



**PIZZOLATO**

ORGANIC WINE

**BILANCIO SOCIALE 2021**

## 9 IL GRUPPO PIZZOLATO

---

### 10 IL GRUPPO PIZZOLATO

11 Membri della famiglia

11 Organigrammi aziende

### 12 L'AGENDA 2030

12 Tempo di obiettivi sostenibili

15 Il percorso benefit e B-Corp

### 18 CHI SIAMO: IL 2021 IN NUMERI

21 Vision

21 Mission

22 I nostri valori

23 La storia aziendale

### 28 DOVE SIAMO

31 Le sedi: Villorba e Giavera

32 1981-2021: 40 anni di bio, tra storia e tradizioni di famiglia

34 Il 40esimo compleanno sui social: una campagna dedicata

35 Una grappa per celebrare Gino Pizzolato

## 37 IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

---

38 Mappa degli stakeholder

40 Temi rilevanti

40 Matrice di materialità

### 42 I DIPENDENTI

43 La formazione dei dipendenti

44 Il progetto di coaching aziendale

47 Il Codice BSCI e il codice etico

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

**48 I FORNITORI****50 GLI ENTI DI CONTROLLO****53 L'IMPATTO AMBIENTALE****55 LA SOSTENIBILITÀ IN VIGNETO**

- 56 Le certificazioni dei vini a garanzia  
del consumatore
- 58 Il progetto Piwi: la ricerca continua
- 58 La Costituzione del Nuovo direttivo Piwi Veneto

**63 LA SOSTENIBILITÀ IN CANTINA**

- 64 Gli investimenti in cantina 4.0
- 66 Il depuratore biologico
- 69 Il progetto Cycle4green
- 70 I rifiuti
- 72 I pannelli solari
- 77 I successi della cantina dalle radici BIO

**79 LA SOSTENIBILITÀ NEI VINI**

- 79 Il progetto Back to Basic: il valore dell'essenziale
- 82 I fornitori e le loro parole
- 83 Economia circolare con Back to Basic: i semi di raboso diventano farina
- 85 Il progetto ETICO
- 86 Le candele M-use: un esempio di riuso

**87 La certificazione Kosher: un'avventura nuova****89 Sunny Farm: una linea 100% green, dal vino al web****90 Successi e riconoscimenti dei vini Pizzolato****95 L'IMPATTO SOCIALE****96 L'IMPATTO SOCIALE E TERRITORIALE**

- 96 "L'Officina del Vino", il nuovo Agri-Wine Bar green
- 103 L'Hospitality Pizzolato
- 105 Welfare territoriale e i progetti per il sociale
- 109 Eventi in cantina 2021
- 110 La comunicazione social della sostenibilità

**113 L'IMPATTO ECONOMICO E GOVERNANCE****114 Il Rendiconto Economico****118 La produzione del valore aggiunto****119 La distribuzione del valore aggiunto****120 L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19 NEL 2021****122 Le fiere nel corso del 2021****124 Il 2021: un anno da holding**

# Carissimi tutti,

anche quest'anno abbiamo redatto un bilancio sociale per poter generare interesse e attenzione all'ambiente e creare sinergie e voglia di pensare a lungo termine, certi di poter donare qualcosa di prezioso alle generazioni future. Con l'obiettivo di rendere conto, con estrema trasparenza, dell'impatto dell'attività aziendale, nella sua totalità, nel contesto sociale e ambientale, illustrandone filosofie, politiche e impegni verso clienti, collaboratori, ambiente e la nostra società, abbiamo redatto insieme questo bilancio sociale: un impegno annuale a cui teniamo fede ormai dal 2017. Vorremmo che, tramite questo strumento, chi sceglie una bottiglia del nostro vino capisse fino in fondo tutte le scelte, i progetti e le convinzioni che ci sono "dietro le quinte".

Il 2021 è stato un anno ricco di novità, sorprese e nuovi momenti dedicati finalmente alle persone. Spinto da un sentimento di profondo riconoscimento mi trovo a tracciare un bilancio dell'anno in questione. Sono stati mesi densi di

scommesse, obiettivi raggiunti e nuove sfide intraprese. Chi mi conosce sa bene quanto sia importante per me trovare il tempo per celebrare ogni obiettivo raggiunto, lo considero un vero e proprio rito familiare ereditato con orgoglio da mio padre Gino e mia madre Giselda. A quel tempo i ritmi delle giornate, spesso molto faticose, erano scanditi da ore di lavoro in campagna, dal tempo dedicato agli animali in stalla e ne restava purtroppo poco da dedicare ad altro. Nonostante tutto però la mia famiglia non si negava mai un momento di festa. Quelle poche ore trascorse insieme agli amici o nella sala da ballo nobilitavano le fatiche quotidiane e ne attribuivano un significato profondo che capisco solo ora essere stata la vera essenza della loro vita.

Nel 2021 mio padre Gino avrebbe compiuto 100 anni e esattamente 40 anni fa presi la decisione di affiancarlo nell'azienda agricola di famiglia intraprendendo la strada del viticoltore. È proprio in memoria dei miei genitori e di questo grande insegnamento che mi hanno trasmesso che spesso durante il corso di questi mesi ho avuto modo di ricordare la storia vissuta sin qui, di raccontare con orgoglio i nostri successi ma al tempo stesso di trovare il giusto tempo per riflettere sugli errori e sulle incertezze che hanno caratterizzato questi anni. Penso fermamente che aver avuto la possibilità di sbagliare, di "cadere" ma al contempo la possibilità di rimediare e di "aggiustare il tiro", sia stato un dono tanto prezioso quanto i traguardi raggiunti. Quasi un "lusso" oggi se pensiamo alle caratteristiche che ha il momento storico che stiamo attraversando. Un periodo questo, estremamente frenetico, fatto a volte di cambiamenti imprevedibili e spesso difficilmente comprensibili, che ci vuole persone perfette, imprenditori infallibili, collaboratori impeccabili.

