



LIBRANDI

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2021



*“La Calabria racchiude in sé un mondo di
incomparabile bellezza.*

*Da questo paesaggio unico noi Librandi traiamo da
sempre ispirazione per incarnare la tradizione
enologica di una zona storicamente vocata alla
coltivazione della vite.*

*Mossi da questo interesse, abbiamo scelto di
tradurre in maniera oggettiva quella che da sempre
è la filosofia aziendale mediante l'adozione dello
standard Equalitas.”*

Famiglia Librandi

LA CERTIFICAZIONE EQUALITAS STANDARD SOPD - OS



10 giugno 2021

In data 10-06-2021 Librandi ha ottenuto la Certificazione EQUALITAS. Il percorso di certificazione ha interessato, nello specifico, le seguenti “buone pratiche”:

- la **lavorazione**, coinvolgendo quindi le fasi di vinificazione, imbottigliamento e il lavoro sul packaging dei prodotti;
- buone pratiche **sociali** ed **economiche**, che hanno coinvolto sia i lavoratori sia gli stakeholder con cui l’azienda si interfaccia giornalmente;
- La **comunicazione** in tutte le sue declinazioni, tra cui anche la redazione del primo bilancio di sostenibilità 2020.”

“Si tratta di un punto di inizio, l’avvio di un percorso nella consapevolezza che gli importanti impegni assunti e gli obiettivi che ci siamo prefissati saranno raggiungibili solo grazie all’impegno di tutti, mossi dal comune desiderio e responsabilità di voler realizzare un mondo più sostenibile da consegnare alle future generazioni.”

Famiglia Librandi



Certificato n. CC_3E_2021_026
Certificate n.

Si certifica che il sistema di gestione della sostenibilità di
We hereby certify that the sustainability management system operated by

Librandi Antonio Nicodemo S.p.A.
S.S. 106 Jonica, 88811 - CIRÒ MARINA (KR)

Tipologia di azienda: [E] Cantina, Imbottigliatore, Condizionatore (Trasformazione, Confezionamento)

Unità operative / operative units:
S.S. 106 Jonica, 88811 Cirò Marina (KR)

È conforme allo Standard
Is in compliance with the standard

EQUALITAS- Standard SOPD
MODULO “Organizzazione Sostenibile -OS”
Rev. 03 del 01/04/2020

Per le seguenti attività
For the following activities


Produzione e affinamento di vini bianchi, rossi e rosati, tranquilli e
spumanti e confezionamento in bottiglie di vetro e Bag in Box.

Esclusioni: nessuna
Indicatori ambientali valutati: nessuno.

This certificate remains the property of: Valoritalia S.r.l., Via Venti Settembre 98/G- 00187 Roma [info@valoritalia.it - www.valoritalia.it]
Il presente certificato è soggetto al rispetto del regolamento Valoritalia. La validità del Presente certificato è subordinata a sorveglianza periodica e rinnovo triennale.
This certificate will satisfy the requirements established by Valoritalia. The validity of this certificate depends on periodic surveillance and renewal every three years.

Prima emissione: 10/06/2021
First issue
Emissione corrente: 10/06/2021
Current issue
Scadenza: 09/06/2024
Expiry date

Il Direttore Generale Valoritalia
The General Manager of Valoritalia



Giuseppe Librandi

Valoritalia: Via Venti Settembre, 98/G
00187 Roma
info@valoritalia.it - www.valoritalia.it

CSQA: Via San Costantino, 74
30016 Thiene (VI)
csqa@csqa.it - www.csqa.it

LA CERTIFICAZIONE EQUALITAS STANDARD SOPD - OS

10 giugno 2021

“Nota per il suo costante impegno sul tema della ricerca in ambito vitivinicolo, ricoprendo negli anni un ruolo da protagonista nella riscoperta di vitigni autoctoni ormai dimenticati o perduti, l’azienda Librandi ha fatto, da sempre, del tema della sostenibilità un argomento di centrale importanza.

*Questo impegno sociale, economico ed ambientale, ora consolidato nelle buone pratiche definite dalla certificazione **Equalitas**, è una linea guida chiave della nostra azienda ed è per noi fonte di stimolo per un continuo miglioramento interno e del territorio.”*

Il Responsabile Qualità e Sostenibilità (RQ)



Certificato n. CC_3E_2021_026
Certificate n.

Si certifica che il sistema di gestione della sostenibilità di
We hereby certify that the sustainability management system operated by

Librandi Antonio Nicodemo S.p.A.
S.S. 106 Jonica, 88811 - CIRÒ MARINA (KR)

Tipologia di azienda: [E] Cantina, Imbottigliatore, Condizionatore (Trasformazione, Confezionamento)

Unità operative / operative units:
S.S. 106 Jonica, 88811 Cirò Marina (KR)

È conforme allo Standard
Is in compliance with the standard

EQUALITAS- Standard SOPD
MODULO “Organizzazione Sostenibile -OS”
Rev. 03 del 01/04/2020

Per le seguenti attività
For the following activities

Produzione e affinamento di vini bianchi, rossi e rosati, tranquilli e
spumanti e confezionamento in bottiglie di vetro e Bag in Box.

Esclusioni: nessuna
Indicatori ambientali valutati: nessuno.

This certificate remains the property of: Valoritalia S.r.l., Via Venti Settembre 98/G- 00187 Roma [info@valoritalia.it - www.valoritalia.it]
Il presente certificato è soggetto al rispetto del regolamento Valoritalia. La validità del Presente certificato è subordinata a sorveglianza periodica e rinnovo triennale.
This certificate will satisfy the requirements established by Valoritalia. The validity of this certificate depends on periodic surveillance and renewal every three years.

Prima emissione: 10/06/2021
First issue
Emissione corrente: 10/06/2021
Current issue
Scadenza: 09/06/2024
Expiry date

Il Direttore Generale Valoritalia
The General Manager of Valoritalia

Giuseppe Liberatori

IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

AZIENDA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ TERRITORIO CALABRIA AUTENTICA

Racchiusa tra due mari, la Calabria offre un paesaggio mutevole e senza eguali, dalle cime impervie e i boschi rigogliosi nell'entroterra, fino alle chiare spiagge delle sue coste.

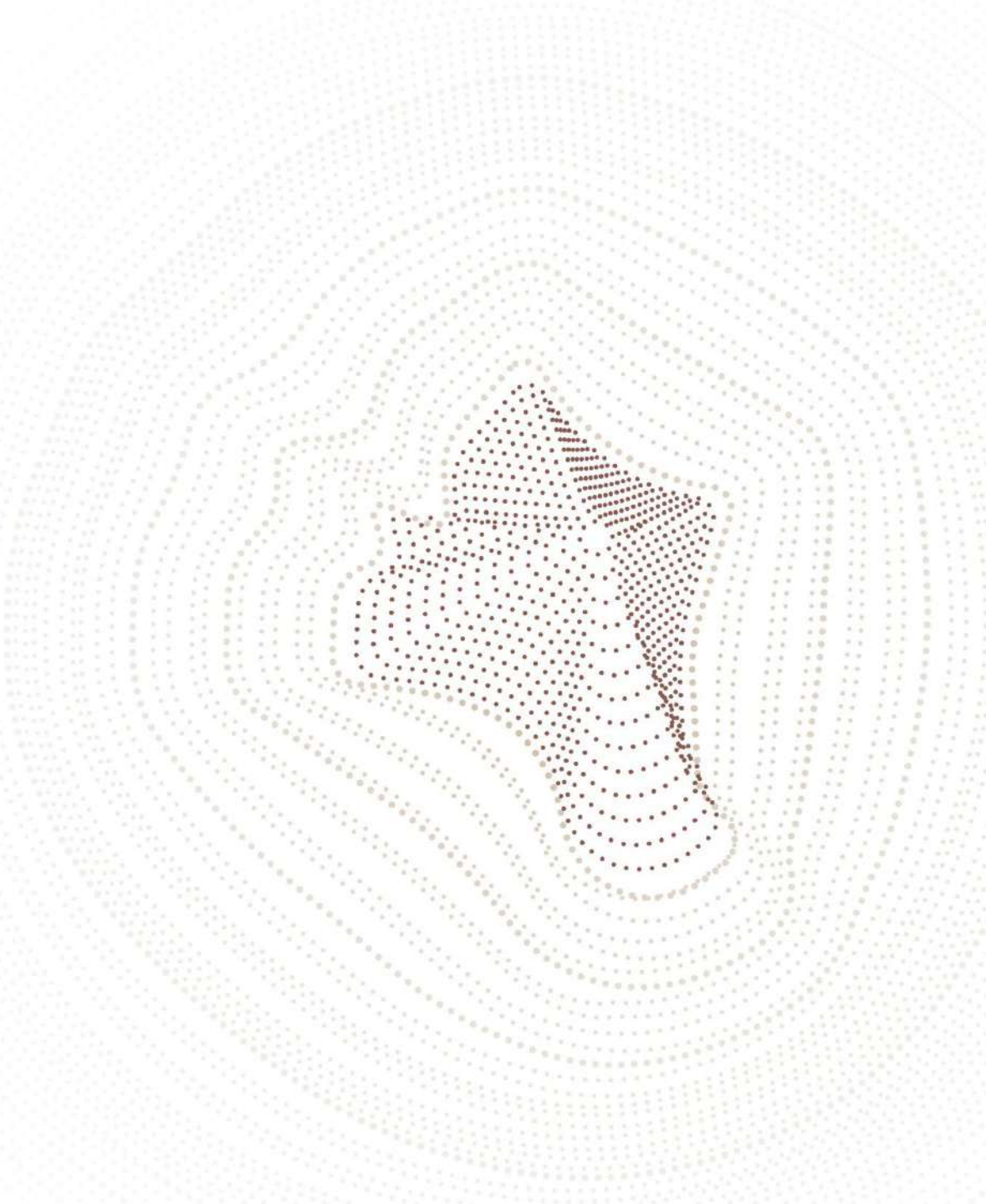
Librandi da sempre crede nel potenziale enologico e naturalistico della Calabria, terra autentica e rigogliosa che già i Greci, nel mondo antico, identificarono come "Enotria Tellus", ossia "**Terra del Vino**".



