai a tempo determinato (OTD) e stagionali*

Se si escludono gli stagionali, che svolgono attività tipiche particolari legate alla stagionalità, il **64% dei lavoratori** complessivi di Conti degli Azzoni hanno un contratto a **tempo indeterminato** e il 100% dei dipendenti lavora **full time.**

N. LAVORATORI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Impiegati Tempo Interminato	6	6	6	0%
Operai Tempo Interminato	28	27	24	-11%
Operai Tempo Determinato	15	15	17	+13%
Stagionali	28	33	42	+27%
TOTALE	**77**	**81**	**89**	**+10%**

34% indeterminato

19% determinato

47% stagionali

Gli operai sono suddivisi in: 24 operai con **contratto a tempo indeterminato** OTI **(29%),** 17 con **contratto a tempo determinato** OTD **(20%)** e 42 **stagionali (51%).**

Il 2020 è stato un anno molto positivo sia per la produzione viticola che per la produzione dei cereali. La quantità di uva prodotta è in linea con la produttività media degli anni precedenti, mentre la qualità delle uve è stata di gran lunga migliore. È incrementata la vendemmia manuale e di conseguenza la presenza di stagionali.
Per quanto riguarda i cereali l'annata è stata eccezionale e si è arrivati a produrre 70 quintali per ettaro coltivato. Le colture orticole, ed in particolare il basilico, hanno riscontrato una forte presenza di erbe infestanti, questo ha comportato un maggior lavoro manuale da parte degli stagionali per toglierle manualmente.
Tutto questo spiega l'incremento del numero di stagionali nel 2020 di 9 unità rispetto all'anno precedente.

Per garantire una maggior stabilità e affiatamento tra le persone, laddove è possibile, l'azienda cerca ogni anno di inserire con **contratto stagionale** le stesse persone. Di questi oltre l'80% hanno meno di 25 anni.

Conti degli Azzoni sostiene che l'inserimento all'interno dell'organizzazione di persone provenienti dalla comunità locale è molto importante, perché rappresenta uno dei tanti modi per valorizzare il territorio in cui opera.

Per questo motivo il **99% dei dipendenti** proviene da **Montefano e Comuni limitrofi (raggio massimo di 20 km di distanza dall'azienda)** e il restante 1% da fuori Regione. Rispetto all'anno precedente l'azienda ha assunto più stagionali provenienti dal Comune di Montefano.

N. LAVORATORI PER AREA GEOGRAFICA DI RESIDENZA	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Montefano	37	45	42	-7%
Comuni limitrofi	39	35	46	+31%
Fuori regione	1	1	1	0%
TOTALE	**77**	**81**	**89**	**+10%**

99% Marche **1%** Fuori Regione

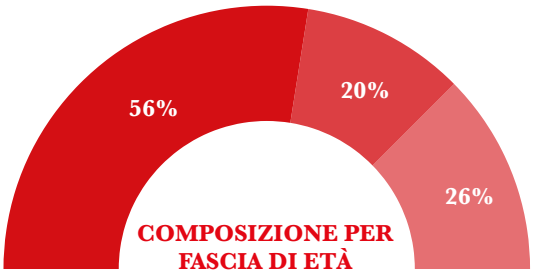
L'inserimento all'interno dell'organizzazione di persone proveniente dalla comunità locale è molto importante, perché rappresenta uno dei tanti modi per valorizzare il territorio in cui opera.

Analizzando la composizione dei lavoratori per **età**, **titolo di studio** e **anzianità media di lavoro** emerge la forte propensione di Conti degli Azzoni di affiancare alle persone di esperienza, ragazzi giovani e dinamici. L'azienda conta infatti al suo interno persone di tutte le età: **ragazzi giovanissimi** con poca esperienza, ma allo stesso tempo con caratteristiche molto importanti per tracciare la strada verso il futuro, lavoratori che stanno in azienda da oltre 30 con un grandissimo bagaglio di esperienza del quali i giovani devono fare tesoro e lavoratori con età intermedia dinamici e con un livello di conoscenza e professionalità fondamentali per la solidità aziendale.

La contaminazione di queste diverse epoche per un verso così lontane a causa dei forti cambiamenti socio-culturali, educativi e tecnologici degli ultimi decenni, sono per Conti degli Azzoni una grandissima fonte ricchezza.

L'età media di tutti i dipendenti esclusi gli stagionali è di 45 anni.

N. LAVORATORI PER FASCIA DI ETÀ	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
< 35 anni	29	38	50	+32%
35-50 anni	22	19	18	-5%
> 50 anni	26	24	21	-13%
TOTALE	**77**	**81**	**89**	**+10%**



56% < 35 anni
20% 35-50 anni
26% > 50 anni

51% diploma
39% licenza media inferiore
4% licenza elementare
6% laurea

L'anzianità media di lavoro dei dipendenti con contratto a tempo indeterminato è di 14 anni. Tale valore è rimasto invariato rispetto all'anno precedente, ciò a rimarcare il forte impegno dell'azienda nei confronti dei suoi dipendenti e il forte legame tra le due parti.

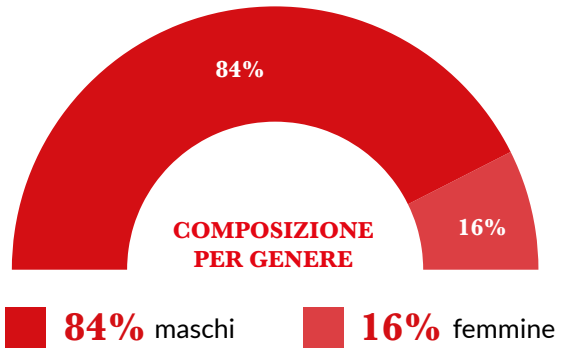
N. LAVORATORI PER TITOLO DI STUDIO	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Laurea	4	4	5	+25%
Diploma	23	27	45	+67%
Licenza media inferiore	41	45	25	-22%
Licenza elementare	9	5	4	-20%
TOTALE	**77**	**81**	**89**	**+10%**

Pari opportunità

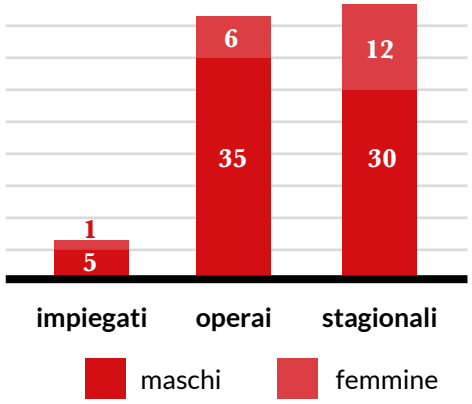
Dall'analisi della composizione del personale per genere emerge che la **presenza femminile in azienda**, apparentemente bassa (**19 complessive**, il 21% del totale), è in realtà per Conti degli Azzoni un valore molto rilevante, soprattutto considerando il settore in cui opera.
Nel 2020 il **numero delle donne** è incrementato rispetto all'anno precedente **(+6 unità).** In realtà il numero di donne con qualifica da operaia è leggermente diminuito, mentre è incrementata molto la presenza femminile tra gli stagionali.

Alle donne sono conferiti ruoli di coordinamento e gestione un tempo affidati esclusivamente a figure maschili.
Alle donne Conti degli Azzoni garantisce parità di trattamento rispetto agli uomini.

N. LAVORATORI PER GENERE	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Maschio	60	68	70	+39%
Femmina	17	13	19	+46%
TOTALE	**77**	**81**	**89**	**+10%**



QUALIFICA E GENERE

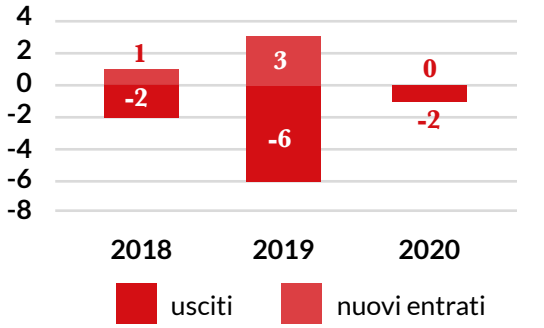


Turnover

Nel 2020 in azienda non ci sono stata nuove assunzioni, mentre c'è stata l'uscita di due dipendenti, di cui un amministrativo storico e un operaio, entrambi per raggiungimento dell'età di pensionamento.

TURNOVER	2018	2019	2020
Nuovi entrati	+1	+3	0
Usciti	-2	-6	-2
TOTALE	**-1**	**-3**	**-2**

TURNOVER



Formazione

La formazione continua delle persone è fondamentale, per questo Conti degli Azzoni organizza ogni anno attività formative per il proprio personale che va oltre gli obblighi previsti dalla legge.

La modalità preferita dall'azienda è senza dubbio il **training on the job**, perché imparare lavorando è considerato il metodo più efficace di apprendimento.

Vengono pertanto organizzati **incontri periodici tra professionisti esterni specializzati e team di lavoro interni, su tematiche che richiedono un alto livello di professionalità**, come la gestione del suolo, le pratiche agronomiche e le attività di cantina. In questi momenti molti giovani promettenti hanno l'opportunità di mostrare le loro capacità e attitudini e l'azienda ha la possibilità di inquadrare persone valide alle quali assegnare progressivamente ruoli di coordinamento e monitoraggio.

Nel 2020 a causa dei provvedimenti restrittivi emanati dal Governo **per l'emergenza Covid, le attività formative si sono ridotte** molto e in alcuni periodi sono state addirittura sospese.

A fine anno sono comunque state organizzate due giornate di training con un professionista dello Studio Agronomico Sata, in cui si sono approfondite tematiche legate alla potatura, con particolare attenzione alla potatura a Guyot, una delle forme di allevamento della vite più diffuse in Italia. Nell'iniziativa sono stati coinvolti tutti i lavoratori che in azienda si occupano di questa attività, circa 20 persone.

Salute e sicurezza

Conti degli Azzoni si impegna ogni giorno affinché tutte le persone che lavorano in azienda possano svolgere le loro attività in un **ambiente salubre e sicuro.**

Nel pieno rispetto della normativa di riferimento, D.Lgs. 81/2008, l'azienda ha istituito un servizio di prevenzione e protezione nei luoghi di lavoro che investe più persone, attraverso il quale assicura il mantenimento di adeguati standard di sicurezza e il raggiungimento degli obiettivi definiti.

Con l'ausilio del servizio di prevenzione e protezione l'azienda ha:

» messo in atto un processo di identificazione dei rischi dovuti all'attività lavorativa per la sicurezza e la salute dei lavoratori;
» redatto un Documento di valutazione dei rischi in conformità alla normativa vigente;
» nominato le figure chiave richieste dalla normativa (RSPP, RLS, medico competente);
» dotato i locali di segnaletica ed estintori;
» adottato misure di mitigazione dei rischi nei vigneti, in cantina, nei siti di imbottigliamento ed in ogni altro luogo interno all'azienda;
» formato, informato e sensibilizzato tutti i preposti e tutto il personale sul tema della salute e sicurezza e ripetuto tali attività in presenza di nuove assunzioni e cambi di mansione.