Dopo quest'anno trascorso assieme alla mia azienda, nasce in me un augurio, una speranza, che rivolgo in primis ai miei figli, ma al contempo ai giovani di oggi, donne e uomini della società di domani. Auguro loro di poter sperimentare e

nel farlo di poter sbagliare, auguro il tempo di rielaborare le scelte compiute, l'energia di modellarsi, la possibilità di evolversi come persone, rialzandosi più forti dopo ogni caduta, più ricchi di un'esperienza, magari fallita, ma necessaria per la crescita di ciascuno di noi.

Questo bilancio di sostenibilità vi racconterà un anno ricchissimo di azioni realizzate con tutte le persone che continuano a scegliere di correre al nostro fianco, di diventare ambasciatori della nostra filosofia e dei nostri vini biologici e che diventano protagonisti insieme a noi delle vittorie quotidiane, perché se state leggendo questa poche righe il merito è assolutamente condiviso.

**“Questo bilancio di sostenibilità vi racconterà un anno ricchissimo di azioni realizzate con tutte le persone che continuano a scegliere di correre al nostro fianco**

Siamo immensamente grati per il risultato positivo di quest'anno: ringrazio di cuore tutti i miei collaboratori, i miei clienti, tutti i fornitori e le associazioni che operano con noi e a fianco di noi con impegno e passione anche in anni come questi, dove non è sempre facile trovare la forza e lo stimolo giusto per poter andare avanti.

Immaginandomi il 2022 non so sinceramente cosa aspettarmi e cosa ci riserverà questo futuro così incerto. Spero però in un anno che sia una grande occasione per prendere coscienza in modo ancora più solido di ciò che siamo, spero in un anno fatto di buone pratiche ma soprattutto di rapporti umani autentici capaci di consolidarsi sempre di più in modo sincero e profondo. Sarà sicuramente un altro anno faticoso, che ci richiederà ancora una volta un grande spirito di adattamento nel rispetto della libertà di tutti dove troveremo la strada giusta da percorrere solo se avremo la capacità di concentrarci meno sulle nostre singole individualità e di più sull'altro che ci sta a fianco, sul gruppo e sulla forza del team e dell'unione.

LEGALE RAPPRESENTANTE

*Settimo Pizzolato*



# 01 IL GRUPPO PIZZOLATO

---

## IL GRUPPO PIZZOLATO

Nel corso del 2021 è avvenuto un importante cambiamento giuridico commerciale in quanto è stata fondata la Pizzolato Holding che comprende Casale Terzo Soc. Agr. SRL, tenuta in Toscana che verrà acquisita nell'anno successivo (2022) e la commerciale SRL. Le aziende agricole famigliari sono diventate quattro, appartenente ognuna ad un socio. Per semplificare la stesura del bilancio sociale 2021 l'unione di tutte queste società prenderà da qui in poi il nome di Gruppo Pizzolato (GP). Oggi la Holding Pizzolato è composta da quattro soci: Settimo, presidente e titolare della cantina, dai figli, Federico e Stefania e dalla moglie Sabrina con il piccolo Edoardo.

**“Nasce la Settimo Pizzolato Holding! Orgogliosi di annunciare questa novità, risultato di una scelta valoriale ben precisa: fare della sostenibilità l'asset di riferimento dell'intera filiera”.**

**“Una nuova veste quella della Settimo Pizzolato Holding – spiega Settimo Pizzolato – nata dall'esigenza di potenziare l'azienda e dotarla di una struttura organizzativa moderna, efficiente e funzionale capace di cogliere le sfide del momento e di tradurle in progetti concreti, nella massima fedeltà ai valori che guidano da sempre il nostro agire: attenzione all'ambiente, alle persone e al territorio”.**

Questo è solo l'ultimo dei numerosi passi fatti finora: un grande investimento nella digitalizzazione, una politica di diversificazione dei mercati di esportazione e una grande attenzione al biologico e alla sostenibilità dell'intera filiera produttiva che danno da sempre valore portante ed identitario alla cantina, che ha portato a raggiungere numerosi traguardi e risultati.

*“In questo ultimo anno – racconta Sabrina Rodelli, export manager della cantina – il biologico si è rivelato un segmento di mercato in ascesa. Noi ci abbiamo creduto fortemente lavorando con impegno sia in vigna, con il nostro progetto dei vitigni resistenti Piwi, sia più in generale nella conduzione dell'azienda attraverso il nostro Bilancio Sociale che è stata la nostra bussola per il quarto anno consecutivo. Da un punto di vista commerciale siamo presenti nella grande distribuzione specializzata di vini biologici, settore che rientra nelle categorie di negozi alimentari con crescita a doppia cifra dei consumi, dato che conferma che il consumatore è sempre più consapevole dell'acquisto. Diversificare l'offerta al consumatore è stato strategico: solo vini biologici di qualità, certificati, da fasce di prezzo medie a quelle più alte, con differenziazioni di packaging. L'aumento più importante delle vendite ha riguardato le nostre bottiglie specialmente grazie alla nostra linea M-Use, la bottiglia in vetro leggero nata per essere riutilizzata, che a solo un anno e mezzo dall'inserimento sul mercato ha registrato risultati importanti. Il nostro ultimo progetto, la nuova linea Back to Basic, incarna al 100% il percorso identitario che abbiamo sin qui realizzato: rispetto per l'ambiente, sviluppo sostenibile, responsabilità sociale e condivisione degli impegni con i nostri fornitori. Si tratta di una linea, nata nel nostro quarantesimo anno di attività, che va infatti oltre il vino biologico e coinvolge l'intera filiera del packaging attraverso l'utilizzo di sei elementi – uve, vetro, tappo, capsula, etichetta e cartone di imballaggio – eco e a basso impatto ambientale”.*

## Membri della famiglia



### Settimo Pizzolato

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



### Sabrina Rodelli

**CO-TITOLARE ED EXPORT MANAGER**

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



### Federico Pizzolato

**CO-TITOLARE E RESPONSABILE PRODUZIONE**

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

### Stefania Pizzolato

**CO-TITOLARE E RESPONSABILE AZIENDE AGRICOLE**

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



### Edoardo Pizzolato

**FIGLIO DI SETTIMO E SABRINA**

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

## Organigrammi aziende

### 1 HOLDING

→ Casale Terzo Soc. Agr. SRL + La Cantina Pizzolato SRL

### 4 AZIENDE AGRICOLE

→ Az. Agr. Pizzolato Settimo, Stefania e Federico e Az. Agricola Rodelli Sabrina

## L'AGENDA 2030

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

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

### Tempo di obiettivi sostenibili

Nel corso del 2021 La Cantina Pizzolato continua il suo programma "Agenda 2030", incrementandolo con l'attiva partecipazione al progetto "Sostenibilità d'impresa" di Assindustria Veneto. Gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile portano dentro di sé innumerevoli traguardi che ogni azienda può raggiungere: di seguito saranno riportati i destinatari e le finalità che continuano a guidare l'agire della cantina nel corso degli anni. Alla pagina seguente, ogni punto e traguardo in parte soddisfatto verrà segnalato con lo stesso colore e lo stesso numero rappresentati nell'immagine qui accanto.

## OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



## Gli obiettivi Agenda 2030

## Azioni e attività in cantina

<b>2</b> SCONFIGGERE LA FAME 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promuovere l'agricoltura sostenibile;</li> <li>→ Implementare le pratiche agricole che proteggano l'ecosistema e migliorino la qualità del suolo;</li> <li>→ Sostenere uno sviluppo rurale centrato sulle persone e proteggendo l'ambiente allo stesso tempo;</li> <li>→ Aumentare gli investimenti a favore della ricerca e della formazione agricola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ricerca e sviluppo sui vitigni resistenti Piwi;</li> <li>→ Promozione dell'agricoltura biologica e vegan attraverso la lotta integrata;</li> <li>→ Formazione dei fornitori d'uva e dei collaboratori sostenuta da tecnici agronomi condividendo il know how acquisito sulla viticoltura biologica;</li> <li>→ Investimenti in campo agricolo e nuovi macchinari di ultima generazione.</li> </ul>
<b>3</b> SALUTE E BENESSERE 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ridurre l'inquinamento da sostanze chimiche pericolose e dell'aria, delle acque e del suolo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promozione dell'agricoltura biologica e il divieto assoluto di utilizzare sostanze chimiche di sintesi, pesticidi ed erbicidi;</li> <li>→ Utilizzare un depuratore per immettere nel sottosuolo acque depurate partendo da quelle reflue di lavorazione;</li> </ul>
<b>6</b> ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ridurre l'inquinamento e il rilascio delle scorie pericolose e diminuire la quantità di acque reflue contaminanti promuovendo il reimpiego sicuro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Installazione di un depuratore biologico delle acque reflue che permette di rimettere in suolo acque purificate e filtrate che ne consentano il riuso al 100%;</li> <li>→ Irrigazione interrata nei nuovi impianti e climatizzazione del sistema.</li> </ul>
<b>7</b> ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aumentare le energie rinnovabili e il miglioramento di investimenti nelle tecnologie dell'energia pulita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Installazione di 570 pannelli solari con riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>;</li> <li>→ Revamping del vecchio sistema fotovoltaico.</li> </ul>
<b>9</b> IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Sviluppare infrastrutture di qualità, affidabili, sostenibili e resilienti comprese quelle regionali e transfrontaliere per supportare lo sviluppo economico e il benessere degli individui;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Realizzazione di una cantina sostenibile che rispecchi la filosofia aziendale utilizzando e promuovendo materiali a Km0;</li> <li>→ Realizzazione del Padiglione "L'Officina del Vino" per l'Hospitality.</li> </ul>

## Gli obiettivi Agenda 2030

## Azioni e attività in cantina

<b>12</b> CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali;</li> <li>→ Ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo;</li> <li>→ Diffondere delle informazioni rilevanti riguardo lo sviluppo sostenibile di uno stile di vita in armonia con la natura;</li> <li>→ Implementare strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per il turismo sostenibile, che crea posti di lavoro e promuove la cultura e i prodotti locali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promozione della comunicazione e la trasparenza informando gli stakeholder attraverso canali web, comunicazioni specifiche e pubblicazioni;</li> <li>→ Gestione dei rifiuti attraverso consorzi di controllo e promozione di attività di riciclaggio e successivo riutilizzo;</li> <li>→ Tour guidati per la valorizzazione della cultura del vino e della conoscenza dei vitigni autoctoni;</li> <li>→ Sviluppo di nuovi prodotti che si basano sul concetto di economia circolare.</li> </ul>
<b>15</b> VITA SULLA TERRA 	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Promuovere una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, arrestare la deforestazione, ripristinare le foreste degradate.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Utilizzo degli scarti di faggio della foresta del Consiglio per la costruzione della cantina (progetto Veneto Agricoltura);</li> <li>→ Utilizzo di carta FSC in diversi ambiti produttivi e/o carta riciclata con diversa percentuale di materiale vergine;</li> <li>→ La scelta dell'agricoltura biologica che rispetta l'intero ecosistema.</li> </ul>

“Cambiare il mondo è un'impresa possibile. Esiste un modo innovativo di fare impresa e un nuovo concetto di azienda che ha come scopo quello di avere un impatto positivo sulla collettività e sull'ambiente.

## Il percorso benefit e B-Corp

Il percorso per diventare Società Benefit è cominciato alla fine dell'anno 2021 con la programmazione delle azioni specifiche per ottenere la certificazione nel successivo anno 2022. “Siamo felici e orgogliosi di poter annunciare che La Cantina Pizzolato sta lavorando per diventare una Società Benefit”. Le Società Benefit (SB) sono una particolare forma giuridica d'impresa introdotta con la legge italiana n. 208 del 28 dicembre 2015, ed entrata in vigore dal primo gennaio 2016. L'Italia è stata la prima in Europa e al mondo, eccetto gli USA, a introdurre questa visione innovativa del concetto di azienda. Ma cosa significa concretamente diventare SB? Essere una Società Benefit comporta un cambiamento nella ragione sociale e nello statuto dell'azienda stessa. Oltre allo scopo di lucro, queste società perseguono annualmente una o più finalità di beneficio comune, ossia degli obiettivi che abbiano un effetto positivo (o che ne riducano uno negativo) sulla società, sull'ambiente, sui territori e sugli stakeholder che collaborano con l'azienda.