IDENTITÀ TERRITORIO DOC CIRÒ

Cirò rappresenta la storia e l'anima della vite e del vino in Calabria.

Pianure e colline a ridosso del mare si frammentano in una grande varietà di sottozone, ognuna con il suo carattere e le sue peculiarità. Le varietà vinicole si sono adattate profondamente a queste terre che le hanno accolte per secoli dando in cambio uve e vini unici.



IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

AZIENDA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ FAMIGLIA

Librandi crede fermamente nel concetto di **"famiglia"**.

L'azienda è da sempre a conduzione esclusivamente familiare; una scelta importante che vede i Librandi impegnati in prima linea in tutte le attività dell'azienda con impegno e passione, dalla gestione dei vigneti alla commercializzazione.



IDENTITÀ FAMIGLIA

Il concetto di famiglia è esteso, in senso lato, a tutto il **capitale umano** aziendale.

L'obiettivo è da sempre quello di costruire e coltivare un ambiente di lavoro sano, fatto di confronto e crescita, garantendo ai propri collaboratori condizioni di lavoro favorevoli in cui esprimere il massimo potenziale.

"Una grande famiglia."



IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

AZIENDA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ AZIENDA IL GRUPPO AZIENDALE

Librandi Spa è parte di un complesso di aziende* interconnesse così costituito:

LIBRANDI SPA

Si occupa della produzione e commercializzazione di vini e olio, con una produzione annua di circa 2.500.000 bottiglie di cui il 45 % viene esportata e il 55% è destinata al mercato italiano.

*Gruppo di fatto



IDENTITÀ AZIENDA IL GRUPPO AZIENDALE

LIBRANDI SOCIETÀ AGRICOLA PA

Si occupa della gestione di circa 232 ettari di vigneto e 80 di uliveto con annesso frantoio. È il principale conferitore di uve della LIBRANDI SPA.

LIBRANDI SVILUPPO SOCIETÀ AGRICOLA A R.L.

Gestisce progetti di ricerca e sperimentazione oltre che le attività promozionali del Gruppo Librandi, come la realizzazione di attività di ricerca e sviluppo, la costituzione e gestione del MUSEO DEL VINO VI.TE.S e dei percorsi di trekking e ebike presso la Tenuta Rosaneti.



IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

AZIENDA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ SOSTENIBILITÀ

“La sostenibilità ambientale è una linea guida chiave della nostra azienda, da sempre attenta alla cura del territorio e alla salvaguardia della biodiversità.”

Librandi da sempre si è posto come obiettivo primario la **ricerca in ambito vitivinicolo**, ricoprendo un ruolo da protagonista nella **riscoperta di vitigni autoctoni ormai dimenticati o perduti**.



IDENTITÀ SOSTENIBILITÀ

L'obiettivo è quello di preservare e valorizzare la grande **biodiversità** regionale, soprattutto in ambito vitivinicolo.

Sul fronte della viticoltura, l'azienda è da sempre attenta all'uso di pesticidi e trattamenti. Ha adottato a pieno la lotta integrata ed ha un occhio attento alla viticoltura biologica.



IDENTITÀ SOSTENIBILITÀ

La cantina, infine, è munita di un vasto impianto fotovoltaico che provvede a circa il 25-30% del fabbisogno energetico dei macchinari, con un notevole risparmio energetico ed un conseguente basso impatto ambientale.

Forte è anche la tutela del lavoro e dei dipendenti. Librandi si avvale solo di viticoltori locali, tutelati a pieno sia dal punto di vista contrattuale che della formazione. Lo spirito è quello di una grande famiglia.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

CODICE ETICO

I TRE PILASTRI

OBIETTIVI

POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ CODICE ETICO MISSION

Librandi basa le sue fondamenta sull'origine intesa non come margine geografico ma come territorio, con tutte le sue tradizioni, la sua storia, i suoi costumi, la sua conformazione paesaggistica.

*“Le nostre **Tenute** vogliono simboleggiare il valore, l'impegno e il tempo che la famiglia ha dedicato al proprio lavoro, aprendo per prima la via a livelli di qualità nella viticoltura calabrese e nella ricerca, gettando le basi per lavori futuri.”*



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

CODICE ETICO

PRINCIPI GENERALI

- **Legalità** L'azienda opera nell'assoluto rispetto della legge e del Codice Etico da essa sottoscritto;
- **Non discriminazione** Librandi evita e ripudia ogni discriminazione e al contempo favorisce l'integrazione fra portatori di interesse;
- **Riservatezza** Si impegna ad assicurare la protezione e la riservatezza dei dati personali dei destinatari e dei portatori di interessi,;
- **Diligenza e lealtà** Il rapporto tra l'azienda ed i suoi dipendenti è fondato sulla reciproca fiducia. Librandi favorisce gli interessi comuni (crescita economica e tutela del lavoro) assicurando un ambiente di lavoro paritario e stimolante.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

CODICE ETICO

PRINCIPI CARATTERIZZANTI

Librandi ispira il proprio operato ai principi dello sviluppo sostenibile.

- **Impegno sociale e associazionismo**
- **Tutela della biodiversità**
- **Rispetto dell'ambiente**
- **Sostegno alla ricerca**

L'azienda è impegnata a contribuire attivamente al benessere sociale, alla protezione dell'ambiente e al progresso economico del territorio in cui opera.

L'obiettivo è perseguito mediante l'implementazione di un sistema di gestione della sostenibilità secondo tre pilastri.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

CODICE ETICO

I TRE PILASTRI

OBIETTIVI

POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ I TRE PILASTRI SOCIALE

Il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità passa per il **coinvolgimento attivo** dei dipendenti, dei fornitori e più in generale di tutti gli stakeholder, interni ed esterni, dell'azienda.

Ciò avviene mediante il rispetto e la comprensione delle normative, da quelle sulla sicurezza e salubrità del prodotto alla sicurezza sui luoghi di lavoro.

Nondimeno l'azienda si è da sempre dimostrata attenta al tessuto sociale territoriale, supportandolo con investimenti e attività di sponsorizzazione.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ I TRE PILASTRI AMBIENTALE

“Autenticità e diversità, sono questi i valori che vogliamo proteggere.”

Il rispetto dell'ambiente è la base di tutto. L'azienda si impegna a farlo seguendo due diversi approcci:

- **Proattivo**, con la scelta di macchinari all'avanguardia e di materie prime non impattanti nei consumi;
- **Correttivo**, valorizzando e premiando le buone pratiche, soprattutto quelle relative al conferimento delle uve, definendo degli standard di tutela che sono condizione necessaria per collaborare con l'azienda.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ I TRE PILASTRI ECONOMICO

Fondamentale è la capacità di mantenere la riproducibilità delle risorse garantendo al contempo **redditività** e giusta valorizzazione delle forniture.

La qualità del prodotto e dei processi non viene compromessa, anzi è valorizzata dalla scelta delle migliori procedure con il minore impatto sulle risorse ambientali.

Si ribadisce l'impegno verso i propri dipendenti, ai quali si garantisce la promozione di uno **standard di vita** dignitoso e di un **piano di crescita** nel tempo.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

CODICE ETICO

I TRE PILASTRI

OBIETTIVI

POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ OBIETTIVI

- Garantire l'applicazione dello **standard Equalitas**;
- Garantire ai propri dipendenti e partner condizioni che diano evidenza di uno standard di **crescita**, in termini di retribuzioni, equità delle stesse, livelli salariali, loro composizione, modifiche intervenute nel tempo compatibile con lo sviluppo economico dell'azienda stessa;
- Garantire ai produttori **assistenza** agronomica e supporto nelle scelte colturali, remunerazioni delle uve conferite in linea con un percorso di crescita continuo.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ OBIETTIVI

Stakeholder

- Dipendenti
- Fornitori
- Clienti
- Media
- Comunità

Obiettivi

- Formazione
- Ambiente di lavoro stimolante
- Equità nei trattamenti
- Solidità
- Adozione degli stessi principi
- Qualità del prodotto
- Correttezza
- Adozione degli stessi principi
- Qualità dell'operato
- Rispetto delle risorse
- Progetti collettivi

Strumenti

- Incontri e riunioni
- Coinvolgimento nella vita d'impresa
- Incontri commerciali
- Condizioni di vantaggio
- Controllo qualità
- Gestione dei reclami
- Post, comunicazione
- Promozione attività meritevoli
- Investimenti a sostegno delle iniziative sociali