Gli aspetti relativi alla salute sono oggetto di particolare attenzione soprattutto attraverso la dotazione di mezzi protettivi evoluti. L'esempio più rappresentativo è quello di un rapido turnover e sostituzione dei vecchi mezzi con trattrici cabinate e pressurizzate a garanzia della qualità dell'aria respirata, silenziose ed ammortizzate per un maggior confort durante le operazioni.

I dati della tabella mostrano dei risultati molto importanti per Conti degli Azzoni: **negli ultimi anni non si sono verificati incidenti gravi** all'interno dell'azienda e nel tempo **il numero di giornate di assenza per malattia si è ridotto.**

INFORTUNI E MALATTIA	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
N. infortuni	0	0	1	0%
N. giorni assenza per infortunio	0	16	25	+56%
N. giorni assenza per malattia	82	82	4	-95%

I terzisti

Per effettuare quelle operazioni che necessitano di attrezzature specifiche e manodopera altamente specializzata Conti degli Azzoni si avvale della collaborazione di imprese esterne:

Aratura e trebbiatura: da oltre 30 anni l'azienda per ottimizzare i tempi e per ragioni economiche ha deciso di affidare a due aziende terziste l'aratura di alcuni terreni e la trebbiatura dei seminativi.

Vendemmia: la vendemmia in azienda viene effettuata a mano su tutte le selezioni con l'impiego di personale interno; sui restanti vigneti viene eseguita in parte a mano ed in parte a macchina. La vendemmia meccanica viene affidata ad un terzista specializzato che riesce a garantire puntualità ed efficienza del lavoro ed inoltre solleva l'azienda da problematiche di rimessaggio, manutenzione e ricambi; il rapporto consolidato negli anni con il terzista permette un'alta precisione e affidabilità sul lavoro.

Imbottigliamento: l'attività di imbottigliamento viene effettuata quattro volte l'anno, pertanto l'azienda, piuttosto che implementare una linea di imbottigliamento interna, ritiene più opportuno rivolgersi ad un terzista che fornisce attrezzatura all'avanguardia e personale specializzato che effettua l'imbottigliamento in cantina.

EMPLOYER BRANDING

Oggi le persone non lavorano più solo per un'azienda, ma per una **cultura da condividere**, una realtà di cui essere orgogliosi di appartenere, un **sistema di valori in cui credere**.

Perché

Negli ultimi anni Conti degli Azzoni ha maturato la necessità di implementare una strategia di Employer Brandig con l'obiettivo di **creare un ambiente di lavoro positivo,** di maggior partecipazione e di condivisione della filosofia e dei valori aziendali, e **che possa sempre più attrarre e mantenere talenti.**

Obiettivi

ATTIRARE LE MIGLIORI RISORSE NEL MERCATO DEL LAVORO.
Il datore di lavoro deve puntare ad un'immagine aziendale coerente con l'identità dell'azienda come luogo di lavoro ideale, in modo da attrarre e fidelizzare i dipendenti di talento.

TRATTENERE LE RISORSE UMANE ESISTENTI.
Valorizzare e sviluppare il loro potenziale, offrendo loro opportunità di crescita e miglioramento, ad esempio formazione o altre attività.

RENDERE FLUIDA ED EFFICACE LA COMUNICAZIONE.
Semplificare le informazioni interne ed esterne, posizionarsi definendo e diffondendo una efficace proposta di valore a dipendenti e clienti, attraverso canali ben identificati.

La capacità di generare un contesto attrattivo per i potenziali talenti passa attraverso il livello di soddisfazione del personale interno, in grado di promuovere esternamente l'immagine dell'azienda, abilitando conversazioni tra pari sulla rilevanza del brand come datore di lavoro.
Con questa consapevolezza, nel 2019 Conti degli Azzoni inizia a sviluppare le prime linee guida sul progetto di Employer Branding avvalendosi del supporto di professionisti esterni specializzati.

LE FASI del progetto

ANALISI

L'analisi dell'ambiente lavorativo è fondamentale poiché permetterà di valutare il grado di Employer Brand dell'azienda. Per un'analisi quantitativa e qualitativa saranno, pertanto, utilizzati strumenti statistici e saranno somministrati questionari sia alla proprietà che ai dipendenti. Si indagheranno, pertanto, i valori, la propensione all'innovazione e al cambiamento, la crescita, la soddisfazione personale, il coinvolgimento, il rapporto con l'azienda e con i colleghi.

ORGANIZZAZIONE

Le principali attività della fase di organizzazione saranno: individuazione e posizionamento con una valida EVP (Employer Value Proposition), misurazione economica dei vantaggi della strategia, creazione di un'esperienza di impiego.

ATTIVAZIONE

In questa fase si metteranno in pratica le attività concordate nella fase precedente coinvolgendo gli stakeholder per intervenire nelle aree critiche. Ad esempio: attività formative, team building, coinvolgimento.

COMUNICAZIONE

La fase avrà come obiettivo quello di migliorare e strutturare i processi di comunicazione interna tra proprietà, management e dipendenti. Saper comunicare permetterà di creare un ambiente lavorativo positivo che porterà benefici in termini di produttività e profittabilità sia all'interno che all'esterno dell'azienda. Alcune attività specifiche saranno l'implementazione di procedure interne di comunicazione, il social media marketing e l'organizzazione di eventi.

cosa è stato fatto finora:
L'ANALISI

Conoscenza dell'azienda

Per poter impostare una corretta strategia è necessario:

» **valutare il grado di Employer Brand che un'azienda possiede** ovvero, quanto è riconosciuto il datore di lavoro internamente (agli occhi dei suoi collaboratori) ed esternamente (sul mercato del lavoro, in termini di Reputazione)

» **analizzare il modo di comunicare dell'azienda** per attrarre risorse e mantenere quelle presenti (Employer Branding)

» **individuare i valori che l'azienda desidera vengano ad essa associati** (EVP - Employer Value Proposition)

Il percorso è iniziato con una visita dell'azienda per comprendere l'ambiente di lavoro, un'intervista ai titolari dell'azienda e ad alcune figure chiave.
Da qui sono emersi i punti di forza dell'azienda, i valori presenti e l'Employer Brand da costruire.

PUNTI DI FORZA	VALORI AZIENDALI PRESENTI	EMPLOYER BRAND DA COSTRUIRE
Attenzione all'ambiente circostante	Sostenibilità dell'ambiente	Sostenibilità dei dipendenti
	Crescita	Cresce l'azienda, crescono i dipendenti
Qualità del prodotto	Qualità	Avere collaboratori di talento
	Formazione	Accrescere il rapporto proprietà-management-collaboratori
Guardare al futuro	Portata	Accelerare lo scambio generazionale
	Innovazione	Stimolare l'intraprendenza e la creatività dei singoli

Sondaggio

Successivamente, a distanza di poche settimane, è stato somministrato a tutti i dipendenti un questionario anonimo con 20 domande suddivise in tre aree:

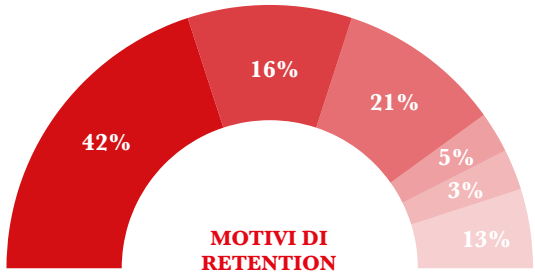
» **Comunicazione interna**
» **Comunicazione esterna**
» **Risorse umane**

Con questo sondaggio si è voluto in particolare comprendere il livello di allineamento ai valori aziendali dei dipendenti, il livello di soddisfazione della qualità del luogo di lavoro e delle mansioni affidategli e il grado di felicità di lavorare in quella specifica realtà.
Dei 42 questionari somministrati (52% modalità on line, 48% modalità cartacea) ne sono ritornati compilati 23, tasso di risposta 54%.

Risultati

I risultati del sondaggio, analizzati sia da un punto di vista quantitativo che qualitativo, hanno fornito informazioni molto utili all'azienda per individuare i punti di miglioramento ed avviare una riflessione che porti all'individuazione di progetti specifici da realizzar per superare tali gap.

LIVELLO DI ALLINEAMENTO AI PARAMETRI INDIVIDUALI



42% soddisfazione professionale
16% crescita
21% rapporto positivo con i colleghi
5% rapporto positivo con i livelli superiori
3% riconoscenza
13% rischio elevato di cambiamento

23% appartenenza
19% fiducia
29% rispetto
16% innovazione sostenibile
13% collaborazione

i prossimi STEP

Nei prossimi mesi verranno organizzati dei focus group al fine di definire una serie di attività che perseguano i seguenti obiettivi:

- **Miglioramento dell'organizzazione aziendale**
- **Maggior coinvolgimento dei dipendenti**
- **Investimenti nella formazione dei dipendenti e nella leadership dei responsabili**

DEGLI AZZONI
www.degiazzoni.it

04

LA TUTELA DEL CONSUMATORE

DEGLI AZZONI
WINES

A chi vendiamo

Conti degli Azzoni **vende principalmente in Italia (96%)** e il canale distributivo maggiormente utilizzato è il **canale diretto (66%)** nel quale viene considerata sia la vendita dei vini nel punto vendita presente in cantina (27%) che la vendita di prodotti agricoli ad aziende agroalimentari italiane senza intermediari (73%). Il secondo canale più utilizzato è quello della GDO, dove avviene esclusivamente la vendita di vino.

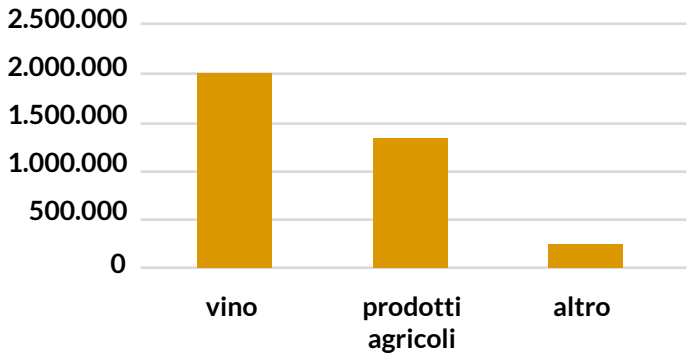
96%
vendita Italia

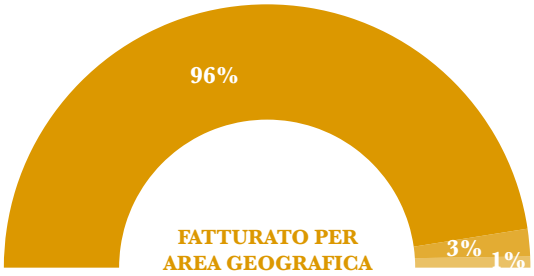
66%
vendita diretta

68%
acquisti da fornitori locali

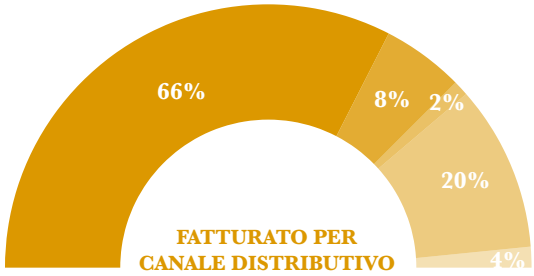
0%
reclami

FATTURATO PER TIPOLGIA DI PRODOTTO





96% Italia **3%** Europa **1%** USA



66% diretto **8%** rivenditore **2%** Ho.Re.Ca
20% GDO **4%** distributore

Da un'analisi più approfondita delle vendite si evince che, **i clienti storici** che hanno effettuato acquisti nell'anno sono stati 188 (esclusi quelli del punto vendita per i quali non è disponibile l'anagrafica) per un fatturato pari al **84% del totale**. I nuovi clienti acquisiti nel 2020 sono stati 61 per un fatturato pari al 5% del totale ed i clienti di più "giovani", cioè **quelli acquisiti negli ultimi quattro anni,** sono stati 84 per un **fatturato** pari al **11%** del totale.