Si può descrivere questa tipologia di società servendoci di tre parole chiave:

- **Scopo:** le SB si impegnano a creare un impatto positivo sugli stakeholder, sulla collettività e sull'ambiente, oltre a generare profitto. La sostenibilità è parte integrante del business model e hanno come obiettivo, nel lungo periodo, la creazione di condizioni favorevoli alla prosperità sociale e ambientale.
- **Responsabilità:** le SB si impegnano a considerare l'impatto dell'impresa sulla società e l'ambiente. Proprio per questo motivo ogni anno ogni SB deve dichiarare le proprie Finalità di Beneficio, al fine di creare valore sostenibile nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.
- **Trasparenza:** le SB sono tenute a comunicare annualmente attraverso la Relazione di Impatto, allegata al proprio bilancio economico, se sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati, eventuali cause di impedimento al raggiungimento degli stessi e i piani e gli impegni per il futuro.

#### **Le società benefit all'estero: tra storia e nuovi ordinamenti**

Nell'aprile 2010 il Maryland è diventato il primo Stato americano ad approvare la legislazione per le Benefit Corporation. A partire da gennaio 2013 in California, Hawaii, Illinois, Louisiana, Maryland, Massachusetts, New Jersey, New York, Pennsylvania, South Carolina, Vermont e Virginia hanno a loro volta approvato la legislazione permettendo la creazione di Benefit Corporation.

Dal gennaio 2016 in Italia sono state introdotte le Società Benefit, e questo ha reso l'Italia il secondo stato sovrano al mondo – dopo gli USA – a riconoscere questa tipologia di azienda a scopo di lucro. In Italia si contano oltre 900 Società Benefit, in decine di settori diversi. Durante la pandemia da Covid-19, molte aziende italiane hanno deciso di implementare questa nuova forma giuridica. In altri paesi europei, si stanno in questi ultimi due anni divulgando le legislazioni delle Società Benefit, oggi riconosciute anche in Francia.

#### **La certificazione B-Corp**

Oltre a questo grande cambiamento, la Cantina ha anche iniziato il percorso per ottenere la certificazione B-Corp. Essere certificati B-Corp indica che l'azienda soddisfa degli alti standard legati ai goals dell'Agenda 2030 valutati da un soggetto esterno e legati a fattori che spaziano dall'impatto ambientale a quello sociale ed economico.



**CHI SIAMO:  
IL 2021 IN NUMERI**

**270+**

ettari totali di vigneti coltivati

**85**

ettari di proprietà

**38**

fornitori di uve biologiche

**33.436 q**

di uva prodotta nel 2021

**PIZZOLATO**

Villorba (TV) | Veneto, Italia

LEGALE RAPPRESENTANTE Settimo Pizzolato

EXPORT MANAGER Sabrina Rodelli

**4**

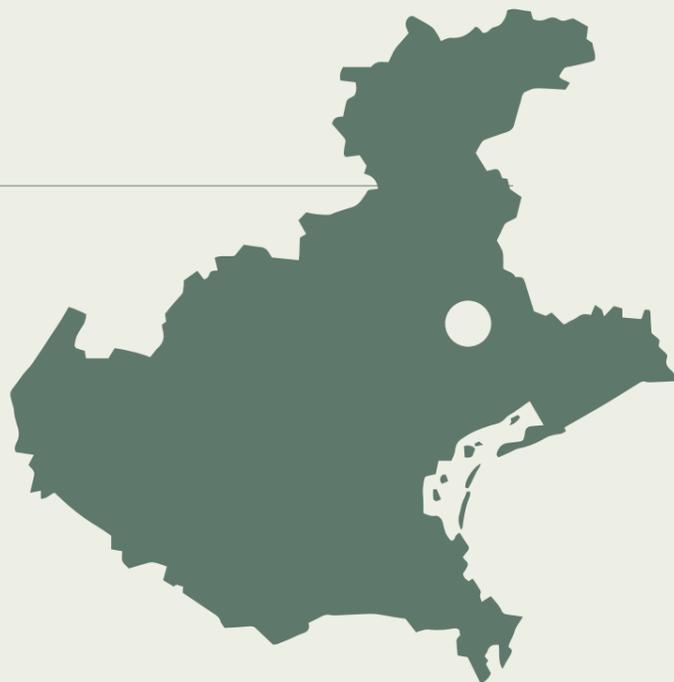
soci

**41**

collaboratori

**4**

lingue parlate



DISTRIBUZIONE ETTARI PER VARIETÀ D'UVA



UVE BIOLOGICHE

Glera  
Pinot Grigio  
Chardonnay  
Manzoni Bianco  
Merlot  
Cabernet Sauvignon  
Pinot Nero  
Raboso

UVE RESISTENTI (PIWI)

Cabernet Cortis  
Merlot Khorus  
Prior N  
Bronner  
Johanniter  
Sauvignier Gris

**8.894.743**

bottiglie prodotte nel 2021

**22 mln+**

Fatturato 2021

**90%**

di esportazione  
nel mondo



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

### **Vision**

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

### **Mission**

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

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

“Ci predisponiamo ad utilizzare elementi chiave che mai come oggi sono attuali come il rispetto per i cicli della natura, l'utilizzo di energia alternativa attraverso l'installazione di pannelli solari, il riciclo dell'acqua e l'utilizzo di tecnologie innovative e a basso consumo energetico” – afferma Settimo Pizzolato. Inoltre, anche la struttura è integrata perfettamente nel territorio che la ospita; è infatti rivestita

di assi di legno a Km0, provenienti dalle foreste di faggio del Cansiglio, controllate, gestite e trattate secondo le lavorazioni artigianali tipiche. Anche le etichette e i packaging dei prodotti sono a basso impatto ambientale.