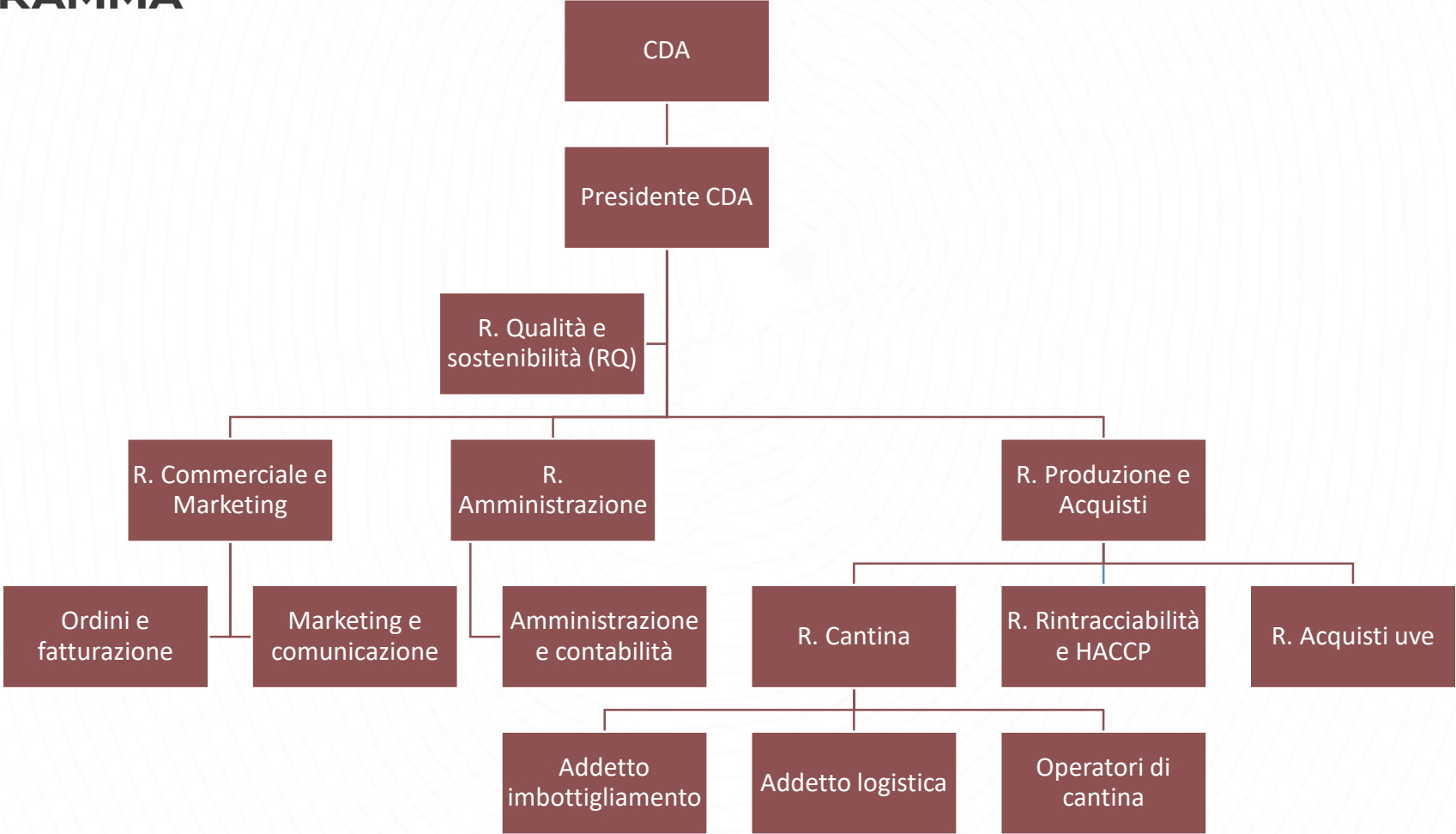
RELAZIONE SOCIALE

STAKEHOLDER

IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI SPECIFICI

**RELAZIONE SOCIALE
STAKEHOLDER
ORGANIGRAMMA**



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER DIPENDENTI

Librandi è ferma sostenitrice del fatto che la creazione di valore di lungo periodo sia strettamente connessa al valore del capitale umano.

L'investimento costante in **crescita** professionale e **formazione** è da sempre, e continua ad esserlo, uno degli obiettivi primari.

Il capitale umano aziendale è così distribuito:
M=21 F=7
e risiede totalmente nella provincia di Crotone.
Tutti i dipendenti stabili hanno un **contratto a tempo indeterminato**.

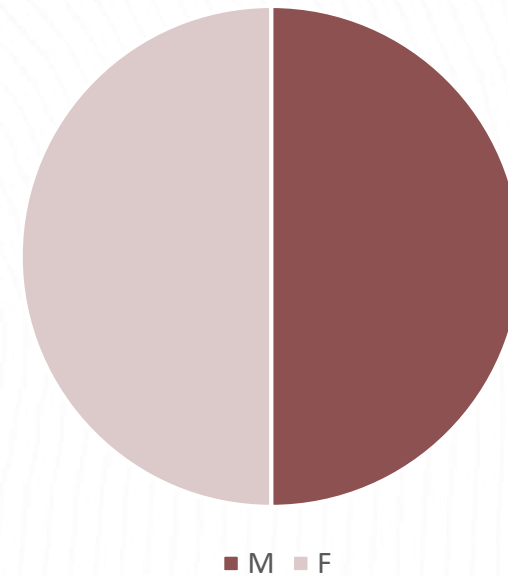


RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER DIPENDENTI

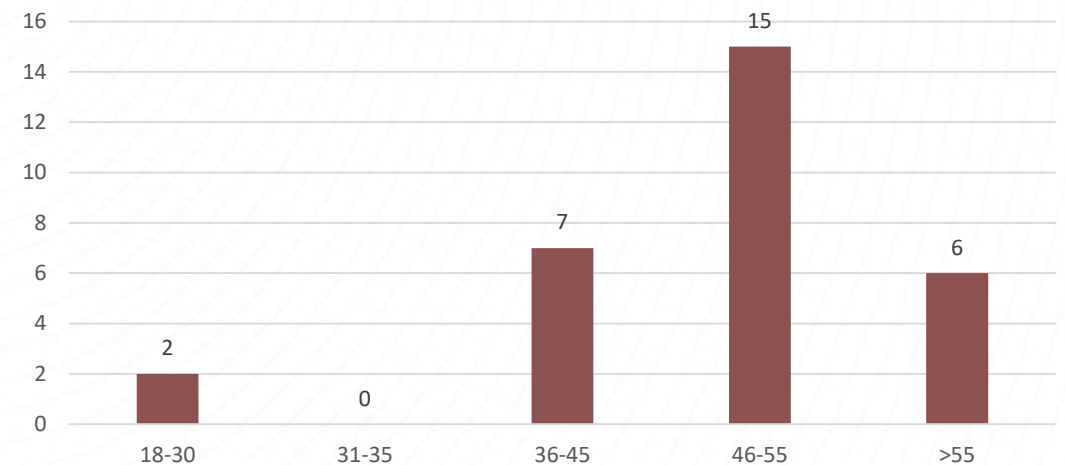
L'analisi del personale evidenzia una distribuzione di genere **equa** per la qualifica IMPIEGATO mentre vi è una motivata prevalenza maschile per la qualifica OPERAIO.

L'organizzazione monitora e verifica ogni anno il turnover dei dipendenti, Nel 2019 è stata assunta una nuova unità a tempo indeterminato. Nel 2022 è stata assunta una nuova unità con «contratto di sostituzione maternità». Non si sono registrate invece uscite, registrando un **turnover positivo**. Vista la tendenza conservativa del personale, la distribuzione per età è proiettata verso l'alto. Nel corso del biennio **2021-2022 è cresciuta la fascia di età 18-30** con l'assunzione di una nuova giovane unità.

Distr. genere "impiegati"



Fasce di età



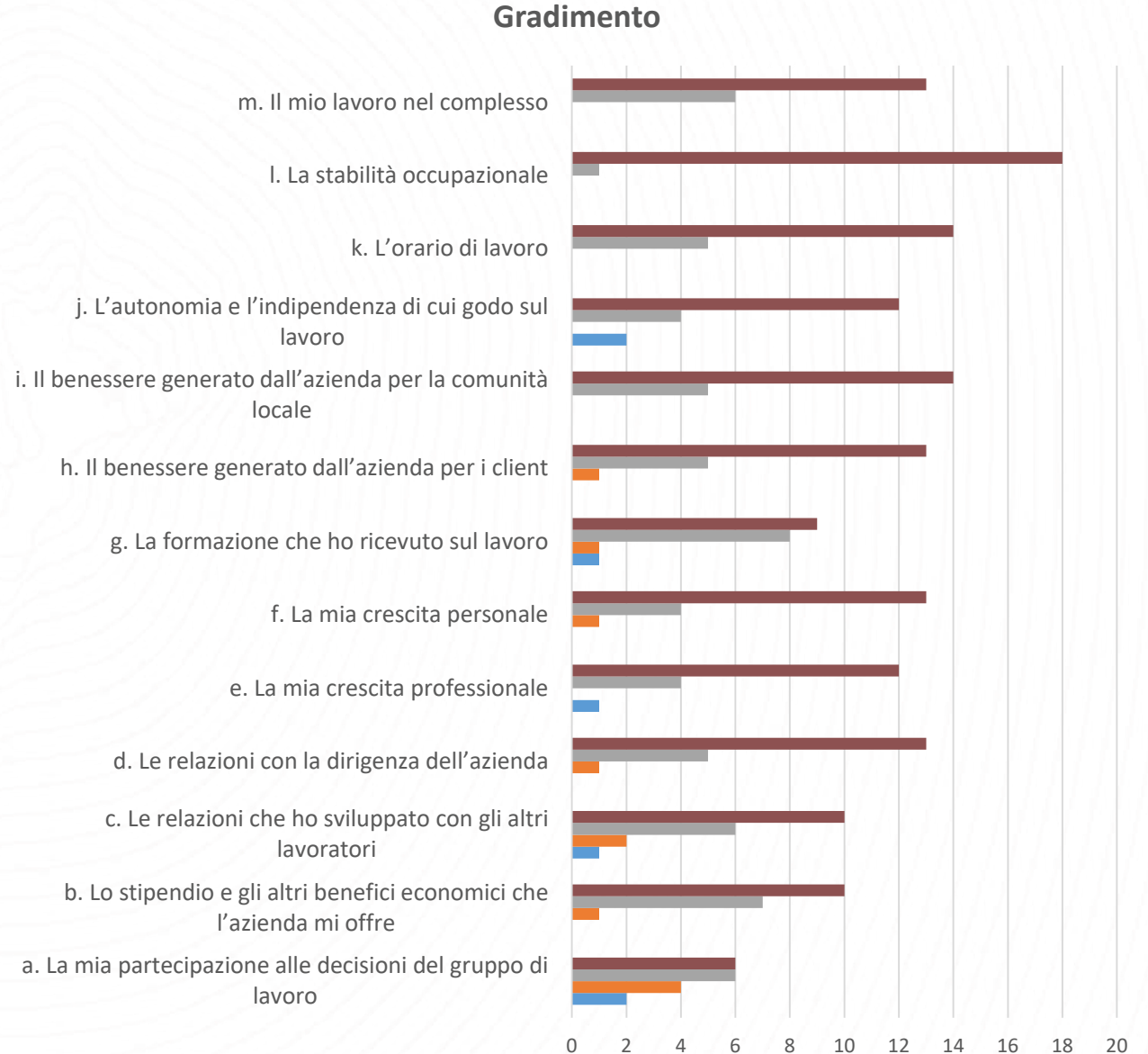
RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER DIPENDENTI

Da una rilevazione anonima di gradimento è emerso un riscontro **positivo** per i seguenti parametri:

- Stabilità occupazionale
- Orario di lavoro
- Gradimento della mansione
- Benessere generato dall'azienda
- Rapporto con i titolari
- Tempo libero dopo l'orario di lavoro

L'interesse dell'azienda è quello di mantenere e potenziare le aree di forza e intervenire sui punti di maggiore criticità.