3 sono i principi fondamentali che applichiamo per garantire la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti:

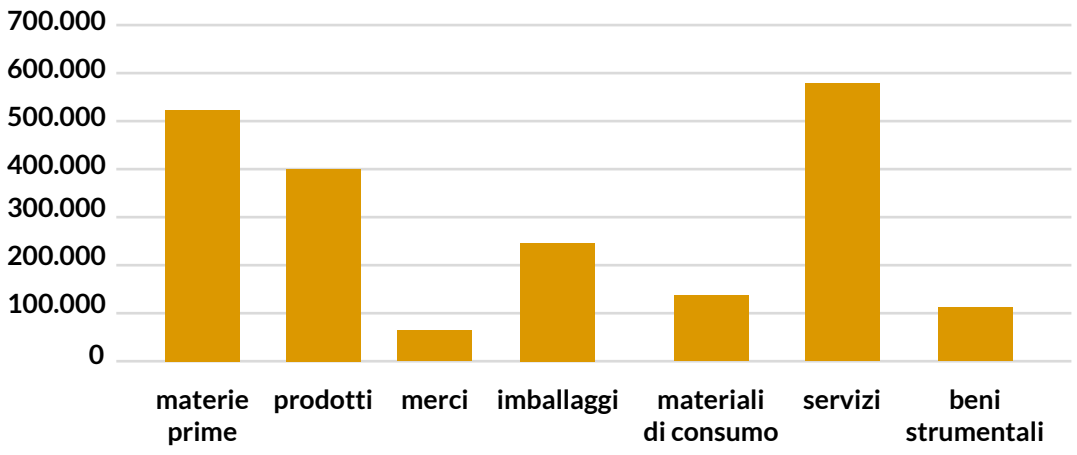
1. **Selezione accurata dei fornitori, con particolare attenzione a quelli di materie prime.**
2. **Monitoraggio continuo dei prodotti lungo tutto il processo produttivo.**
3. **Trasparenza nei confronti di clienti e consumatori.**

Come acquistiamo

La filiera agricola e vitivinicola è composta da numerosi attori che insieme concorrono alla realizzazione dei prodotti finiti che arriveranno sulle tavole dei consumatori. **La creazione di una partnership**, soprattutto con chi fornisce tutto ciò che va ad impattare sul prodotto finale, è fondamentale per garantire qualità e sicurezza al cliente. Perciò **l'azienda sceglie accuratamente i suoi fornitori** ponendo attenzione oltre che al prezzo, alla qualità del prodotto e servizio offerto, agli aspetti igienico sanitari, ai tempi di consegna ed alla conoscenza diretta.

Particolare attenzione viene prestata agli acquisti di materie prime e merci, prodotti agricoli ed enologici, materiali e mezzi: tali strumenti di produzione vengono scelti coinvolgendo i fornitori nel programma di sensibilizzazione verso metodi di costruzione o formulazione rispettosi dell'ambiente e rendendo evidente che nelle scelte aziendali sono privilegiate quelle imprese che dimostrino oggettivamente la loro cura verso questi presupposti.

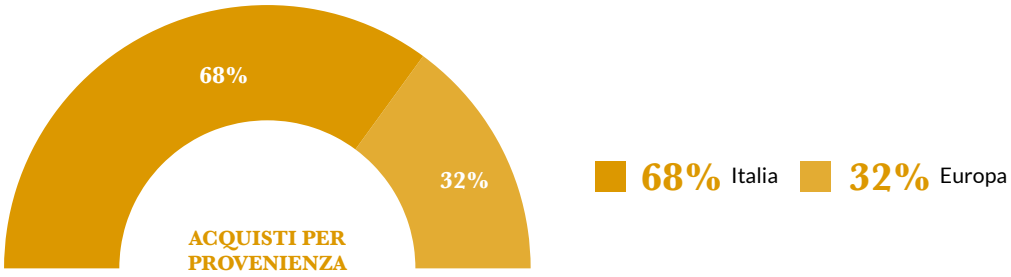
ACQUISTI PER TIPOLOGIA



L'attenzione al prodotto, e di conseguenza al consumatore finale, inizia nella fase di acquisto.

A livello locale le principali tipologie di acquisto riguardano: materie prime e merci (uva, piantine, sementi e alcuni prodotti destinati alla vendita), prodotti (concimi, prodotti enologici, compost) imballaggi (bottiglie, bag in box, packaging), altri materiali di consumo (carburanti, cancelleria) e servizi (lavorazioni di terzi, manutenzioni, utenze).
A livello nazionale i principali acquisti sono: vino imbottigliato acquistato dalle altre cantine di famiglia, imballaggi, utenze e consulenze.
A livello internazionale gli acquisti riguardano principalmente la partecipazione a fiere ed eventi.

Da un'analisi più approfondita degli acquisti si evince che **l'azienda è molto fidelizzata ai propri fornitori storici,** infatti da essi che rappresentano più della metà del totale, vengono effettuati circa il 70% degli acquisti complessivi.



L'etichettatura

Per l'azienda **dare informazioni chiare e trasparenti sui propri prodotti è molto importante** ed in futuro vuole arricchire le etichette e gli altri documenti accompagnatori di indicazioni aggiuntive rispetto a quelle richieste dalla normativa, anche attraverso ad esempio l'inserimento di link a pagine web in cui tali prodotti vengono presentati in maniera più approfondita e coinvolgente.
La maggior parte delle **etichette dei vini** contengono informazioni richieste dalla legge (denominazione, azienda imbottigliatrice, lotto di imbottigliamento, paese di produzione, volume, % di alcool ed eventuale presenza di allergeni).

Nel 2020 l'azienda ha inserito un QR CODE nelle etichette di alcune bottiglie: Sangiovese, San Donato e Phagalus. Per i consumatori meno esperti non è semplice scegliere una bottiglia di vino dalla sola etichetta. A volte fa rapire dai colori brillanti, nomi di richiamo o da prezzi scontanti, ma il vino è tutt'altro. **Dentro ad ogni bicchiere di vino ci sono i valori, la storia, le tradizioni del produttore, il territorio in cui il vino viene prodotto e la vita delle persone che ci lavorano.** Per i produttori non è semplice raccontare al consumatore tutto questo mondo nello spazio di un'etichetta. Il QR code permette di arricchire il contenuto presente nell'etichetta senza necessità di uno spazio maggiore.

I prodotti di campagna sono accompagnati da documenti di trasporto sui quali vengono riportate tutte le informazioni richieste dalla normativa per la tracciabilità.

Premi e riconoscimenti

Diversi sono i premi e i riconoscimenti ottenuti da parte di autorevoli concorsi, riviste e guide specializzate, sia nazionali che internazionali, che confermano l'impegno profuso dall'Azienda nel cercare sempre il giusto compromesso tra produzione, qualità ed esigenze del proprio mercato.

Di seguito un elenco dei principali riconoscimenti ottenuti.

A causa del Covid l'azienda non ha partecipato ad eventi esterni.

PASSATEMPO 2016
Marche Rosso IGT

Gambero Rosso 2021 VINI D'ITALIA

I VINI DI VERONELLI 2021 ★★★

TOP 100 VINI ITALIANI # WINEMAG 2021

VINI BUONI D'ITALIA 2021 ★★★★

Un Montepulciano completo. Dal colore, al naso, al palato, alla persistenza. Tanto identitario da andargli stretta la definizione di "didattico" e "identificativo". (Winemag)

Montepulciano in purezza, fa 24 mesi di botte grande prima di disvelarsi nel bicchiere con un rubino intenso. Un rosso intenso, impeccabile e nobile. (Carlo Cambi)

SAN DONATO 2017
Rosso Piceno DOP

VINI BUONI D'ITALIA 2021 ★★★

RIBONA 2019
Colli Maceratesi DOC

VINI BUONI D'ITALIA 2021 ★★★

Qualità e sicurezza

La sicurezza dei prodotti è garantita da un controllo sistematico dei processi e dei prodotti da parte del personale competente e qualificato, dal rispetto delle regole e dai comportamenti da seguire previsti dal manuale HACCP e dalla certificazione GLOBAL G.A.P.

Le analisi vengono eseguite in parte nel **laboratorio interno** dell'azienda ed in parte da **laboratori esterni** accreditati da Accredia[1].
Nel comparto vitivinicolo, il laboratorio interno effettua una verifica di base su acidità, solforosa, alcool, zuccheri residui ed estratto secco, mentre il laboratorio esterno effettua verifiche più approfondite per le quali sono necessari macchinari particolari, come ad esempio la stabilità proteica e tartarica, l'acido malico e acido lattico, la presenza di metalli quali piombo, rame, zinco e ocratossina. Il laboratorio esterno effettua anche tutte le analisi HACCP, che attualmente riguardano il monitoraggio, prima dell'imbottigliamento, dei livelli di anidride solforosa nei vini e il controllo dei corpi vetrosi sui contenitori in vetro.

Nei **prodotti agricoli** invece i controlli vengono effettuati solo da soggetti esterni:

- **su basilico, prezzemolo** ed altri prodotti freschi un laboratorio esterno certificato esegue analisi multiresiduali per il controllo della presenza di residui di principi attivi;
- **su cereali e girasoli** invece, è direttamente l'azienda acquirente (stoccatore o azienda alimentare) che esegue i controlli per qualità merceologiche e micotossine.

Per **il controllo dei prodotti agricoli biologici,** conformemente a quanto previsto dalla normativa, l'azienda si rivolge ad un organismo di certificazione autorizzato a verificare la conformità al regolamento comunitario, il **CCPB (Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici).**

Su prezzemolo e basilico l'azienda ha ottenuto anche la certificazione biologia da parte del Consorzio Biologico per i Prodotti Biologici (CCPB Srl), che garantisce la conformità delle produzioni ottenute con metodo biologico in tutte le fasi della filiera di produzione, dal campo alla tavola, in conformità alle norme dell'Unione Europea (Reg. CE 834/07 e CE 889/08).

[1]*Ente Unico italiano di accreditamento degli Organismi di certificazione, verifica e ispezione dei laboratori di prova e taratura, designato dal governo italiano, in applicazione del Regolamento europeo CE 765/2008.*

Inoltre, Conti degli Azzoni aderisce al **Disciplinare di produzione integrata della Regione Marche** per la coltivazione di basilico e di prezzemolo. Per queste due produzioni l'azienda ottiene annualmente da oltre 10 anni una certificazione internazionale denominata: **Standard Global G.A.P.,** un protocollo a carattere volontario messo a punto da alcune tra le più importanti catene commerciali Europee (EUREP – Euro Retailer Produce Working Group), con lo scopo di indentificare regole comuni applicabili da qualsiasi coltivatore agricolo.
Tale protocollo definisce le **Buone Pratiche Agricole (le Good Agriculture Practices)** che i produttori di alimenti freschi e non trasformati devono adottare per dimostrare pratiche di coltivazione sicure, sane e sostenibili.