La coltivazione biologica non è soltanto un obiettivo che persegue la cantina giorno dopo giorno, ma è sempre stata una scelta, uno stile di vita. Le difficoltà di coltivare in modo biologico si incontrano nel quotidiano quando le annate critiche mettono alla prova le coltivazioni e per proteggere l'uva si devono conoscere i sistemi naturali lavorando in maniera preventiva. È un cammino impegnativo ma per fortuna oggi la tecnologia ci permette di poter evitare e rifiutare l'utilizzo di elementi nocivi alla pianta, ai frutti e all'ambiente, proteggendo i vigneti con prodotti minerali a base di rame e zolfo. L'azienda effettua prove sul campo con gli agronomi, sperimenta nuovi prodotti in un continuo confronto con gli altri. Biologico è una parola che porta in sé concetti molto profondi, di rispetto, conoscenza, benessere e collaborazione.

Una delle nostre maggiori responsabilità è il rapporto con il cliente: da anni la cantina si rivolge a mercati italiani e esteri cercando di intrattenere e mantenere rapporti di fiducia e di assoluta trasparenza. Gli obiettivi principali, in questo campo, sono il soddisfacimento dei bisogni, delle richieste di mercato e l'elasticità e il dinamismo commerciale come strumenti per soddisfarle.

Una realtà dinamica che viaggia verso il futuro: ciò che contraddistingue l'intera filosofia aziendale è la puntuale convinzione che l'innovazione e la flessibilità aziendale siano fondamentali per soddisfare i bisogni di un mercato in continua evoluzione.

Da sempre per l'azienda è importante valorizzare la cultura del vino, avvicinando a questo mondo anche chi non sembra avere le giuste competenze. La cantina promuove eventi e manifestazioni che avvicinino in modo responsabile al mondo del vino e del biologico anche i giovani, in un'atmosfera che non dimentica mai quanto il vino sia anche cultura, condivisione e conoscenza.

I nostri valori

**EQUITÀ** **DIGNITÀ**  
**ONESTÀ** **DELLA**  
**E TRASPARENZA** **PERSONA**  
**IMPARZIALITÀ**

**VALORE** **CORRETTEZZA**  
**DELLE** **RISERVA**  
**RISORSE** **TEZZA**  
**UMANE**

**TUTELA** **TUTELA**  
**AMBIEN** **DEL CONS**  
**TALE** **UMATORE**

**AGRICOLTURA SANA**  
**E BIOLOGICA**

LEGENDA



100.000 bottiglie di vino fermo

100.000 bottiglie di vino frizzante/spumante

La storia aziendale





1994

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



1999

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



2007

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



2010

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



2012

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



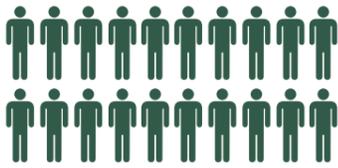
2016

L'azienda taglia il traguardo delle 4 milioni di bottiglie prodotte all'anno. Di queste, 2 milioni sono di spumante. Il successo delle bollicine lo decretano i Paesi scandinavi, con l'ingresso nei mercati di Norvegia, Svezia e Finlandia. Il marchio Pizzolato è presente in 18 Paesi. È l'anno del coronamento di un sogno lungo 35 anni: nasce la nuova cantina Pizzolato. Viene ampliata e potenziata l'area di vinificazione che raggiunge una capacità di stoccaggio di 34.000 ettolitri, così come la rinnovata linea di imbottigliamento che consentirà di raddoppiare la produttività. La struttura prevede ora anche nuovi uffici, una nuova sala degustazione e un nuovo wine shop. Una passerella sospesa consente inoltre di visitare tutte le parti produttive e ricettive aziendali.

**100%**  
energia  
autoprodotta



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



**COLLABORATORI**  
20-25

**2017**

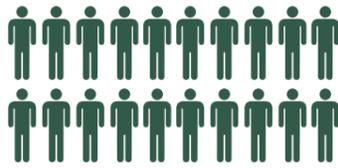
È l'anno del consolidamento delle scelte sostenibili, verso un'innovazione biologica dell'intera cantina, oltre che del prodotto. Tutto il tetto aziendale viene ricoperto da pannelli fotovoltaici che permettono di produrre il 100% di energia in maniera autosufficiente e viene installato un nuovo depuratore di acque per il riuso del 100% dell'acqua filtrata. La filiera produttiva viene rafforzata dall'installazione di altre 9 autoclavi da 900 ettolitri e, con uno sguardo rivolto alla ricerca e alle sperimentazioni, vengono messe a dimora nuove barbatelle di vitigni resistenti. Nascono i nuovi vini "H-Heros", gli spumanti della linea "Collezione" e il Metodo Classico Pizzolato.

**+10%**  
vendite

**91%**  
esportazione  
nel mondo



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



**COLLABORATORI**  
20-25

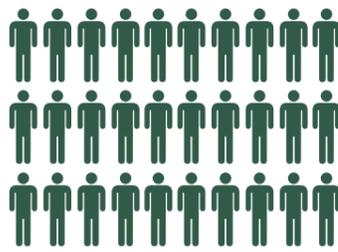
**2018**

Impossibile non ricordare il bollino rosso ottenuto a Merano Wine Festival e la medaglia d'argento all'AWC Vienna International per il Malanotte DOCG 2013, l'inserimento nella guida 5 StarWines di Vinitaly con 90/100 per lo Spumante Moscato Dolce 2017 e il secondo posto della classifica "100 Best Wine Buys" di Wine Enthusiast per il Prosecco Frizzante Pizzolato-Fields. In vigna, si sono consolidate le prime microvinificazioni da vitigni resistenti. Preziosi riconoscimenti anche alla cantina sostenibile che quest'anno a Vinitaly 2018 ottiene dal Mipaaf il premio "Eccellenza del paesaggio 2018" e inoltre ottiene l'inserimento all'interno dell'Arcipelago Italia durante la Biennale di Architettura di Venezia nella mostra dedicata allo "FreeSpace".