L'azienda ha intenzione di verificare con ricorrenza il gradimento dei propri dipendenti così da poter intervenire in eventuali aree critiche.

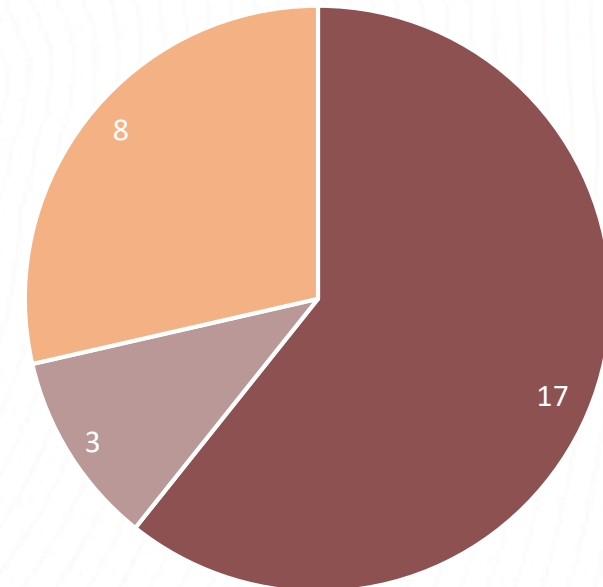


RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER FORNITORI

Librandi ritiene la selezione dei fornitori un elemento strategico, definendo una gestione degli stessi che tiene conto anche dei requisiti di sostenibilità. La scelta è dettata dalle seguenti ragioni:

1. Presenza di **certificazioni di sostenibilità** (ISO 14001, ISO 22000, BIO, FSC ecc.) e condivisione degli stessi principi e valori;
2. Vicinanza territoriale, sostegno della comunità locale e/o alti standard qualitativi non ravvisabili in altri fornitori, in assenza di certificazione.

Fornitori



■ Certificato ■ Non certificato, rivenditore di prodotti con certificazione ■ Non certificato

RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER CLIENTI

L'azienda attribuisce al cliente un ruolo primario nella sua strategia, ponendo la massima attenzione alla **qualità** e alla **sicurezza** del prodotto e del processo produttivo, garantiti dall'esperienza e dalla competenza del personale interno che da anni lavora in azienda, seguendo le regole e i comportamenti previsti dal manuale HACCP e dagli standard sulla sostenibilità della filiera vitivinicola.

Librandi segue direttamente le richieste della clientela mediante i canonici canali di comunicazione digitale e gestisce eventuali reclami provenienti dal mercato. Nel biennio 2021-2022 non è pervenuta alcuna segnalazione di rilievo.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER ASSOCIAZIONISMO I VIGNAIOLI DEL CIRÒ

Ogni anno, oltre alle uve provenienti dalle Tenute di proprietà, l'azienda si avvale di conferitori locali selezionati. Librandi ha infatti fondato l'associazione "I Vignaioli del Cirò", in un'ottica di crescita reciproca delle competenze e del livello qualitativo dei prodotti finali,

La funzione primaria è la condivisione degli scopi e la crescita professionale. Il tutto passa dalla sottoscrizione di un **accordo di conformità** ai principi di sviluppo sostenibile adottati dall'azienda.

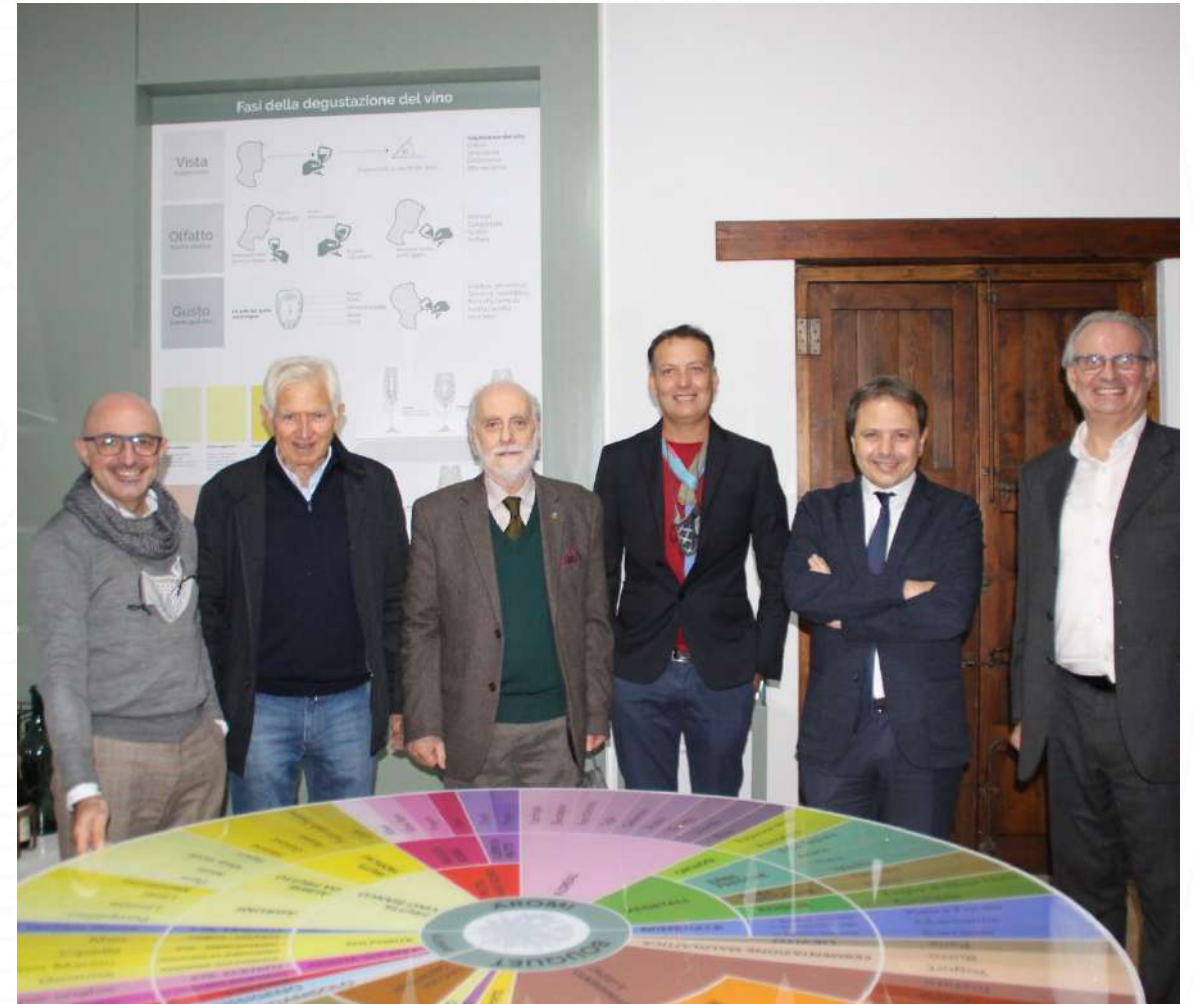
"L'amore per la nostra terra si traduce anche in un contributo all'economia locale."



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER ASSOCIAZIONISMO SUDHERITAGE

Il prof. Nicodemo Librandi è stato eletto Presidente di **SUDHERITAGE**, un'associazione che ha come mission quella di favorire la costruzione e valorizzazione di una rete di musei di impresa calabresi intesi come luoghi di produzioni locali e al contempo luoghi di sperimentazione e connessione tra imprese, territori, comunità, scuole nonché di attrazione di nuove forme di turismo evoluto.

SUDHERITAGE si propone dunque come interlocutore per le istituzioni per progettare e costruire azioni mirate e strutturali per la promozione e diffusione della rete dei musei di impresa e di tutte le connessioni e sinergie con gli altri attrattori territoriali.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER ASSOCIAZIONISMO SUDHERITAGE

Otto i soci fondatori di questa iniziativa: Amarelli, Callipo, Gias Spa, Lanificio Leo, **Librandi**, Museo del Bergamotto, Rubbettino e Terme Caronte.

Un'associazione che affonda le sue radici in una terra ricca di potenziale ancora in parte inesplorato. "La Calabria – racconta Nicodemo Librandi - a differenza di quanto farebbero pensare antichi e nuovi stereotipi, dispone di una cultura del lavoro diffusa e di un profilo manifatturiero e agroalimentare che va sicuramente rivalutato e che può divenire medium per un rilancio anche di altri settori."

L'iniziativa ha trovato seguito presso le principali testate di settore, come Corriere Economia, Italia a Tavola, Civiltà del bere ecc.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER COMUNITÀ

L'azienda si dimostra da sempre aperta e attenta alle esigenze delle collettività. Il personale dell'azienda è a disposizione per raccogliere istanze ed esigenze dei cittadini e cerca di incentivare iniziative volte ad una crescita economico-culturale del tessuto sociale.