La certificazione ha contribuito negli anni a implementare una serie di azioni volte principalmente alla sicurezza del prodotto ottenuto: si eseguono analisi del terreno per impostare programmi di concimazione adeguati e mirati, si controlla analiticamente l'idoneità delle acque di irrigazione. Le coltivazioni, divise in lotti facilmente individuabili, sono controllate con analisi multi-residuali su campioni di prodotto fresco prima della raccolta, per garantire produzioni prive di inquinamenti.
Dover rispettare le regole di una certificazione comporta anche la formazione e l'aggiornamento puntuale del personale da parte di figure competenti in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro, impiego corretto dei presidi fitosanitari e tracciabilità del prodotto.

05

L'IMPEGNO PER LA COMUNITÀ

Comunità e territorio

Il percorso di sostenibilità, intrapreso da diversi anni dall'azienda, mira non solo a stimare l'incidenza ambientale e sociale delle proprie attività produttive, ma anche alla **valorizzazione del proprio territorio, attraverso la comunicazione, come parte integrante del percorso.**

Tale comunicazione comprende la promozione delle attività aziendali e delle iniziative legate al dialogo con la comunità. Normalmente ciò avviene sia con mezzi tradizionali (eventi, fiere, aperture in cantina, ufficio stampa) sia attraverso i mezzi digitali (sito web, social e influencers).

Nel 2020, le difficoltà determinate dalla pandemia non hanno permesso all'azienda di dialogare in presenza con il territorio e con i propri stakeholder.

Sono state **rimandate al nuovo anno le numerose iniziative in cantina** che solitamente vedono la partecipazione di molti visitatori interessati a conoscere non solo i vini, ma anche il paesaggio, la cultura e la tradizione che in essi si rispecchiano.

L'anno della pandemia (così passerà alla storia il 2020) ha visto, ad ogni modo, una forte intensificazione delle attività online. In particolare, ha contribuito ad accrescere la conoscenza della realtà aziendale una **serie di meeting digitali con giornalisti e consumatori**, coordinati con tanta passione dai referenti aziendali delegati e dalla stessa proprietà.

L'azienda è molto attenta alla propria presenza online. Ha messo in cantiere una riorganizzazione che comincia dal sito web, non solo per ammodernamenti tecnici ma soprattutto per l'aggiornamento di contenuti e informazioni riguardanti la vita aziendale, la sostenibilità, i prodotti.

Attraverso i social media presidiati (Facebook e Instgram), l'azienda fornisce informazioni e novità, relazionandosi con i propri followers e con il territorio esprimendo interessi e passione per luoghi, food, cultura e vita quotidiana.

L'azienda Conti degli Azzoni è indissolubilmente legata al territorio che la ospita e alla comunità locale. Per questo si rende doverosamente artefice della loro valorizzazione.

06

LA SALVAGUARDIA DELLA TERRA

LA BIODIVERSITÀ

La **pluralità di ecosistemi** nei nostri territori è un'**enorme ricchezza** e abbiamo la ferma volontà di preservarla.

Perché

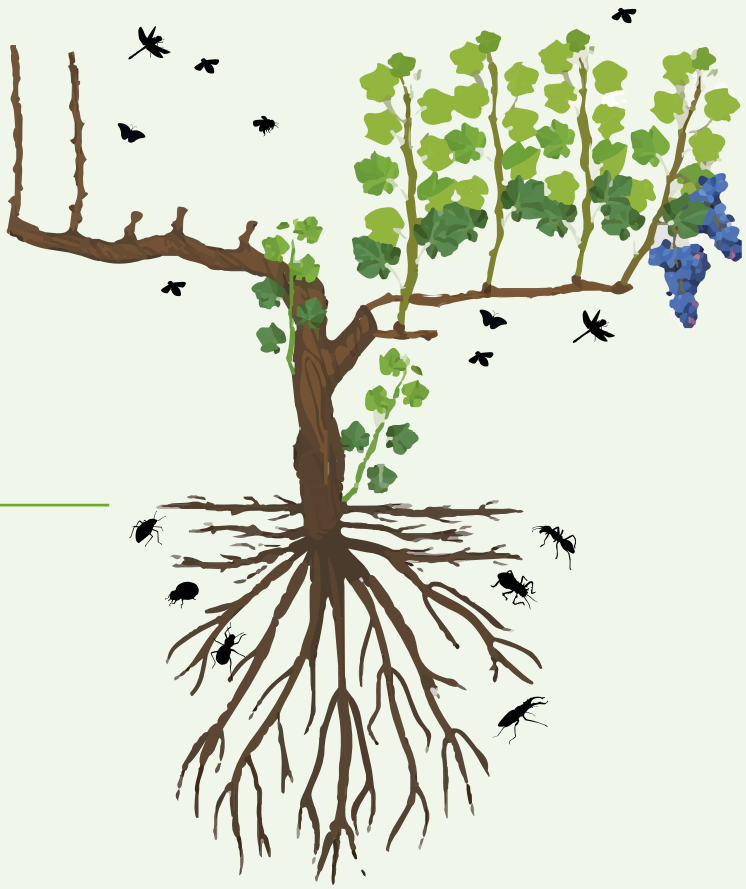
La diversità delle specie è l'eredità più importante della nostra storia evolutiva. È un'enorme ricchezza che va preservata perché costituisce una risorsa per l'ambiente e per l'uomo: ogni specie, infatti, riveste un ruolo specifico e contribuisce a mantenere in equilibrio l'ecosistema in cui è inserita.

Cosa

Anche per la sostenibilità della filiera agroalimentare, **la biodiversità** non è solo un grande valore, ma uno **strumento fondamentale per la gestione della tutela ambientale.**
Valutare le sue componenti è indispensabile per capire come le nostre azioni impattino sulle forme di vita che occupano gli spazi coltivati e limitrofi.

Soprasuolo

Ha un'importanza rilevante. Tanto più le forme vitali esistenti in un ecosistema soprasuolo saranno complesse ed interagenti tra loro, tanto più sarà difficile, per un parassita, trovare spazio di diffusione e sarà realizzabile una forma di controllo con strumenti non invasivi, più a misura d'uomo, di salute e di natura.



Suolo

È il primo indicatore di qualità della biodiversità attraverso gli organismi viventi che lo abitano. Contemporaneamente accoglie le radici, tessuti vivi, struttura e nutrimento per le piante. Una buona predisposizione del suolo alla vita è garanzia di piante efficienti e frutti di qualità.

In viticoltura anche bordure, siepi, alberature di confine, limite del bosco, della macchia o della radura, sono considerati come importanti opportunità di equilibrio ed accoglienza nei confronti di insetti, mammiferi, uccelli e vegetali che interagiscono tra loro.
Nel vigneto stesso, inerbimenti naturali o seminati ad arte possono ospitare api ed altri pronubi come una moltitudine di predatori utili o altre specie non necessariamente attive contro i parassiti ma in grado di offrire una barriera territoriale, occupare spazio ed evitare espansioni incontrollati delle specie dannose.

Le api nel vigneto: patrimonio di biodiversità

Le api sono custodi della biodiversità vegetale e animale e giocano un ruolo fondamentale per lo sviluppo dell'uva e, di conseguenza, per la qualità del vino prodotto.
Diversi apicoltori trovano ospitalità nei terreni dell'azienda. Ponendo gli alveari nei vigneti, lungo le capezzagne, si garantiscono la biodiversità animale e vegetale, si incoraggiano gli organismi utili, si allontanano i parassiti e si aumenta la fertilità del terreno.

Le api sono amiche della viticoltura: svolgono un ruolo fondamentale di **sentinelle ambientali** e di indicatori di salute di un luogo. Molti studi lo confermano. Si tratta di insetti impollinatori, responsabili dell'80% del processo di impollinazione in natura.
In particolare, le api **svolgono un ruolo importantissimo all'interno dei vigneti:** nella riproduzione dei fiori della vite sembra che questi insetti consentano ai viticoltori di aumentare la produzione di uva del 10% e di garantire il mantenimento della biodiversità. Svolgono anche la funzione di vettore dei lieviti sulla buccia degli acini del grappolo d'uva: nel caso di grappoli danneggiati o bucati da altri insetti come le vespe, le api raccolgono gli zuccheri presenti e asciugano l'acino cicatrizzandolo, riducendo così il rischio per la vite di patologie fungine e di marciume. Grazie a questa azione rigeneratrice si è notato, inoltre, un miglioramento nelle fermentazioni in cantina che risultano più regolari.

Parliamo di insetti molto sensibili ai cambiamenti che intervengono nell'ecosistema in seguito all'azione dell'uomo. **Con l'impollinazione le api svolgono una funzione strategica** per la conservazione della flora e contribuiscono al miglioramento ed al mantenimento della qualità ambientale e dello stato degli ecosistemi naturali in cui sono presenti. Il loro declino in numero rappresenterebbe sicuramente un indice di un peggioramento della qualità dell'ambiente in cui viviamo.

Preservare l'esistenza delle api e una coesistenza in assoluta armonia è necessario per i vigneti, per l'ambiente e per l'uomo.

la misura della Biodiversità

Conti degli Azzoni ha avviato da tempo **un percorso di valutazione e monitoraggio del suolo e della biodiversità nei propri vigneti** con metodi standardizzati e ripetibili basati su indici misurabili, per quantificare l'impatto delle proprie scelte di gestione dei vigneti e i propri miglioramenti.

La misura oggettiva della **biodiversità nei vigneti** consente una valutazione indubbia sulla **bontà delle scelte e dei metodi** di gestione agronomica dell'azienda.

Riportare ad una misura tangibile ogni valutazione sulla bontà delle scelte aziendali, non è solo un obiettivo, ma è una vera propria necessità per Conti degli Azzoni. Poter calibrare le scelte sulla base di risultati reali significa ricercare, con un percorso ben definito, un'alleanza con l'ambiente che sia contemporaneamente virtuosa e fruttuosa a sostegno della qualità della vita di operatori aziendali e sostenibilità del reddito d'impresa. Il successo di tale percorso passa attraverso la compenetrazione di idee tra proprietà, quadri, tecnici, operatori motivati e la ricerca istituzionale: Facoltà, Gruppi di Studio, Amministrazioni.

BiodiversityPASS®

Anche nel 2020, con nuove esplorazioni su altri 4 siti aziendali, è stato implementato il percorso di **Zonazione aziendale della Biodiversità e della qualità biologica dei suoli** avviato nel 2014 con il protocollo **BiodivsersityPASS®**, per la misura e la salvaguardia della biodiversità sui propri terreni. Sono ormai 10 gli appezzamenti indagati per orientare le scelte in termini di semine polifunzionali di essenze erbacee miglioratrici di struttura ed accoglienza della comunità microbica utile o dotazione di compost.
Nel 2020, in particolare, le indagini sono state estese anche ad altre proprietà di famiglia esterne all'azienda marchigiana.