**+6%**  
vendite



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



**COLLABORATORI**  
25-30

**2019**

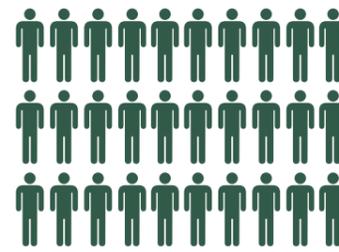
Dopo un paio di anni di ricerca e sviluppo in vigna e di lavorazioni e sperimentazioni in cantina per la prima volta viene ufficialmente presentato il primo vino da vitigni resistenti Piwi: il Novello 2019. Questo prodotto rappresenta un grande risultato per la Cantina sia in termini qualitativi che di vendite. Nasce inoltre una nuova linea di vini denominata "M-Use", composta da 2 spumanti: un Rosè Extra Dry e un Pinot Grigio Extra Dry. Bollicine eleganti contraddistinte da una bottiglia di design realizzata non più come un semplice contenitore di vino ma come un prodotto esclusivo che potrà assumere una seconda vita.

**+40%**  
vendite

esportazione in  
**35**  
paesi nel  
mondo



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 620.000 vino fermo  
circa 5.000.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
30

**2020**

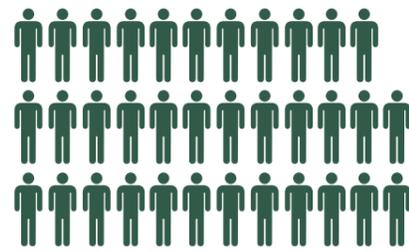
L'anno della pandemia fa mutare alcuni progetti che vedono comunque la loro realizzazione: l'adattamento al cambiamento, il continuo rinnovarsi fanno sì che la cantina riesca a raggiungere obiettivi straordinari. La linea di vini Piwi viene integrata con altre 3 referenze e il settore di ricerca e sviluppo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

**+24%**  
vendite

**+24%**  
vendite



**BOTTIGLIE PRODOTTE**  
circa 750.000 vino fermo  
circa 9.000.000 vino frizzante/spumante



**COLLABORATORI**  
30-35

**2021**

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

L'ANNO IN CORSO

## DOVE SIAMO

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

→ **Prosecco DOC**, la cui zona di produzione si trova nell'area Nordorientale dell'Italia e più precisamente nei territori ricadenti in 4 province del Friuli-Venezia Giulia (Gorizia, Pordenone, Trieste e Udine) e in 5 province del Veneto (Belluno, Padova, Treviso, Venezia, Vicenza), uno dei territori più belli della penisola italiana e dalle condizioni climatiche uniche. Quando la raccolta delle uve, la vinificazione e l'imbottigliamento avvengono completamente nelle province di Treviso e Trieste, si possono usare le menzioni speciali Prosecco DOC Treviso e Prosecco DOC Trieste. Due province che, nel corso della storia, hanno ricoperto un ruolo fondamentale per la produzione del Prosecco.

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

→ **Conegliano-Valdobbiadene Prosecco DOCG**, ossia la massima espressione qualitativa del Prosecco. In questa zona, Patrimonio dell'UNESCO, le viti vengono lavorate interamente a mano, data la natura impervia del territorio.

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

→ **Malanotte del Piave DOCG**, la cui zona di produzione come si evince dal nome, comprende i territori della media-bassa pianura lungo il fiume Piave caratterizzati da un clima temperato con estati calde e inverni mai troppo freddi.

→ **Venezia DOC**, la cui area di produzione comprende le province di Venezia e Treviso. Durante il Medioevo i Monaci Benedettini della zona contribuirono all'espansione delle terre coltivate a vite e, a partire dall'800, i monasteri diventarono importanti punti di riferimento per l'attività viticola ed enologica.



VALDOBBIADENE

CONEGLIANO

VILLORBA

TREVISO

VENEZIA

● Prosecco DOC

● Conegliano-Valdobbiadene Prosecco DOCG





### Le sedi: Villorba e Giavera

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

La moderna sede esalta l'importanza della storica villa: un grande edificio del Cinquecento, in perfetto stile Palla-

diano, rappresentato in numerose mappe di Villorba (TV), anche risalenti al 1680. La casa Pizzolato è da sempre simbolo di ospitalità e di unione familiare, tanto da essere raffigurata nello stemma aziendale, raccontando l'origine di una storia che contribuisce alla crescita di un'intera società e ne consolida i principi fondanti.

Oltre alla sede di Villorba, La Cantina Pizzolato dispone di un centro logistico a Giavera del Montello, a 2 chilometri dalla sede produttiva. Il vino imbottigliato e confezionato in pallets viene trasportato nel magazzino che ha una dimensione di 2500 mq e una capacità di stoccaggio di circa 1000 bancali, con tre porte di carico e scarico. Qui, il vino disposto su file ordinate è conservato ad una temperatura controllata di 18-20°C in modo tale da preservare le proprietà organolettiche dei diversi prodotti.



**Per un corridore il momento più esaltante non è quando si taglia il traguardo da vincitori. È invece quello della decisione, di quando si decide di scattare.**

### **1981-2021: 40 anni di bio, tra storia e tradizioni di famiglia**

“Ci sentiamo molto rappresentati da questa citazione che esprime a pieno il sentimento che ci anima per il particolare evento che stiamo celebrando. Una ricorrenza, quella dei 40 anni di esperienza nel mondo del biologico, che mai come oggi assume un significato particolare”

#### **1981-2021: 40 ANNI DI BIO.**

È proprio quel momento di svolta, quello scatto di Settimo, avvenuto nel lontano 1981 assieme a suo padre, che ha portato il Gruppo Pizzolato a raggiungere nel 2021 un traguardo importantissimo: festeggiare 40 anni di impegno e lavoro nel settore del biologico. Sono stati decisamente anni colmi di storia, capitoli interi che ogni giorno hanno parlato e parlato tutt'oggi di persone, di azienda, di scelte, di vini e vitigni, di ambiente e di ricerca. La speciale occorrenza, in questo bilancio sociale, viene raccontata attraverso un'intervista a Settimo Pizzolato, legale rappresentante del Gruppo Pizzolato.