Nessuna segnalazione importante è mai pervenuta all'azienda dai cittadini del comune di Cirò Marina (KR) ne dai vicini centri di interesse.

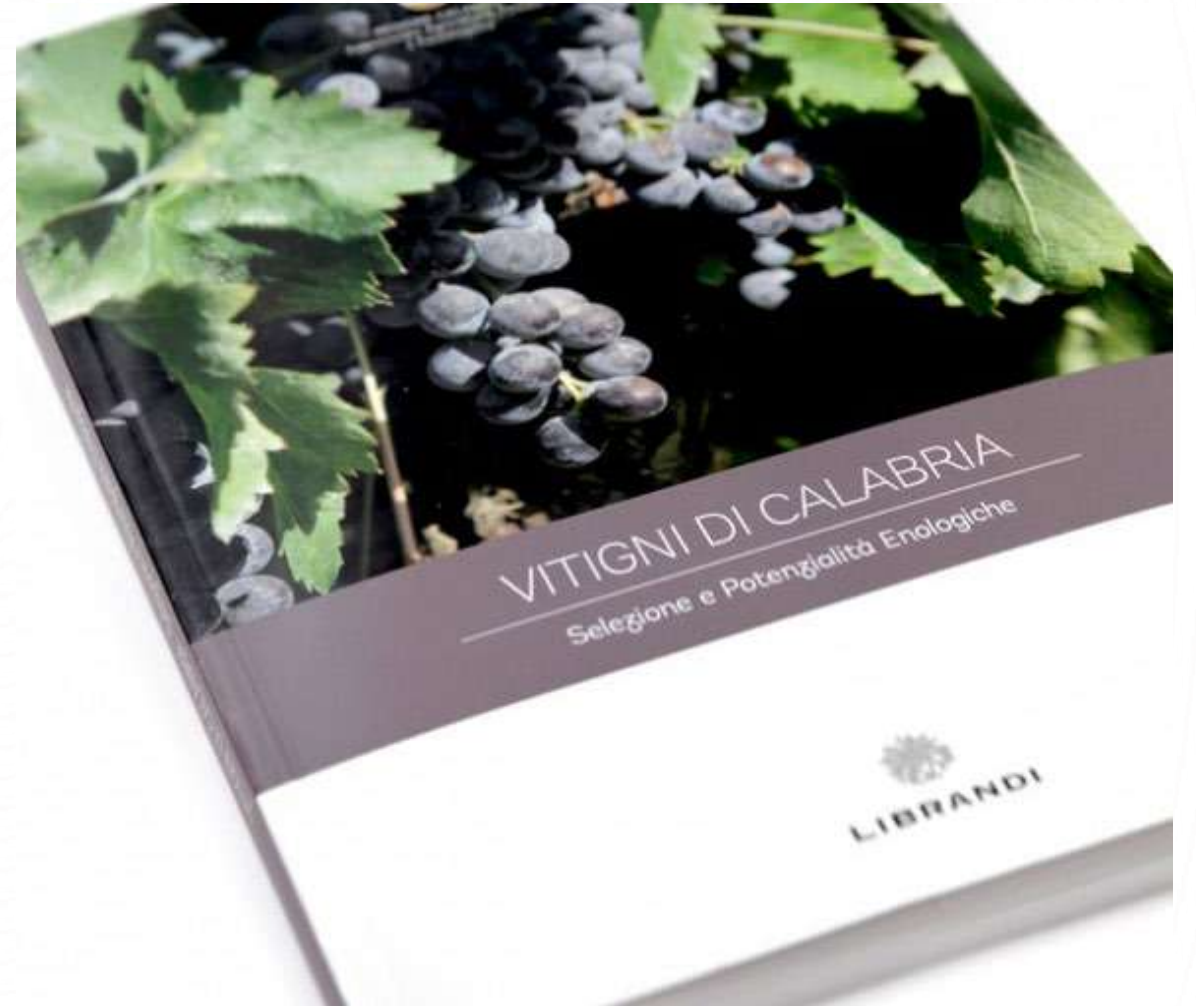
“Il nostro più profondo desiderio è quello di diffondere la conoscenza del patrimonio vitivinicolo calabrese, così ricco di storia, tradizioni e unicità.”



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER COMUNITÀ

Librandi è da sempre attenta alla promozione e sponsorizzazione di iniziative a carattere culturale (eventi de “Le donne del vino”, “Premio letterario Caccuri” ecc.) e sportivo (“ Club velico di Crotona”, squadre di calcio e tennis club del territorio).

Forte è anche la partecipazione e/o direzione di progetti di ricerca con Università e centri di ricerca nazionali. Nell’ultimo decennio sono state realizzate 8 pubblicazioni scientifiche volte alla classificazione e valorizzazione dei vitigni autoctoni regionali.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER RICERCA E CULTURA

L'impegno pluridecennale dell'azienda nel settore della ricerca e della valorizzazione dei vitigni autoctoni è stato di recente premiato.

L'Università degli studi Mediterranea di Reggio Calabria ha conferito il **dottorato di ricerca honoris causa in Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali** a **Nicodemo Librandi**, già Dottore e Professore in Matematica, per i meriti acquisiti e per le competenze maturate nel settore della vitivinicoltura.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER RICERCA E CULTURA

"Per la sua instancabile attività di ricerca e innovazione nel settore della vitivinicoltura, per aver brillantemente coordinato le attività di ricerca nel recupero della biodiversità viticola calabrese, per le attività innovative in vigneto e in cantina che si esplicitano in vini di altissimo livello e che hanno consentito di far conoscere al meglio nel mondo le qualità della vitivinicoltura calabrese; per questi e altri motivi, tutti ispirati alla sua instancabile ricerca di innovazione e modernità, ben ancorate alle importanti tradizioni territoriali ma in sintonia con il progresso tecnologico che ha coinvolto il mondo della viticoltura e dell'enologia italiana e mondiale, il Consiglio, all'unanimità, approva la proposta di conferire al Dott. Nicodemo Librandi il titolo di Dottore di Ricerca honoris causa in Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali."



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER TURISMO OSPITALITÀ

L'azienda è aperta tutto l'anno alle visite in cantina, presso la Tenuta Rosaneti e il Museo VI.TE.S. (Viticoltura, Territorio, Storia).

I visitatori vengono guidati da personale preparato in percorsi mirati, a seconda delle esigenze, e volti alla scoperta e promozione delle ricchezze territoriali.

Il tour in cantina è inoltre accessibile anche a persone affette da disabilità motoria, essendo previsti ingressi e spazi privi di barriere architettoniche.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER TURISMO OSPITALITÀ IL MUSEO DEL VINO VI.TE.S.

Nel 2021 l'azienda ha inaugurato il museo aziendale **"VI.TE.S."** (Viticoltura, Territorio, Storia):

Otto sale che, attraverso la collezione di attrezzi d'epoca, raccontano in modo coinvolgente il passato contadino con un occhio proiettato verso il futuro.

Un'esperienza enoturistica 100% sostenibile, dal profondo valore culturale e naturalistico, alla scoperta di quella che è la Calabria del vino più autentica.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER TURISMO OSPITALITÀ I PERCORSI CICLO-PODISTICI

Un territorio a tratti impervio, incontaminato, da scoprire attraverso il **percorso cicloturistico e podistico** che si snoda all'interno dei vigneti della Tenuta Rosaneti in sella alle moderne **biciclette a pedalata assistita** messe a disposizione dall'azienda grazie al supporto di validi partner, un mezzo di trasporto **sostenibile** ed estremamente rispettoso dell'ambiente circostante.

Il tour, collocato all'interno di una rete di pacchetti esperienziali ed ecosostenibili, ha lo scopo di far scoprire questa immensa ricchezza naturalistica e paesaggistica.



RELAZIONE SOCIALE

STAKEHOLDER

IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI SPECIFICI

RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE

Il rispetto dell'ambiente è parte integrante dell'operato aziendale, ad ogni livello, ed influenza l'applicazione e la definizione delle strategie d'impresa.

Gli standard applicati prevedono requisiti oggettivi e verificabili attraverso la definizione di buone pratiche e di indicatori.

Con l'adozione dello Standard Equalitas, l'azienda si impegna nella gestione ambientale di tutte le attività e in tutti gli aspetti legati agli impatti che la stessa produce sulle categorie ambientali di **input** (energia elettrica, acqua, gas, combustibili, prodotti di lavorazione) e quelle di **output** (emissioni e rifiuti).



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE GLI INDICATORI

Al primo anno di certificazione sono stati definiti e calcolati degli indicatori verificabili e misurabili per identificare le aree sulle quali intervenire con margini di miglioramento. La definizione degli indicatori è stata eseguita da un consulente esterno specializzato:

Impronta Carbonica (Carbon Footprint)

Bilancio dei gas serra GHG prodotti aggiornato con frequenza annuale.

Impronta Idrica (Water Footprint)

Programma di monitoraggio e gestione delle risorse idriche impiegate.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE CARBON FOOTPRINT

Nell'anno solare 2021 emissioni di **CO₂** sono state generate principalmente dalla produzione di energia elettrica (37%), dalla produzione del packaging (47%) e del loro trasporto (6%).

Gli obiettivi di miglioramento e riduzione delle emissioni saranno concentrati su tali processi/elementi.

L'ottimizzazione delle seguenti voci andrà effettuata incrementando la quota di prodotti certificati (es. FSC) relativi al packaging, con una localizzazione più vicina all'area di produzione e con l'impiego di macchinari più efficienti e meno energivori. A tal proposito si vedano i progressi già effettuati nelle slide a seguire.