Il programma e la strategia di indagini, dettati anche dalla stagionalità dei rilievi, dall'influenza climatica e dalla eterogeneità intrinseca dei suoli, sono pianificati su un ciclo quinquennale e sono compiuti su tutte le superfici vitate dell'azienda, così da ottenere un quadro sufficientemente esteso e una buona rappresentatività dei siti.

I risultati delle indagini hanno ampiamente confermato alcune circostanze: una tra tutte, i vigneti che storicamente hanno dato i migliori risultati enologici, si confermano anche come quelli che hanno ottenuto i migliori punteggi di BiodivsersityPASS®.

Cos'è BiodiversityPASS®?

È un progetto innovativo per la misura, la salvaguardia e l'incremento della biodiversità in viticoltura. *Valutare e monitorare le diverse componenti della biodiversità risulta di importanza rilevante per comprendere l'impatto che le azioni e le attività produttive hanno sull'ecosistema vigneto e consente una visione della sostenibilità della filiera vitivinicola a 360°. Il programma comprende i dettami della FAO e attribuisce proprio alla componente organica il ruolo fondamentale di conservazione della fertilità in modo sostenibile e sano.*

Come funziona?

Le indagini e i monitoraggi degli indici di BiodiversityPASS® sono programmati a cadenze tali da controllare:

- *l'effetto degli interventi di gestione aziendale, in particolare, sulla modifica della biodiversità strutturale dell'azienda;*
- *l'effetto degli interventi sui suoli, ovvero sulla loro biodiversità e sulla loro qualità agronomica attraverso i valori di VSA;*
- *le loro eventuali interazioni con la qualità delle uve.*

Le indagini sono ripetute a distanza un determinato arco temporale, per verificare se le azioni virtuose messe in atto (sovesci, apporto di compost e sostanza organica, passaggi dopo la vendemmia con discissore per arieggiare il terreno senza rompere il cotico erboso, ecc.) hanno migliorato la vitalità del suolo vitato.

Life Vitisom

Negli anni trascorsi, l'azienda Conti degli Azzoni ha aderito al progetto LIFE VITISOM, basato sull'adozione di **pratiche di agricoltura di precisione come la concimazione e la distribuzione a rateo variabile di matrici organiche** quali compost, digestato e letame.

L'approccio a tali pratiche agricole ha comportato un **impiego ottimizzato dei fertilizzanti**.
Mediante **mappe di vigore** si è distribuito più concime dove la vegetazione era carente e poco o nulla dove era in eccesso; così da ottenere meno spreco di concime, meno perdite per dilavamento e più uniformità di vegetazione (tradotto in miglior qualità dei frutti).
Il progetto ha comportato:

» la realizzazione di prototipi personalizzati da parte di un costruttore di macchine agricole, ovvero carri spandiletame capaci di distribuire a rateo variabile costruiti specificatamente sulle caratteristiche ambientali e strutturali della realtà aziendale;
» l'analisi del terreno non solo convenzionali classiche fisico-chimiche ma secondo un protocollo che valuta l'attività biologica dei suoli;
» lo studio di emissioni e il rilievo puntuale di mappe di vigore tramite sensori appositi montati su trattore, ecc.;
» la formazione delle maestranze con attenzione al rispetto alla vitalità e alla longevità delle piante tramite corretti tagli di potatura.

In particolare, nel 2020, sull'onda dei benefici ottenuti, **l'azienda ha deciso di acquistare il carro spandiletame per continuare la pratica agricola di distribuzione a rateo variabile e, di conseguenza, una gestione più sostenibile dei propri suoli coltivati.**

Life Vitisom

LIFE15 ENV/IT/00392 Whit the contribution of the LIFE, Programme of the Europe Union

L'obiettivo generale del progetto è stato quello di promuovere una gestione sostenibile del suolo in viticultura, attraverso una tecnologia per la concimazione organica del vigneto attraverso un sistema di distribuzione con rateo variabile.
La tecnologia innovativa permette di contrastare l'erosione della materia organica e di migliorare l'omogeneità e la qualità dei suoli vitati. In particolare, la promozione dell'uso razionale dei concimi organici consente di conservare e reintegrare la sostanza organica nei suoli vitati, con effetti positivi in termini di fertilità chimica, fisica e biologica dei suoli.

Il modello di precision farming di VITISOM punta ad essere esportato e validato in tutti le regioni vitivinicole europee. Un'indagine per conoscere ed approfondire le diverse realtà viticole è attualmente in corso con lo scopo di costruire un piano di replicabilità e trasferibilità del modello a tutti i comparti produttivi europei.

Le buone pratiche

Adottare buone pratiche significa soprattutto rispettare le risorse naturali come l'acqua, la terra e la biodiversità. Ma non riguarda solo l'ambiente. Significa anche assicurare la salute delle persone, la qualità della vita di chi si occupa della produzione e di chi ne usufruisce.

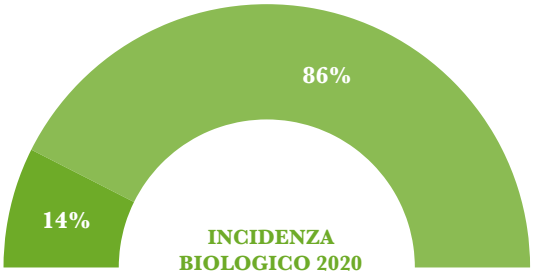
Conti degli Azzoni ha reso concreto il proprio impegno mettendo in atto comportamenti e azioni volte alla tutela del territorio, dell'ambiente e delle persone. In particolare:

» la **conversione a biologico dei propri terreni coltivati** (vigneti e seminativi);
» l'**utilizzo di pratiche agricole sostenibili e il monitoraggio della biodiversità** aziendale e dei suoli per incrementare la consapevolezza verso la reale salute dei terreni;
» l'**adozione di un approccio multidisciplinare** per valutare gli effetti della gestione agronomica dei vigneti e dei loro terreni;
» una **progettualità consapevole condivisa** e sostenuta da tutti gli addetti aziendali ad ogni livello (anche grazie ad attività mirate formative e conoscitive) che ne apprezzano l'indotto positivo su salute, qualità e, non da ultimo, anche di immagine aziendale.

L'insieme di regole e buone pratiche che applichiamo nel nostro quotidiano contribuisce ad una gestione sostenibile delle nostre attività, al fine di produrre una materia prima di più alta qualità e salubrità rispettosa dell'ambiente e socialmente giusta.

Il biologico

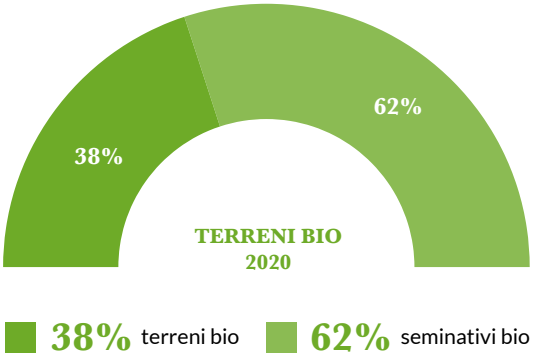
Nel 2020, **l'incidenza della coltivazione a biologico complessiva** rispetto alla coltivazione convenzionale è del 14%, stabilizzata rispetto agli anni precedenti.



14% biologico **86%** convenzionale

Attualmente la totalità della **superficie coltivata a biologico**, è di circa **106 ettari**, divisi tra vigneti con 40 ettari e seminativi con 66 ettari (grano duro e tenero, orzo, basilico, erba medica, altro).
In particolare, la tipologia di seminativi e le relative quantità coltivate si avvicendano negli anni **(rotazione delle colture)** per mantenere la fertilità del terreno, garantire una maggiore resa di prodotti e, in ultimo, secondo le esigenze aziendali.

ETTARI A CONDUZIONE BIOLOGICA	2020
Vigneti bio	40
Seminativi bio	66
TOTALE	**106**



I prodotti ottenuti dalla conduzione biologica sono il **Grechetto Carrodoro** per quanto riguarda i prodotti vitivinicoli e la **pasta bio** interamente di Conti degli Azzoni realizzata con il **grano Avispa** degli appezzamenti biologici aziendali.

La difesa

La **confusione sessuale** è la tecnica alternativa di difesa che l'azienda adotta **nei vigneti a conduzione biologica.** Tale pratica ha consentito di **evitare l'uso di qualsiasi pesticida.** Si tratta del "controllo comportamentale" di alcuni parassiti del grappolo. Infatti, la tecnica consiste nel liberare nell'aria un "odore", avvertito esclusivamente dal maschio della tignola (l'insetto parassita), che simulando l'ormone sessuale della femmina ne rende impossibile l'individuazione. Si evita, di conseguenza, la fecondazione delle femmine, la deposizione di uova sul grappolo e la presenza di larve dannose. In questo modo, sia sul frutto che nell'ambiente non viene rilasciata alcuna molecola nociva e la pianta resta protetta e sana.

La rotazione colturale multifunzionale viene invece utilizzata **per le colture agricole**, affinché sia preservata la fertilità del suolo in termini biologici, fisici e chimici e garantita la sicurezza del prodotto ottenuto. Tali rotazioni, nei seminativi a conduzione biologica, devono essere almeno triennali, come indicato dal disciplinare di produzione integrata della Regione Marche.
Le **certificazioni Global GAP** e quella da **agricoltura biologica** di alcune colture, come il basilico e il prezzemolo, hanno come benefica conseguenza il rigoroso e maggiore controllo sul terreno, sulle acque di irrigazione e l'utilizzo corretto dei presidi fitosanitari.

Il sovescio

Il sovescio, o inerbimento, è una pratica agronomica **utile a migliorare le caratteristiche agronomiche del terreno**, che consiste nel seminare una o più specie vegetali con particolari proprietà benefiche per il sottosuolo e il soprasuolo:

» rende il terreno più ospitale per le altre piante e per le altre forme di vita;
» riduce i fenomeni erosivi;
» aiutando ad accrescere la biodiversità anche nel soprasuolo, attirando insetti utili.

L'azienda utilizza regolarmente la pratica del sovescio nei propri vigneti biologici e in casi particolari anche all'interno di una rotazione razionalizzata delle colture a seminativi.

Il compost

I sottoprodotti della raccolta e lavorazione delle uve (le cosiddette **vinacce**), come di altre colture, sono recuperati e posti in adeguati ambienti di compostaggio per la **trasformazione in un ottimo compost di matrice organica.** Il compost viene successivamente ridistribuito sui terreni coltivati a conduzione biologica e limitrofi per la concimazione naturale dei suoli.
Le vinacce, distribuite sul terreno, hanno un apprezzabile potere fertilizzante dovuto al lento rilascio di elementi minerali quali azoto e potassio. Gli effetti benefici di tale concimazione consentono un miglioramento della struttura del terreno e l'aumento delle specie viventi nell'ecosistema che lo abitano.

07

LA RESPONSABILITÀ VERSO L'AMBIENTE

filiera produttiva

EMISSIONI ZERO

Ogni anno Conti degli Azzoni investe nel calcolo della propria impronta carbonica: anche nel 2020 il risultato è a bilancio positivo. Grazie all'azione di compensazione dei propri suoli coltivati, l'azienda produce sequestri di gas serra in misura superiore alle emissioni generate con tutta la propria filiera produttiva.