### **Come ti ricordi quel salto in avanti fatto con tuo padre, per arrivare oggi a questo importante traguardo?**

“Ricordo ancora con precisione i giorni in cui io e mio padre abbiamo dato una svolta a questa azienda. Era il dicembre 1980 e mio padre mi disse: “Sono stanco”. Un uomo che aveva iniziato a lavorare prestissimo, all'età di circa 13 anni, alla soglia dei 60 anni si sentiva un carico sulla schiena che all'epoca cominciava davvero a pesare. “Vorrei chiederti di aiutarmi nella gestione aziendale. Io sto perdendo un po' le energie”. Queste frasi mi colpirono moltissimo e allo stesso tempo mi inorgoglivano. L'indomani accettai subito: “Solo ad una condizione, papà: quella di eliminare interamente tutti i prodotti chimici che stiamo utilizzando. Ti farò uno studio delle prospettive future che può portarci una conduzione senza prodotti chimici, biologica”. Ad oggi sono felice che questa scelta si sia rivelata quella giusta.”

### **Se ti guardi indietro, qual è uno dei ricordi indelebili di questi 40 anni di esperienza nel settore bio?**

“Sicuramente gli occhi emozionati di mio padre alla vista del primo tir arrivato in cantina per caricare i primissimi quattro bancali di vino certificato bio: due sarebbero andati a Mr. Sepp Angermeier e gli altri due a Mr. Gerald Bartke, amici-clienti con cui ancora oggi collaboro in Germania. Era il 1994”.

### **Hai un sogno nel cassetto?**

“Dopo 40 anni posso dire con fermezza che sto vivendo uno dei miei sogni più grandi proprio ora. La mia cantina è frutto di un lavoro di squadra che porto sempre a mente. Ho comunque ancora tanti sogni nel cassetto: uno di questi è di poter ospitare più gente possibile nella mia tenuta. Sogno di poter regalare a chi viene a trovarci una vera esperienza sostenibile, in cui sia possibile SOFFERMARSI a conoscere e a degustare i nostri vini. Per entrare nel mondo del vino c'è bisogno di tempo, dedizione e curiosità”.



# 40 ANNI DI BIO 1981-2021

## Il 40esimo compleanno sui social: una campagna dedicata

L'anno Per celebrare il 40esimo anno di attività nel mondo biologico, il team Social Media Marketing della cantina ha elaborato una campagna social strutturata con video e foto con l'obiettivo di raccontare i quarant'anni di attività della cantina e le innovazioni tecnologiche che ha perseguito. Ogni video raccontava l'evoluzione dell'azienda dagli anni '80 ad oggi tra pareri e opinioni in un dialogo a tu per tu tra vari componenti dello staff Pizzolato. Si è cercato di trasmettere attraverso i vari racconti il percorso evolutivo del mondo biologico Pizzolato attraverso nuove buone pratiche, tecnologie avanzate e crescita del personale. I video

sono stati poi sostenuti da scatti fotografici con l'obiettivo di raccontare qualche aneddoto in più di questi 40 anni Pizzolato, come ad esempio le foto famigliari di ieri e di oggi (vedi foto figli con Settimo Pizzolato).

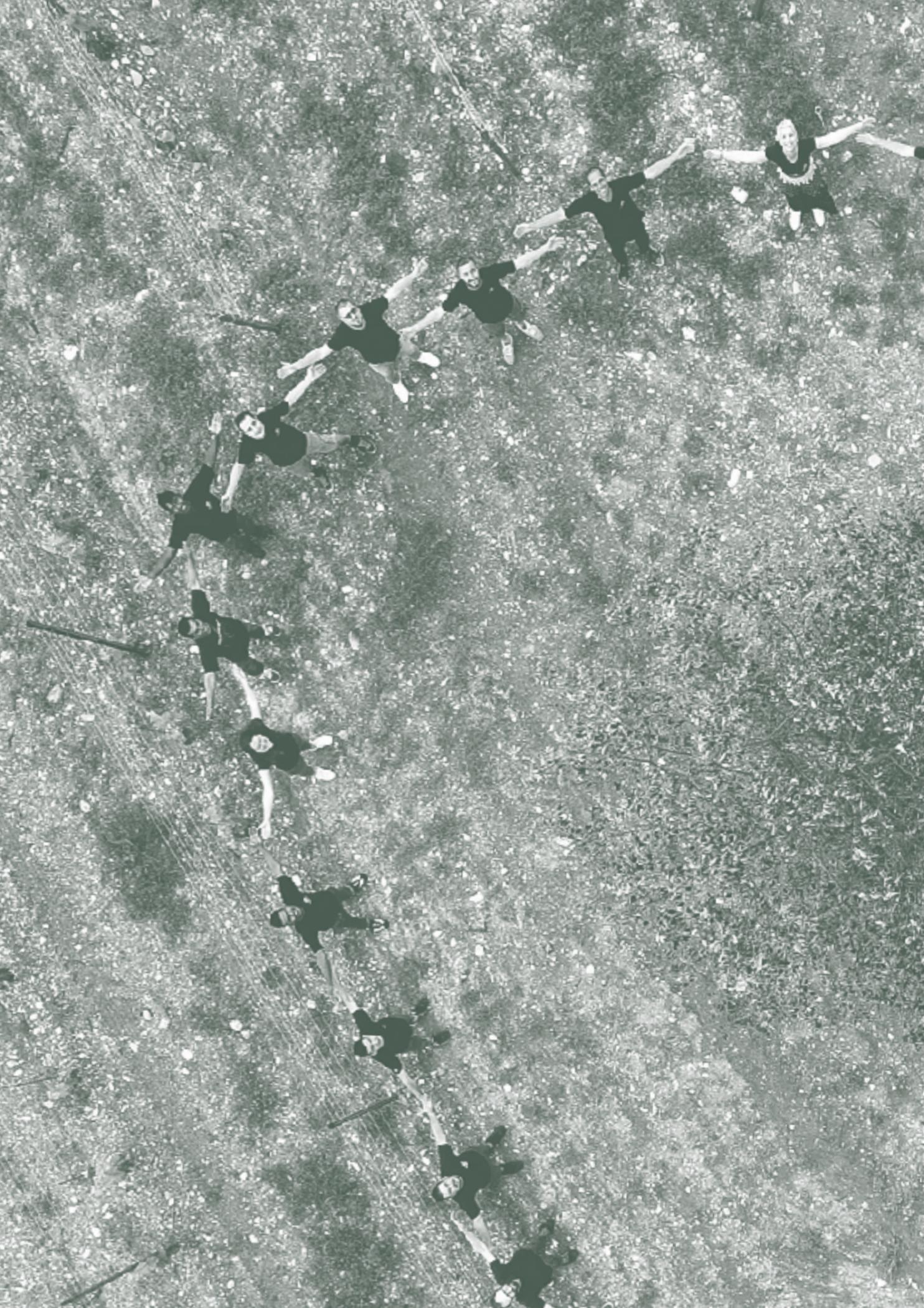
*"Abbiamo voluto creare un racconto a blocchi per tutto l'anno 2021, suddividendole in argomenti. Siamo partiti dalle radici dell'azienda Pizzolato attraverso il racconto in prima persona di Settimo Pizzolato. Una serie di contenuti che ci hanno permesso di raccontare scatto dopo scatto l'impegno e la dedizione che ogni giorno la famiglia Pizzolato ha dedicato e sta dedicando al biologico e alla sua evoluzione nel tempo."*