Area di produzione	kg CO ₂ -e	kg CO ₂ eq/UF
Uva	87.610,31	0,060
Trasporto Uva	6.750,11	0,005
Consumo di Energia Elettrica	696.925,61	0,477
Consumo di Gasolio	5.638,57	0,004
Combustione di Gasolio	44.781,68	0,031
Consumo di Metano	4.038,44	0,003
Combustione Metano	13.834,65	0,009
Consumo di Acqua	0	0,000
Prodotti Enologici	18.897,91	0,013
Trasporto Prodotti Enologici	227,59	0,000
Prodotti Sanificanti	1.377,97	0,001
Trasporto prodotti Sanificanti	49,82	0,000
Trasporto Rifiuti	27,06	0,000
Smaltimento Rifiuti	26,74	0,000
Consumo Azoto	7.153,37	0,005
CANTINA	887.339,83	0,608
Produzione packaging	905.696,84	0,457
Trasporto Packaging	123.019,50	0,062
IMBOTTIGLIAMENTO	1.028.716,34	0,519

Area	Totale t CO ₂ eq	n° UF	UDM	Emissioni Kg CO ₂ eq/UF
Cantina	887,34	1.459.700	lt vino	0,608
Imbottigliamento	1.028,71	1.982.967	btg 0,75 prodotte	0,519
Emissioni totali	1.916,05			

RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE WATER FOOTPRINT

Nell'anno solare 2021, dall'analisi degli indicatori di Water Footprint, emerge che la **scarsità idrica** (consumo di acqua) è generata quasi esclusivamente dai prelievi diretti di acqua a livello di cantina, mentre per gli indicatori di **qualità delle acque** (acidificazione, eutrofizzazione e tossicità) le fasi di produzione del packaging, il consumo di energia elettrica e la produzione di uva incidono in larga misura.

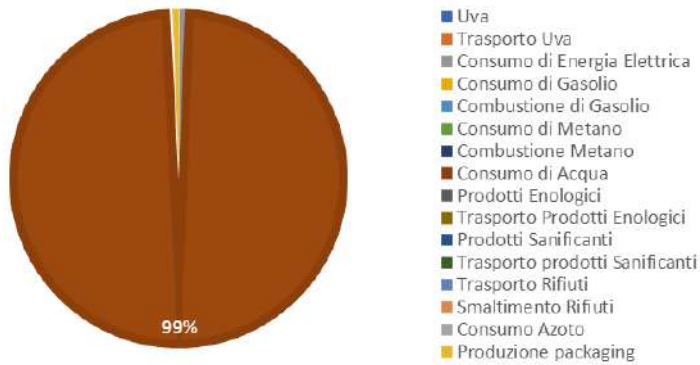
Le azioni di miglioramento andranno concentrate su questi processi.

AREA CANTINA			
Impact category	Unità	Totale	Impatto per 1 l vino
Water Scarcity Index	m3	282.270,3	0,1933
Aquatic acidification	kg SO2 eq	3.943,84	0,00270
Freshwater eutrophication	kg P eq	203,27	0,000139
Human toxicity, cancer	CTUh	3,06E-05	2,09E-11
Human toxicity, non cancer	CTUh	8,55E-06	5,86E-12
Ecotoxicity	CTUe	49.517,68	0,0339

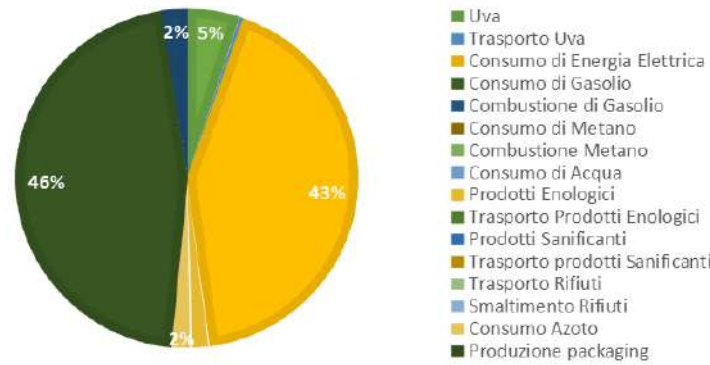
AREA IMBOTTIGLIAMENTO			
Impact category	Unità	Totale	Impatto per bottiglia da 0,75
Water Scarcity Index	m3	1.767,5	0,0009
Aquatic acidification	kg SO2 eq	7.561,88	0,00381
Freshwater eutrophication	kg P eq	191,31	0,000096
Human toxicity, cancer	CTUh	7,34E-05	3,70E-11
Human toxicity, non cancer	CTUh	8,75E-06	4,41E-12
Ecotoxicity	CTUe	59.461,43	0,0299

RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE WATER FOOTPRINT

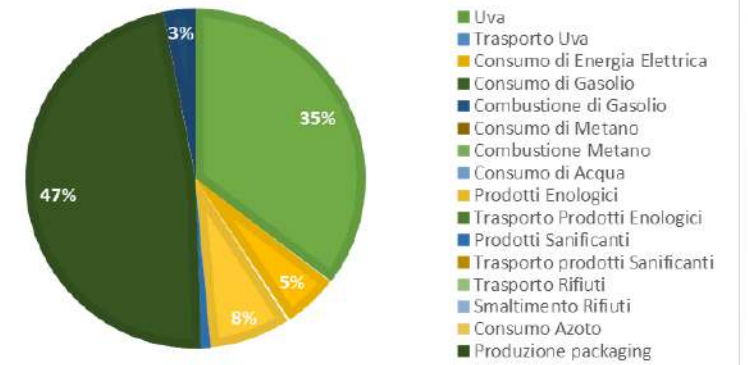
WATER SCARCITY



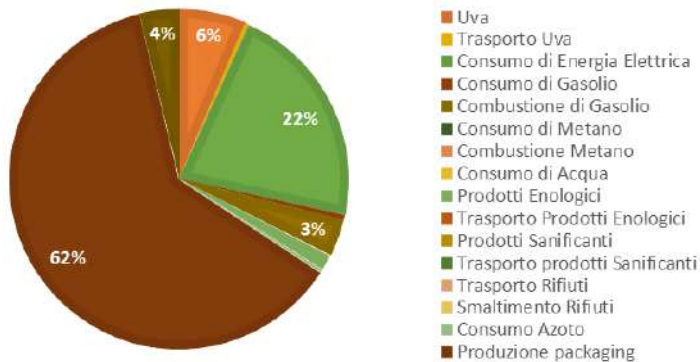
EUTROFIZZAZIONE



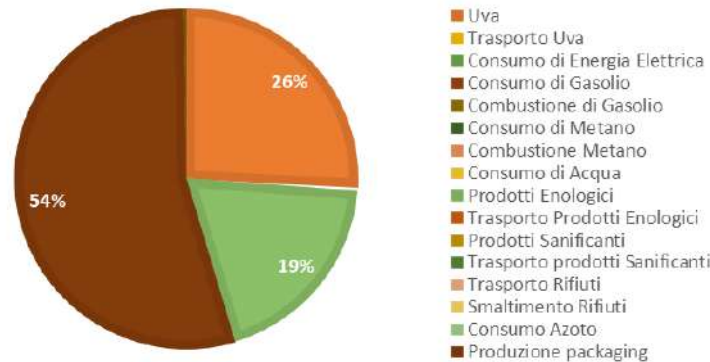
TOSSICITA' UMANA



ACIDIFICATION



TOSSICITA' ACQUE

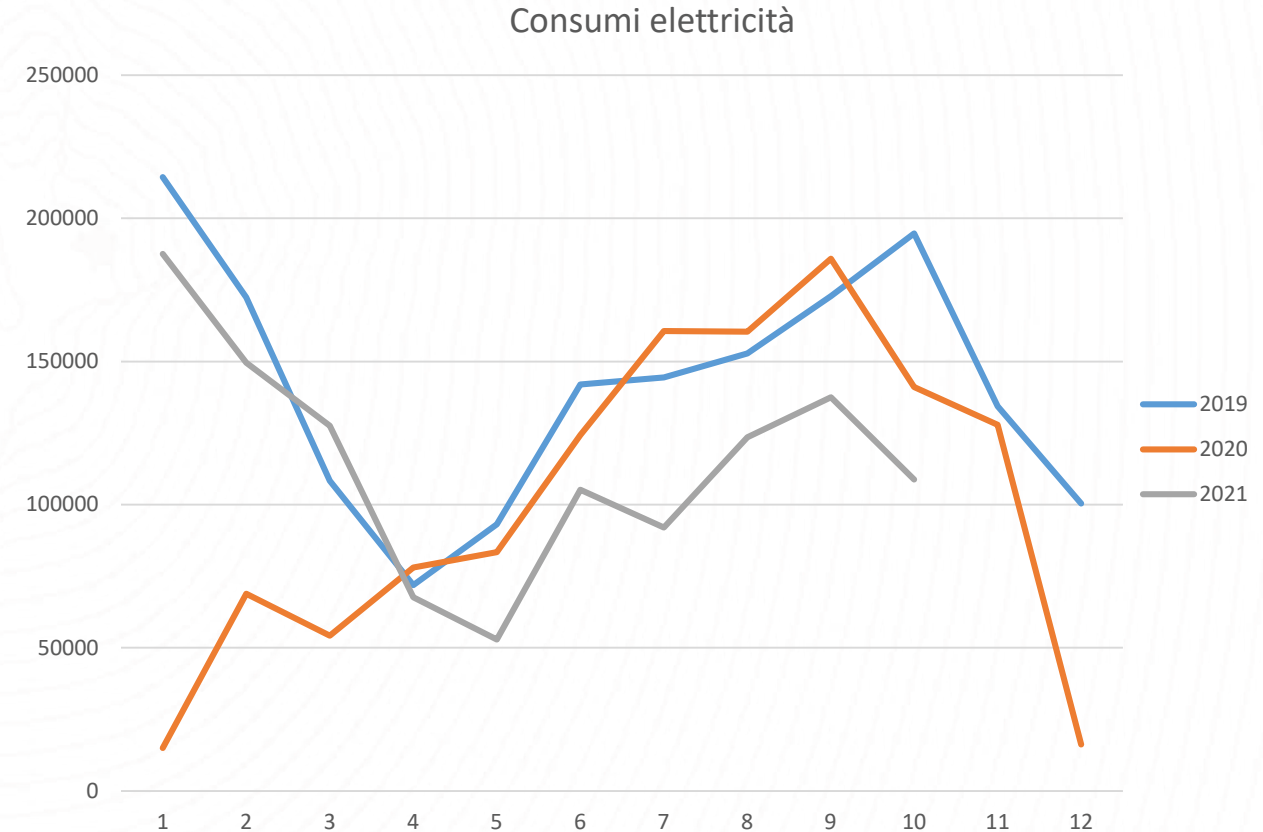


RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE ENERGIA ELETTRICA

I consumi maggiori di energia elettrica da fornitura nazionale si riscontrano durante i periodi di vendemmia e sono condizionati dal volume delle uve lavorate nell'anno (che dipende da fattori endemici) quindi non standardizzabili nel corso degli anni.