CARBON FOOTPRINT

Tutti siamo parte del cambiamento per un domani migliore, tutti ne siamo responsabili. Sono le nostre azioni che influenzeranno il futuro dei nostri figli e delle prossime generazioni.

Perché

Calcolare la propria impronta carbonica per Conti degli Azzoni significa partecipare attivamente al cambiamento necessario per tutelare l'ambiente, misurare le emissioni generate dai propri cicli produttivi e impegnarsi a ridurle, comunicare in maniera trasparente nei confronti degli stakeholder.

Cosa

L'impronta carbonica rappresenta l'impatto che qualsiasi tipo di attività ha sull'ambiente. Si definisce come la quantità di emissioni di gas serra generate lungo tutte le fasi della filiera di un prodotto, dall'estrazione di materie prime allo smaltimento dei rifiuti generato dall'intero sistema.

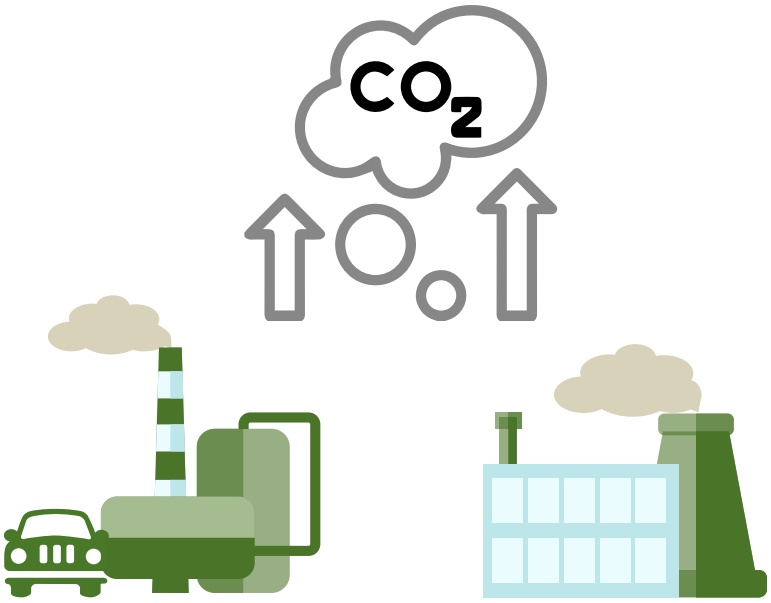
In particolare, si esprime in **quantità di CO_2 equivalenti** (unità di misura, espressa in tonnellate, che pesa le emissioni dei vari gas serra, *GHG Green House Gases*).

Per molti studiosi, tali emissioni, sembrano essere altamente correlati all'effetto serra e ai cambiamenti climatici in atto sul nostro pianeta.

la misura delle EMISSIONI

Il computo delle emissioni di CO_2 dell'azienda Conti degli Azzoni, per l'anno 2020, è stato effettuato con il **calcolatore Ita.Ca®**, i cui criteri di raggruppamento e classificazione dei dati sono stati aggiornati e adeguati secondo la normativa ISO14064 2018. Per tale motivo il 2020 diventa un nuovo anno di riferimento non confrontabile con gli anni precedenti.

Le emissioni aziendali sono state suddivise in 2 ambiti, per distinguere le responsabilità dirette e indirette dell'azienda e per ottenere una visione globale di tutta la filiera, dalla produzione alla distribuzione.



IMPRONTA PRIMARIA
emissioni dirette

*Misura delle **emissioni di CO_2 dovute alla diretta responsabilità delle attività aziendali** - tra cui l'utilizzo di combustibili fossili e il consumo interno di energia per il trasporto o per i lavori aziendali.*

IMPRONTA SECONDARIA
emissioni indirette

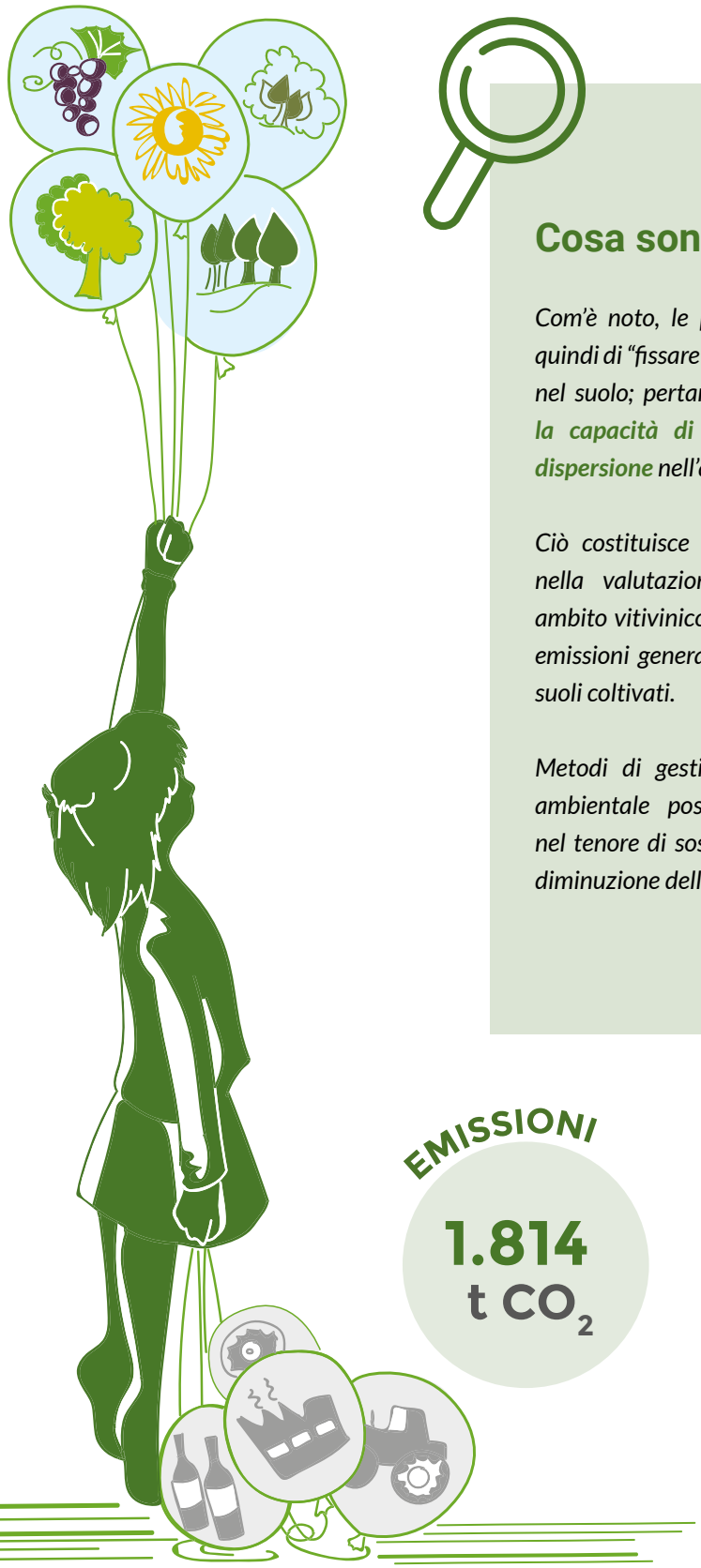
*Misura delle **emissioni di CO_2 indirette di gas serra causate dalla produzione di energia acquistata** da fornitori esterni.*

SEQUESTRI

-2.565
t CO_2

La stima dei sequestri

Nel calcolatore Ita.Ca®, oltre che la misura delle **"emissioni aziendali" di CO_2**, è prevista la stima dei **"sequestri di CO_2"** da parte dei suoli coltivati.



Cosa sono i sequestri?

Com'è noto, le piante hanno la capacità di 'fotosintesi' e quindi di "fissare il carbonio" sotto forma di sostanza organica nel suolo; pertanto, si può dire che ***il terreno coltivato ha la capacità di intrappolare gas serra impedendone la dispersione*** *nell'ambiente.*

Ciò costituisce un importante aspetto di compensazione nella valutazione dell'impronta carbonica aziendale in ambito vitivinicolo e non solo, un vero e proprio bilancio tra emissioni generate dalla filiera produttiva e "catturate" dai suoli coltivati.

Metodi di gestione del terreno attenti alla sostenibilità ambientale possono determinare importanti incrementi nel tenore di sostanza organica del suolo, con conseguente diminuzione delle emissioni di CO_2.

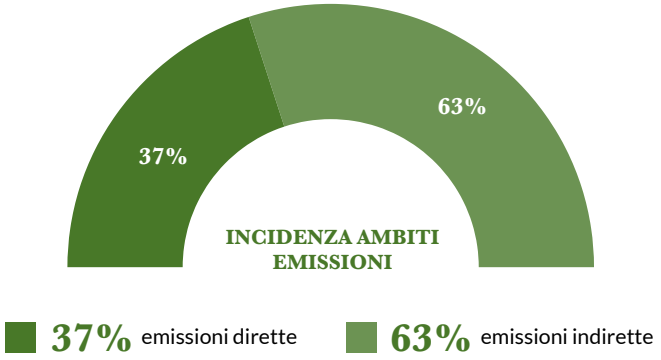
EMISSIONI

1.814
t CO_2

Il calcolo dell'impronta aziendale

L'impronta carbonica aziendale, calcolata per ambiti emissivi diretti o indiretti, ingloba la stima dei sequestri dei gas serra da parte dei suoli coltivati. La sua misura, in tonnellate di CO_2 equivalenti, è distribuita come segue:

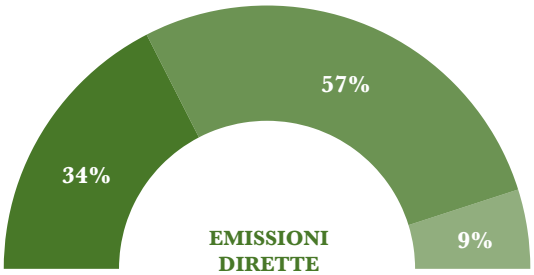
IMPRONTA CARBONICA 2020	TONNELLATE DI CO_2 EQUIVALENTI
Emissioni dirette (Impronta Primaria)	1.138
Emissioni indirette (Impronta Secondaria)	675
TOTALE EMISSIONI	**1.814**
Sequestri (da bilancio del suolo)	**-2.565**
TOTALE EMISSIONI 'A CREDITO'	**751**



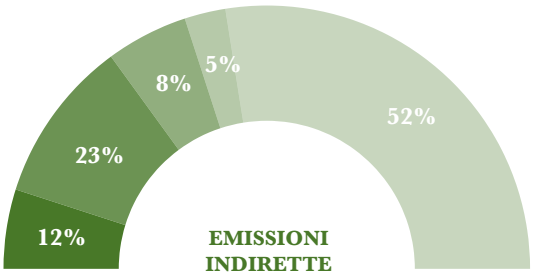
Nonostante le emissioni generate dal ciclo produttivo, **l'azienda ha un "credito emissivo" verso l'ambiente grazie al bilancio del suolo generato dai propri terreni coltivati.**
In particolare, l'incidenza dei sequestri sul totale delle emissioni è del 59%.

Emissioni per attività primarie

Sono di seguito riportati i valori di CO_2 equivalenti calcolati per attività primarie dell'organizzazione per l'anno 2020.



- **34%** carburanti (riscaldamento e veicoli)
- **57%** concimazione azotata
- **9%** perdite di gas



- **12%** energia elettrica acquistata
- **23%** trasporto di merci acquistate e vendute
- **8%** prodotti confezionamento
- **5%** prodotti enologici e di campo
- **52%** emissioni indirette da altre fonti (materie prime: uva, mosto, vino)

Il **calcolo** con **Ita.Ca®** mette in evidenza le attività della filiera che producono maggiori emissioni di CO_2 e le attività che rivelano percentuali minori.

Nota degna di merito è la collaborazione con alcuni **fornitori di packaging altamente sostenibili.** In particolare, l'utilizzo di **tappi in sughero riciclato** Amorim Cork Italia, ha consentito a Conti degli Azzoni una ulteriore diminuzione delle emissioni indirette dovute alla voce "prodotti di confezionamento" in quanto questi tappi certificati sono capaci di assorbire CO_2.

CERTIFICATE

CO OPERATION

We hereby certify that

AZ.AGR.DEGLI AZZONI AVOGADRO CARRADORI SS

based on the CO_2-balance studies carried out by PricewaterhouseCoopers and / or EY available at www.amorim.com/en/sustainability/studies has contributed to the sequestration of up to 12,1 tonnes of CO_2 through its purchase and utilisation of cork stoppers during the twelve month period from 1st January to 31st December 2020.

12,1

tonnes of CO_2 sequestered

AMORIM CORK

Energia

Energia elettrica, metano e gasolio rappresentano le componenti dei consumi energetici aziendali.

L'energia elettrica (16%, di cui 2% da **fotovoltaico**) è impiegata per l'illuminazione, la climatizzazione estiva degli edifici, il funzionamento degli impianti di refrigerazione e di trasformazione nella vinificazione e nell'imbottigliamento.

Il metano (6%) è utilizzato per il riscaldamento degli ambienti di lavoro, per la produzione di acqua calda e per altri processi minori.

Il gasolio (76%) viene usato per la movimentazione del parco mezzi, in particolare nella movimentazione per la coltivazione diretta e per la logistica.

CONSUMI DI ENERGIA PER FONTI (GJ)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Elettrica	764	707	829	+17%
Metano	343	275	327	+19%
Gasolio	5.148	4.334	4.062	-6%
Fotovoltaico	87	94	103	+9%
TOTALE	**6.342**	**5.411**	**5.321**	**-2%**

Analizzando i consumi di energia per attività primarie emerge che **l'irrigazione, la coltura diretta dei campi con trattrici e le relative attività di officina** incidono in maniera rilevante sulla distribuzione dei consumi energetici con l'88%. Le attività di **cantina** incidono per il 10% sul consumo energetico totale; Le attività di **ufficio** influiscono per il 2%. Le percentuali sono essenzialmente stabili negli anni.

CONSUMI ENERGETICI PER ATTIVITÀ PRIMARIE (GJ)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Campagna	5.733	4.867	4.686	-4%
Cantina	469	444	510	+15%
Uffici	139	100	125	24%
TOTALE	**6.342**	**5.411**	**5.321**	**-2%**

Acqua

L'attività agricola dell'azienda su superfici estese rende il consumo di acqua un aspetto rilevante nella gestione ambientale.
Il 98% circa del consumo idrico è generato dall'irrigazione dei campi agricoli. La restante parte è suddivisa nelle attività di cantina e, in misura trascurabile, nelle attività d'uso civili.

CONSUMI IDRICI PER DESTINAZIONE (mc)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Acque civili	89	50	29	-42%
Acque di irrigazione	107.000	143.630	167.174	+16%
Acque di processo	3.448	3.449	3.277	-5%
TOTALE	**110.537**	**147.128**	**170.480**	**+16%**

Nel 2020 si rileva un maggior utilizzo delle acque derivate da pozzo, con un incremento delle quantità di circa il 16% rispetto al 2019. Due i motivi principali: la minore piovosità verificatasi nell'arco dell'anno e il prelievo esclusivo da pozzo e non anche da fiume, come negli anni precedenti.

CONSUMI IDRICI PER FONTE (mc)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Laghi, fiumi, fossi	22.000	-	-	-
Pozzo	85.000	143.630	167.174	+16%
Acquedotto	3.537	3.498	3.306	-5%
TOTALE	**110.537**	**147.128**	**170.480**	**+16%**

Le acque di irrigazione sono utilizzate quasi esclusivamente per le colture a seminativi a conduzione biologica e convenzionale. L'acqua prelevata da acquedotto è sostanzialmente utilizzata come acqua di processo (imbottigliamento e lavaggio dei mezzi agricoli) e per uso civile negli uffici. Si riporta anche una ripartizione dei consumi per attività primarie dell'azienda.

CONSUMI IDRICI PER ATTIVITÀ PRIMARIE (mc)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Campagna	107.493	143.946	167.320	+16%
Cantina (Imbottigliamento)	2.955	3.132	3.131	-
Uffici	89	50	29	-42%
TOTALE	**110.537**	**147.128**	**170.480**	**+16%**

Materie prime e imballaggi

L'approvvigionamento di materie prime avviene quasi esclusivamente da fornitori italiani, in particolare marchigiani, in questo modo si riducono le emissioni legate al trasposto e si incrementa l'indotto nel paese.
Una particolare attenzione viene posta dall'azienda ai fornitori più virtuosi che condividono ed implementano un approccio sostenibile nello svolgimento delle loro attività.
In particolare:

» *Amorim Cork Italia*, filiale italiana del Gruppo Amorim, azienda produttrice di tappi in sughero, certificati per la quantità di CO_2 assorbita e utilizzati da Conti degli Azzoni.
» *Gicherstampa*, azienda produttrice di etichette, partner di C4 Recycling, utilizza il servizio di riciclaggio Release Liner Recycling invece della discarica o l'incenerimento, riciclando in modo sostenibile e creando risparmi sia economici che ecologici (con l'abbattimento di CO_2).

MATERIALE DA IMBALLAGGI (t)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Vetro	93	86	75	-13%
Cartone	27	30	31	+5%
Plastica	6	4	3	-33%
TOTALE	**127**	**120**	**109**	**-9%**

Rifiuti

Le attività aziendali principalmente coinvolte nella generazione di rifiuti sono quelle relative all'attività di vinificazione, a quelle di produzione agricola, all'officina (con la manutenzione di tutti i mezzi meccanici aziendali) e alle attività di ufficio.
La plastica di scarto, così come vetro e cartone, sono assimilabili ai rifiuti urbani del Comune di Montefano. Essi vengono raccolti e differenziati secondo le direttive dell'azienda partecipata del Comune che si occupa dello smaltimento di tali rifiuti.
Sono generati anche rifiuti speciali che, come da norme vigenti, una volta prodotti, vengono annotati su appositi registri, divisi tra pericolosi e non pericolosi, stoccati in magazzino e smaltiti, almeno una volta l'anno, da aziende specializzate nel trasporto, nel recupero e nello smaltimento.

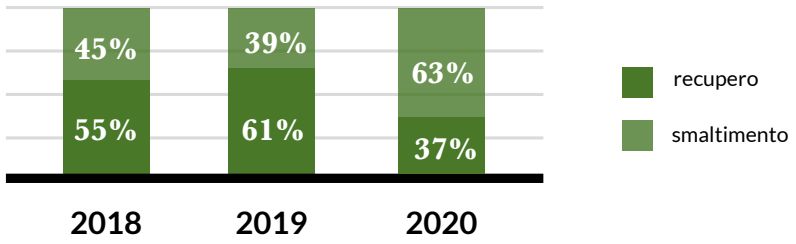
TIPOLOGIA RIFIUTI (Kg)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Pericolosi	2.530	1.178	8.660	+86%
Non pericolosi	2.155	2.462	3.250	+24%
TOTALE	**4.685**	**3.640**	**11.910**	**+69%**

È evidente nel 2020 un notevole aumento della produzione dei rifiuti in generale. In particolare, il forte incremento dei rifiuti pericolosi è dovuto alla produzione straordinaria di 7.400kg di fanghi derivanti dalla pulizia dei tombini di decantazione degli scarichi idrici della cantina.

DESTINAZIONE RIFIUTI (Kg)	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Recupero	2.607	2.237	4.375	+96%
Smaltimento	2.078	1.404	7.535	+437%
TOTALE	**4.685**	**3.640**	**11.910**	**+227%**

Nel 2020 si rileva un notevole incremento dei rifiuti destinati a recupero rispetto al 2019. Come anticipato, lo smaltimento straordinario dei fanghi accumulatisi nei tombini di decantazione degli scarichi idrici della cantina provoca un forte variazione nel 2020 rispetto all'anno precedente.

COMPOSIZIONE PER DESTINAZIONE



Investimenti ambientali

Nel suo percorso di sostenibilità, Conti degli Azzoni ha investito molto nella tutela e nella salvaguardia ambientale: dall'impianto fotovoltaico dal quale l'azienda si approvvigiona in parte ad un nuovo impianto di refrigerazione di ultima generazione che garantisce maggiore sostenibilità al processo produttivo (minor consumo di energia e minore impiego di gar inquinanti).
Per la tutela della biodiveristà nei propri suoli, l'azienda ha implementato negli anni il protocollo **BiodiversityPASS®**, di cui si è ampiamente parlato nel capitolo dedicato.
Con l'adesione a **Life Vitisom**, invece, l'azienda ha investito oltre che nella fattibilità del progetto vero e proprio (acquisto di matrici organiche, realizzazione di indagini analitiche mirate, consulenza di professionisti del settore), anche nella divulgazione e nella diffusione dei temi della gestione sostenibile del suolo in viticultura, attraverso eventi e comunicazione dedicati. Nel 2020, in particolare, l'azienda ha acquistato il carro spargi-letame, prototipo utilizzato durante il periodo di progetto per la concimazione e distribuzione a rateo variabile delle matrici organiche.