Durante il 2021 si sono riscontrati **consumi inferiori** a quelli degli anni precedenti.

Per ridurre i consumi di energia reattiva (assorbita dalle macchine ma non effettivamente impiegata) l'azienda si è munita di un **rifasatore** di corrente. Ha inoltre investito fortemente nel **fotovoltaico e in nuovi macchinari più efficienti**.

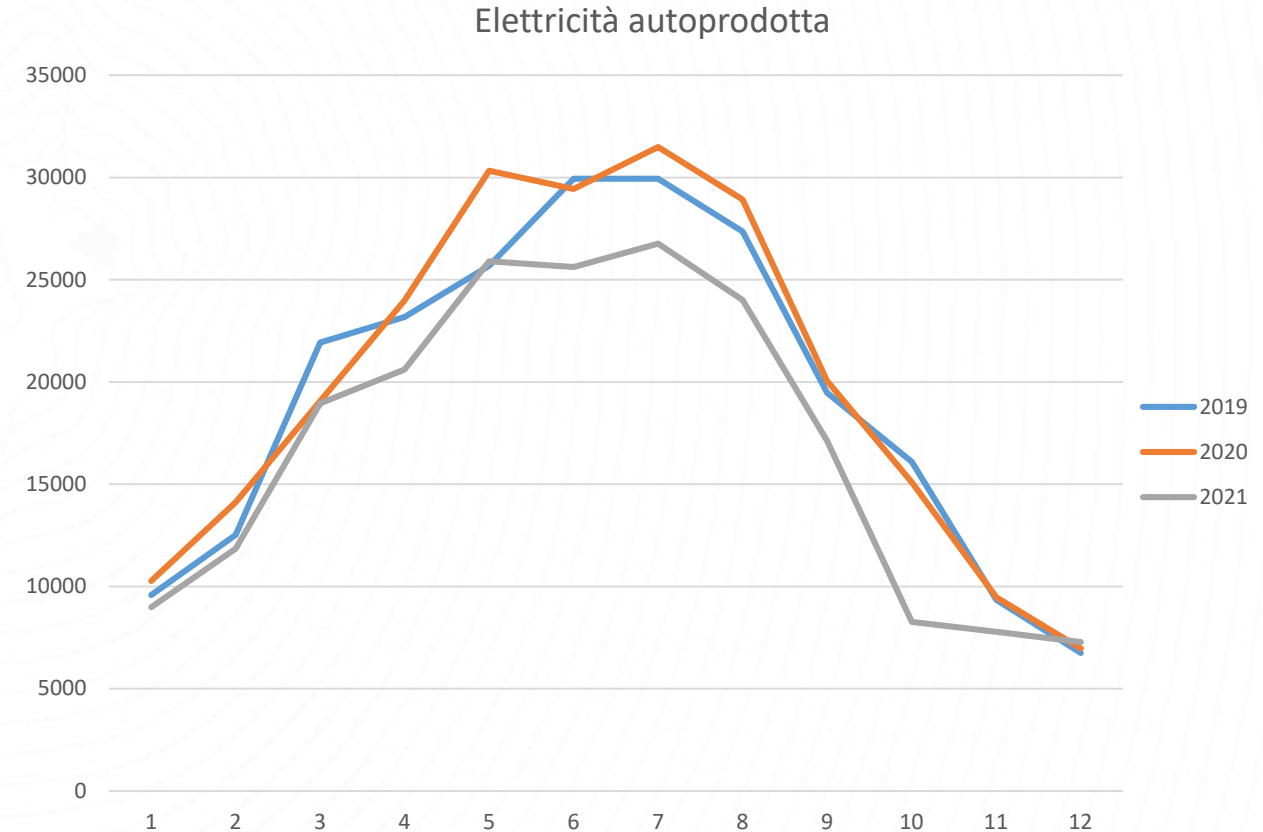


RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE FOTOVOLTAICO

La cantina è munita di un vasto impianto fotovoltaico che provvede a circa il **25 - 30 %** del fabbisogno energetico dei macchinari, con un notevole risparmio di energia elettrica.

Durante il 2021 si è riscontrata una quota leggermente **minore** di **energia autoprodotta**.

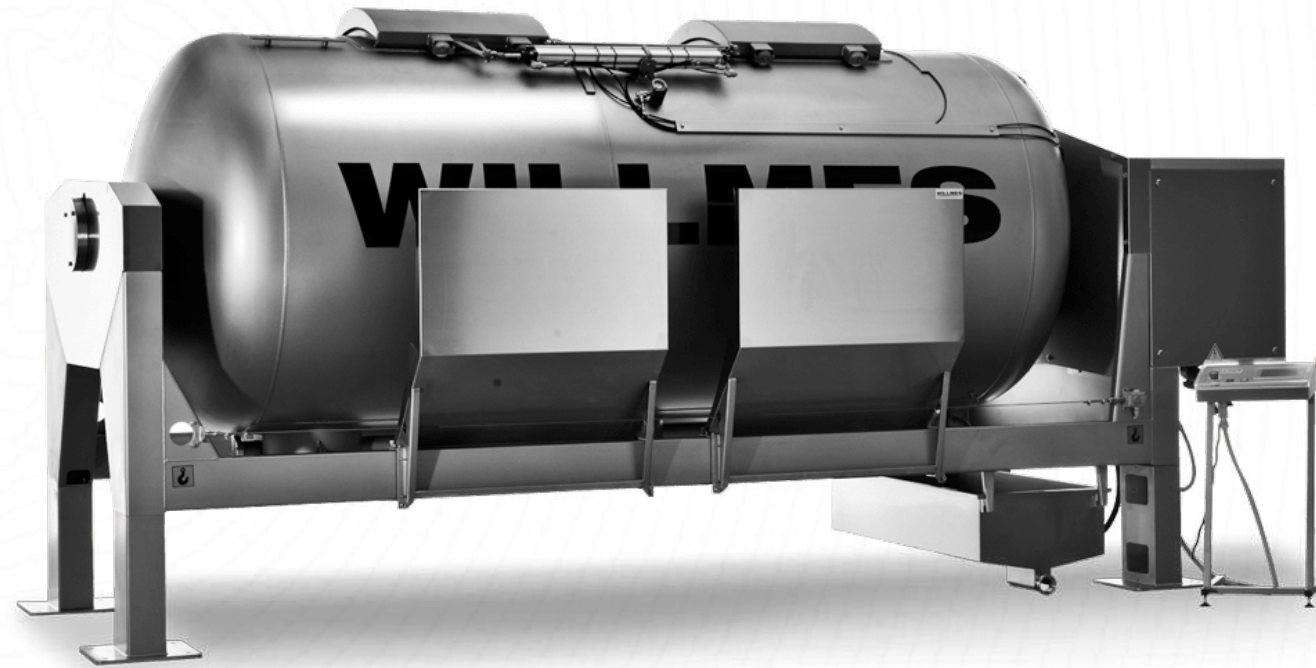
Nei periodi di minore consumo elettrico (marzo-aprile) si rileva una quota maggiore di energia ceduta alla rete.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Col fine di una costante riduzione dei consumi elettrici, l'azienda si è munita di **nuovi efficienti macchinari**, nell'ottica di una **Cantina 4.0**, connessa in rete:

- **Nuovi gruppi di raffreddamento** «chiller» connessi ad unità di controllo centralizzata e gestione dati 4.0 (potenza massima assorbita nominale 110kw)
- **Nuova pressa pneumatica** dai minori tempi di pressatura e maggiore superficie filtrante. La pressione dell'aria compressa ridotta fino al 50%, unitamente a tempi di pressatura inferiori e a una pulizia più rapida e semplice permettono una maggiore efficienza energetica con ridotto impatto ambientale.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

- **Nuova pompa peristaltica** con operatività a secco, senza liquido refrigerante. La riduzione dell'attrito sul tubolare richiede motori meno potenti e dunque con minore impatto energetico.
- **Nuovo impianto di gestione gas** che permette di gestire i gas nel vino in modo semplice e non invasivo, con applicazioni in grado di modificare il contenuto di ossigeno e anidride carbonica mantenendo struttura e aromi.
- **Nuovo filtro rotativo cartaceo** con conseguente riduzione dell'uso di farine fossili, materiale di filtraggio soggetto a smaltimento dedicato.

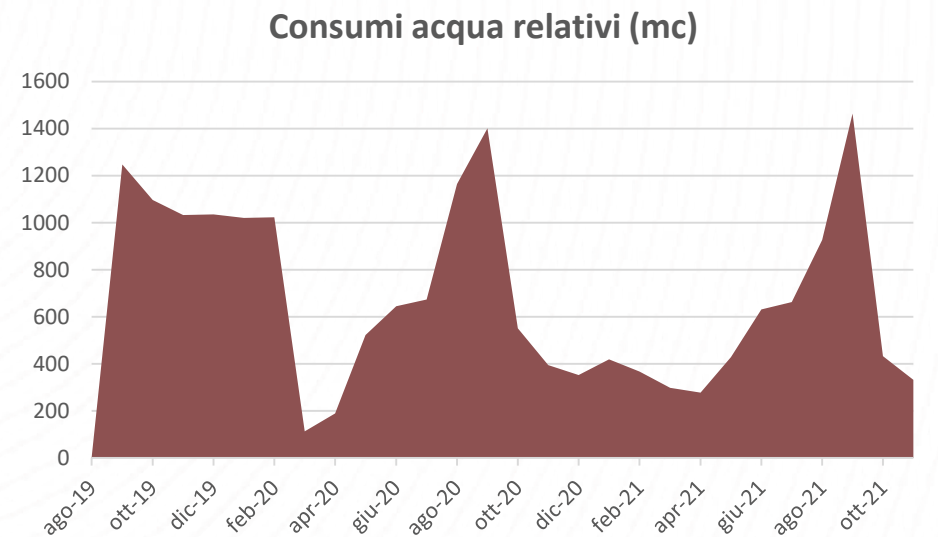
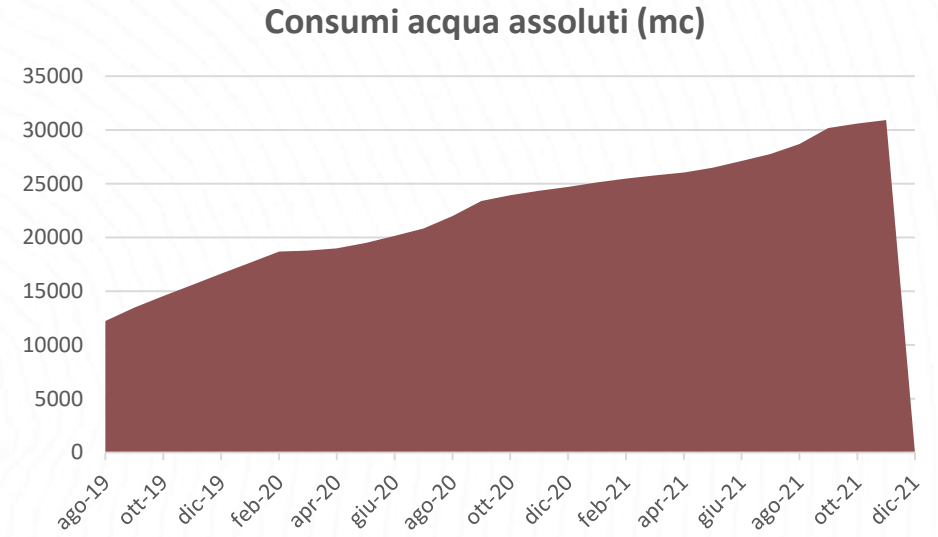


RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE ENERGIA IDRICA

I consumi maggiori coincidono con i periodi di vendemmia (agosto-settembre).

Viene eseguita una costante attività di lettura dei consumi e di rilevazione di perdite sulla linea o anomalie.

Durante il 2021 si sono riscontrati **consumi inferiori** a quelli degli anni precedenti, tenendo dovutamente conto dei consumi inferiori dovuti ai periodi di lockdown del 2020.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE PRODOTTI DI LAVORAZIONE

L'ufficio acquisti aziendale, coadiuvato dalla supervisione del RQ e della Direzione, effettua una gestione delle scorte volte alla minimizzazione degli sprechi e alla selezione di prodotti ecosostenibili e realizzati da fornitori certificati, con particolare attenzione verso la filiera FSC.

La quantità totale di bottiglie, tappi, cartoni ed etichette rilevata nel 2021 è **conforme ai volumi** di imbottigliamento e agli altri prodotti della stessa filiera di produzione, considerando che eventuali difformità sono dovute alla presenza di rimanenze degli anni precedenti.



RELAZIONE SOCIALE

IMPATTO AMBIENTALE

CATEGORIE DI OUTPUT

In azienda viene eseguita un'attenta gestione dei rifiuti, suddivisi per categoria e difficoltà nello smaltimento.

I rifiuti ordinari (RSU) vengono opportunamente smaltiti mediante la raccolta comunale.

Lo smaltimento dei rifiuti speciali (scarti di lavorazione, prodotti enologici, buste, farine, liquami, bidoni detergenti, sughero) è invece eseguito da un'azienda altamente specializzata.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE INFESTANTI

È attiva un'attenta gestione e controllo da infestanti esterni, eseguito da un'azienda del territorio altamente specializzata.

La derattizzazione preventiva è svolta mediante l'apposizione e verifica di trappole, sia in ambienti interni (trappole con collante) che esterni. L'uso delle stesse è volto alla cattura e al ritrovamento dell'intruso, prevenendone la morte e decomposizione in ambiente di lavoro.

La disinfestazione preventiva è eseguita mediante lampade UV collocate in ambiente interno lungo la linea di imbottigliamento.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE PULIZIA DI CANTINA

Durante il 2021, l'intera area di imbottigliamento è stata oggetto di una **nuova pavimentazione** e miglioramento delle vie di deflusso delle acque, nell'ottica di una maggiore operatività e di cura igienica (maggiore facilità ed efficienza delle attività di pulizia) ed estetica dell'area di cantina.



RELAZIONE SOCIALE

STAKEHOLDER

IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI SPECIFICI

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
ANALISI CRITICITÀ

Obiettivo	Indicatore	Attività
Analisi criticità gravi e loro risoluzione	Assenza di non-conformità gravi	Analisi interna area produzione
		Analisi interna documentazione

Le verifiche eseguite internamente non hanno riscontrato aree di criticità.

GLI OBIETTIVI RAGGIUNTI SI RIFERISCONO AL PERIODO 04/2021 – 04/2022. PER VISUALIZZARE GLI OBIETTIVI SPECIFICI DEL PERIODO 04/2020-04/2021 SI PREGA DI VISIONARE IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Incentivo al turismo	Crescita turismo territoriale	Creazione e inaugurazione del Museo del vino VI.TE.S. e presidenza dell'associazione SUDHERITAGE
	Crescita turismo sostenibile	Creazione di percorsi ciclabili e podistici presso tenuta Rosaneti, collaborazione con azienda fornitrice di e-bike

Coordinazione e gestione di attività culturali e di ospitalità volte ad un incentivo del turismo regionale in un'ottica di turismo sostenibile.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Conversione sostenibile imballaggi	Sostituzione 100% imballaggi in polistirolo	Acquisizione imballi Nakpack in cartone riciclato
	Conversione 15% scatole di trasporto cassette in legno	Cartoni certificati FSC

Gli imballaggi in polistirolo, utilizzati per le spedizioni nazionali tramite corriere, sono stati sostituiti totalmente (fino ad esaurimento scorte pregresse) con gli imballaggi ecosostenibili in cartone riciclato brevetto Nakpack. È stata avviata una prima conversione delle scatole in cartone utilizzate per il trasporto dei vini da materiale KRAFT a LB-FSC certificato.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Conversione sostenibile brochure	Sostituzione 100% brochure in carta plastificata	Impiego materiali FSC, carte naturali e lampade uv per realizzazione brochure

Sono state sostituite le precedenti brochure e cataloghi, in carta plastificata, con carte naturali provenienti da filiera FSC certificata e utilizzo di stampe UV (0% di utilizzo di inchiostri). Il fornitore selezionato è collocato in Calabria, con una conseguente riduzione delle emissioni derivanti dal trasporto e un maggiore incentivo all'economia locale.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Potenziamento piano sicurezza cantina	Aumento estintori - manichette +10%	Messa in opera di attività di potenziamento sicurezza, incremento di estintori a polvere, estintori co2 e manichette antincendio

È stato effettuato un intervento di miglioramento delle pratiche di sicurezza in cantina con l'inserimento di un numero maggiore, rispetto a quello imposto da legge dedicata, di strumentazioni antincendio.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Tutela conferitori	Aumento prezzi di acquisto uve, prezzo maggiore uve bio	Incremento del 10% sui prezzi delle uve dei conferitori selezionati

Per un maggiore sostegno dell'economia agricola locale, l'azienda ha predisposto un aumento del 10% nel prezzo di acquisizione delle uve dei conferitori selezionati dell'Associazione Vignaioli del Cirò.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Riduzione consumi energia elettrica	Riduzione del 15% consumi elettrici	Nuovi inverter climatizzazione uffici
		Nuovi chiller vasche cantina

Nuovi gruppi di raffreddamento «chiller» connessi ad unità di controllo centralizzata e gestione dati 4,0 (potenza massima assorbita nominale 110kw).

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Miglioramento igiene e pulizia di cantina	Rifacimento totale pavimentazione aree critiche	Nuova pavimentazione area imbottigliamento

L'intera area di imbottigliamento è stata oggetto di una nuova pavimentazione e miglioramento delle vie di deflusso delle acque, nell'ottica di una maggiore operatività e di cura igienica (maggiore facilità ed efficienza delle attività di pulizia) ed estetica dell'area di cantina.

RELAZIONE SOCIALE

OBIETTIVI SPECIFICI

OBIETTIVI FUTURI

- Definizione di un progetto di riciclaggio per materiali di difficile reperimento
- Attività di pulizia di un'area del territorio e di sensibilizzazione al rispetto dei mari
- Collaborazione con associazioni di volontariato sul territorio
- Maggiore sinergia con i centri culturali e le scuole con attività mirate di sensibilizzazione
- Attività di sponsorizzazione su tesi attinenti alla sostenibilità



*Maggiori informazioni in merito ai progetti di sostenibilità su **librandi.it/sostenibilita**. Per report tecnici e approfonditi librandi@librandi.it*

Il Bilancio di Sostenibilità Librandi ha durata annuale per l'intervallo temporale aprile 2021-aprile 2022



LIBRANDI