ANNO	AMBITO AZIENDALE	TIPO DI INVESTIMENTO	EURO (senza IVA)
2010	cantina	Impianto fotovoltaico	115.200
2014	vigneto	Progetto BiodiversityPASS®	2.000
2015	vigneto	Progetto BiodiversityPASS®	1.000
2015	agricoltura	Trattrice Claas Nexos 230F (BM 434 V), FASE III	32.730
2015	agricoltura	Trattrice Challenger New Holland MT765D AGCO (BM 147 D), FASE III	200.000
2015	agricoltura	Trattrice New Holland T7 245 (BP 661F), FASE IV	100.000
2016	vigneto	Progetto BiodiversityPASS® (mantenimento)	1.000
2017	agricoltura	Trattice New Holland T4 100 (BP 364 Y), FASE III B	41.000
2017	agricoltura	Trattrice New Holland T5 (BR 548 G), FASE III B	35.000
2017	vigneto	Progetto BiodiversityPASS®	1.000
2018	vigneto	Progetto BiodiversityPASS®	1.000
2018	vigneto	Progetto LIFE VITISOM (matrici organiche, eventi e comunicazione, analisi, trasporti e professionisti)	11.300
2018	cantina	Nuovo impianto di refrigerazione per il controllo della temperatura di fermentazione e per la stabilizzazione dei vini	37.000
2019	vigneto	Progetto BiodiversityPASS®	3.200
2020	agricoltura	Carro Spargi-letame (LIFEVITISOM)	18.300
2020	vigneto	Progetto BiodiversityPASS®	3.000
TOTALE			**602.732**

08

IL VALORE AGGIUNTO

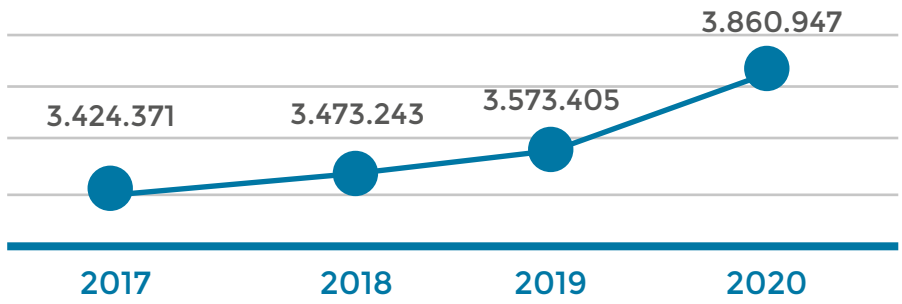
Valore generato e distribuito

Il bilancio di sostenibilità vuole rappresentare l'intera realtà Conti degli Azzoni delle Marche, per questo motivo tutte le informazioni riportate in questo documento sono la sintesi dei dati dell'**azienda agraria degli Azzoni Avogadro Carradori s.s. società agricola e dell'azienda Bio degli Azzoni s.s. società agricola.**

Entrambe sono società di persone e come tali non hanno l'obbligo del deposito del bilancio d'esercizio, ma per una oculata gestione questo viene comunque redatto a sostegno delle decisioni aziendali da parte dei soci. Essendo entrambe società semplici i redditi sono tassati in capo ai soci.

In questa sede, per meglio rappresentare l'ammontare di ricchezza economica prodotta e distribuita tra gli stakeholder, si è deciso di aggregare i risultati economici di entrambe le società e di compensare le partite intrasocietarie tra le due, creando un unico prospetto.
Il risultato è che nel 2020 Conti degli Azzoni ha realizzato ricavi complessivi pari a circa 3,9 milioni di euro (+300 mila euro rispetto al 2019), pari alla somma dei ricavi delle due società esclusi quelli generati dai rapporti tra le due.

TREND RICAVI COMPLESSIVI



I ricavi complessivi sono composti dai ricavi di vendita di vino, prodotti agricoli e altri prodotti venduti nel punto vendita aziendale (88,4%), da contributi AGEA-Agenzia per Erogazioni in Agricoltura stanziati dall'Unione Europea per la produzione agricola dei Paese della Comunità (8,3%) e per la parte residuale da ricavi di gestione extra caratteristica (3,3%).

	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Fatturato	3.090.417	3.224.637	3.411.392	+6%
Contributi AGEA	263.854	249.151	322.360	+29%
Contributi GSE	15.372	14.976	18.655	+25%
Altri ricavi e proventi	103.934	90.760	108.540	+28%
Ricavi complessivi	**3.473.576**	**3.579.524**	**3.860.947**	**+8%**

Il valore aggiunto

Sottraendo dai ricavi i costi operativi si determina il Valore Aggiunto Globale generato dall'azienda nel 2020 che è pari a 2,2 milioni di euro (il 58% dei ricavi complessivi), e distribuito ai vari stakeholder come segue:

» **Risorse Umane (46,7%):** tale voce comprende ogni forma di remunerazione erogata a fronte dell'attività lavorativa svolta dai dipendenti, inclusi gli oneri di utilità sociale sostenuti dall'azienda, i pasti e soggiorni e la formazione.

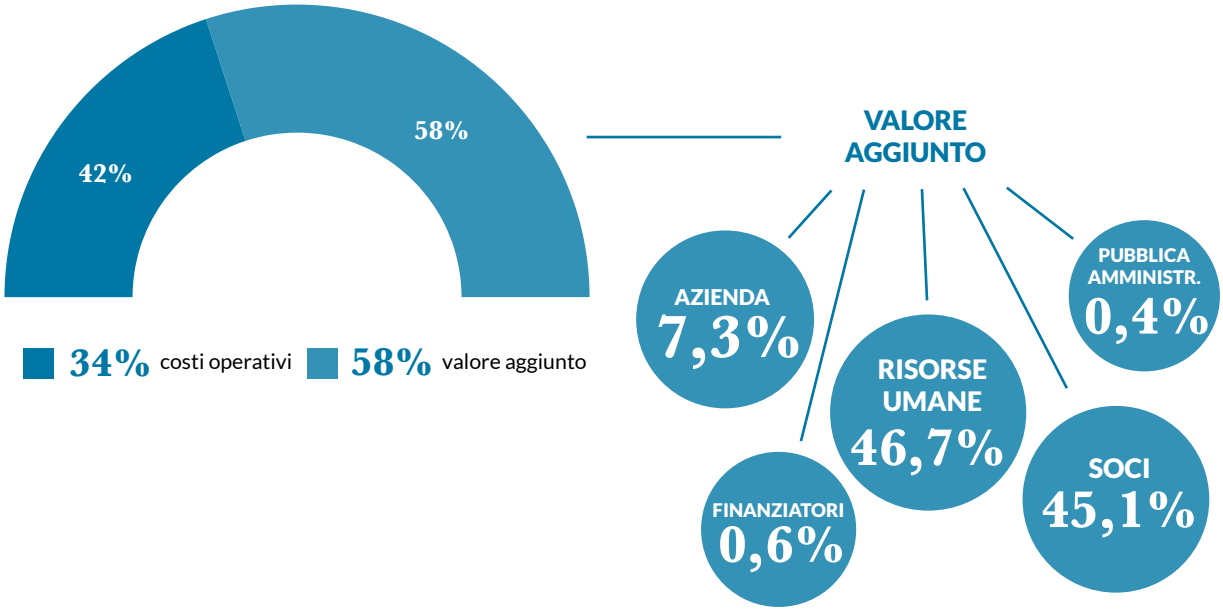
» **Soci (45,1%):** rientrano in questa voce gli utili generati dall'azienda e distribuiti ai soci al lordo delle imposte personali.

» **Finanziatori (0,6%):** tale voce rappresenta la remunerazione del capitale di credito concesso da finanziatori terzi sottoforma di interessi passivi.

» **Pubblica amministrazione (0,4%):** ammontare delle imposte dirette e indirette dovute agli Enti della Pubblica Amministrazione.

» **Azienda (7,3%):** valore trattenuto in azienda attraverso gli ammortamenti.

	2018	2019	2020	VARIAZIONE % 2019/2020
Ricavi complessivi	3.473.576	3.579.524	3.861.643	+8%
Costi operativi	(1.733.661)	(1.850.685)	1.625.067	-12%
VALORE AGGIUNTO CREATO	**1.739.914**	**1.728.839**	**2.236.575**	**+29%**
Remunerazione delle risorse umane	(1.153.455)	(1.141.491)	1.043.614	-9%
Remunerazione dei soci	(381.059)	(405.039)	1.008.578	+149%
Remunerazione dei finanziatori	(11.138)	(4.186)	7.847	+200%
Remunerazione della pubblica amministrazione	(8.026)	(10.176)	12.560	-23%
VALORE AGGIUNTO DISTRIBUITO	**1.553.678**	**1.560.893**	**2.072.599**	**+8%**
VALORE AGGIUNTO TRATTENUTO IN AZIENDA	**186.236**	**167.947**	**163.976**	**-12%**



Nota metodologica

Nella stesura di questo documento ha partecipato un team di lavoro composto da persone interne ed esterne all'azienda che ha seguito principi e linee guida riconosciuti a livello nazionale ed internazionale.

Esterni

PATRIZIA CAMILLETTI
Network Advisory

MONICA MAURINO
Network Advisory

PIERLUIGI DONNA
Sata Studio Agronomico

STEFANO DONARINI
Multimedia

Interni

GIANFRANCO CANULLO

BEATRICE ACCATTOLI

SAVERIO ILLUMINATI

Anche questa quarta edizone del Bilancio di Sostenibilità di Conti degli Azzoni è stata realizzata grazie al supporto di un team composto da tecnici sia interni che esterni all'azienda, ognuno con funzioni specifiche:

- **Network Advisory** per la progettazione e realizzazione del documento,
- **Studio Agronomico Sata** per il calcolo della carbon footprint e l'implementazione delle buone pratiche ambientali sui vigneti;
- **Gruppo di lavoro interno all'azienda** per la raccolta dei dati e l'individuazione degli indicatori chiave.

Le linee strategiche sono state definite dalla proprietà.

I dati e le informazioni contenute all'interno del Bilancio di Sostenibilità si riferiscono, salvo diverse indicazioni, all'azienda Agraria degli Azzoni Avogadro Carradori s.s. società agricola e all' Bio degli Azzoni s.s. società agricola.
Il documento vuole rappresentare la realtà Conti degli Azzoni nel suo complesso.
Partendo dalla descrizione dell'identità aziendale e illustrando le origini della famiglia, **rendiconta i risultati di gestione del periodo di riferimento suddivisi nei tre ambiti fondamentali della sostenibilità** (ambientale, sociale ed economico) per poi dichiarare gli obiettivi che intende perseguire in futuro.

Questo Bilancio di Sostenibilità fa riferimento all'esercizio 2020, anche se quando possibile sono stati inseriti dati e informazioni di anni precedenti per poter effettuare delle comparazioni e quindi delle analisi.

Riferimenti per il Bilancio di Sostenibilità

LINEE GUIDA DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)
per misurare le performance economiche, sociali e ambientali dell'organizzazione.
www.globalreporting.org

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS, SDGS
per individuare gli obiettivi di sviluppo sostenibile globali da raggiungere entro il 2030.
www.un.org/sustainabledevelopment

PROTOCOLLO ITA.CA ITALIAN WINE CARBON CALCULATOR
per calcolare le emissioni di gas ad effetto serra e del consumo di acqua per il settore vitivinicolo italiano.
www.agronomisata.it/impronta-carbonica

SUPPORTO METODOLOGICO

Network Advisory Srl

www.networkadvisory.eu

SUPPORTO TECNICO IMPRONTA CARBONICA E BIODIVERSITYPASS®

Studio Agronomico Sata

www.agronomisata.it

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE

Dream Advertising s.n.c.

www.dreamadv.it

FOTO AEREE

Gianfranco Canullo e Monica Maurino

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

MultiMedia Srl

www.multimediamilano.it

STAMPA

Pigini Group Printing Division

www.piginigroup.com

CONTI
DEGLI AZZONI

Azienda Agraria degli Azzoni Avogadro Carradori s.s. soc. agr.
Corso Carradori, 13 - 62010 Montefano (MC)
www.degliazzoni.it - info@degliazzoni.it