**40**  
PIZZOLATO  
ORGANIC WINE  
1981-2021  
40 ANNI DI BIOLOGICO  
UNA STORIA CHE  
GUARDA AL FUTURO!

## Una grappa per celebrare Gino Pizzolato

Il 2021 è stato un anno significativo per la storia della cantina. Oltre a festeggiare il 40° anniversario di attività, lo scorso 12 dicembre Gino Pizzolato, padre di Settimo, avrebbe compiuto 100 anni. Una figura fondamentale quella di Gino: proprio al suo fianco, infatti, Settimo Pizzolato ha iniziato il magnifico percorso all'insegna del biologico, con l'obiettivo di produrre un vino che facesse bene sia all'ambiente che alle persone. Proprio per questo motivo il Gruppo Pizzolato ha voluto celebrare questo traguardo importante, dedicandogli, da questo momento in poi, le nuove etichette dei distillati bio, la Grappa Prosecco e la Grappa Riserva, l'Amaro e l'Amaretto. Sulle nuove bottiglie è presente infatti una foto storica che raffigura Gino assieme all'amata moglie Giselda, donna che l'ha accompagnato e supportato nel corso della vita. "Quest'anno mio padre Gino avrebbe compiuto 100 anni e esattamente 40 anni fa presi la decisione di affiancarlo nell'Azienda Agricola di famiglia intraprendendo la strada del viticoltore. – racconta Settimo Pizzolato – È proprio in memoria dei miei genitori e di questo grande insegnamento che spesso, durante il 2021, ho avuto modo di ricordare la storia vissuta sin qui, di raccontare con orgoglio i nostri successi aziendali ma al tempo stesso di trovare il giusto tempo per riflettere sugli errori e sulle incertezze che hanno caratterizzato questi ultimi anni". Il 12 dicembre è stato poi festeggiato il compleanno assieme a tutta la famiglia Pizzolato, attraverso un emozionante ritrovo di famiglia presso l'Agri-Wine Bar. Per l'occasione Settimo Pizzolato ha omaggiato i suoi familiari con un libro fotografico che rappresentava gli anni di storia di Gino e Giselda e dell'intera famiglia.



## 02 IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

---

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

In questo Bilancio Sociale, gli stakeholder sono divisi in interni (soci e dipendenti) ed esterni (clienti/fornitori, banche, ambiente e enti di controllo, istituzioni e collettività).

Gli stakeholder sono stati individuati dal gruppo di lavoro che ha determinato ciascuna categoria tenendo conto di quanto segue:

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

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

Grazie all'analisi condotta per l'identificazione degli stakeholder sono emerse delle tematiche rilevanti per ciascuna categoria individuata. Tali tematiche sono state successivamente valutate e descritte in ogni paragrafo che segue.

## Mappa degli stakeholder

### QUESTIONARI COMPILATI PER CATEGORIA

→ **Collaboratori 41**  
(dipendenti)

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

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

→ **Clienti e  
Distributori 16**  
(Italia e Estero)

→ **Consulenti 6  
Esterni**

→ **Banche 3**

→ **Scuole  
e Istituti 3**

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

→ **Media 2**



### TemI rilevanti

#### IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE

- Valore del marchio e reputazione aziendale;
- Ottenimento di buone performance economiche, avendo cura che il valore generato contribuisca al miglioramento continuo del servizio;
- Selezione e gestione della catena di fornitura non solo in termini economici, ma anche qualitativi e ambientali;
- Qualità dei prodotti e dei servizi offerti;
- Rintracciabilità della filiera dalla materia prima al prodotto finito;
- Comunicazione trasparente e diretta con gli stakeholder;
- Impiego di un codice etico nella gestione del business.

#### IMPATTO AMBIENTALE

- Approvvigionamento e consumo responsabile dei materiali;
- Riduzione dei rifiuti prodotti e scelta di metodi di smaltimento responsabili, valorizzando temi come il riciclo e riutilizzo dei prodotti immessi sul mercato;
- Diminuzione dell'impatto ambientale e utilizzo di fonti di energia rinnovabile;
- Investimenti e ricerche per processi e prodotti che siano definiti sostenibili;
- Ricerca e sviluppo di soluzioni sostenibili che impattino sempre meno nella gestione del vigneto;
- Ricerca e sviluppo di soluzioni sostenibili che impattino sempre meno nella gestione della cantina;
- Investimenti in pratiche di riduzione di CO<sub>2</sub> e dei consumi idrici.

#### IMPATTO SOCIALE

- Cura del cliente e del potenziale cliente, nell'assistenza e nella cortesia;
- Salute e sicurezza del consumatore;
- Formazione e corsi di aggiornamento per il personale dipendente;
- Qualità occupazionale e creazione di nuovi posti di lavoro;
- Welfare aziendale, sicurezza dei dipendenti e organizzazione del lavoro;
- Trasparenza nella comunicazione dei principi e degli obiettivi aziendali (social, bilancio sociale, siti internet ecc.);
- Organizzazione di attività di marketing, eventi, tour e degustazioni guidate per la valorizzazione della cultura del vino biologico;
- Valorizzazione del territorio attraverso iniziative verso la comunità.

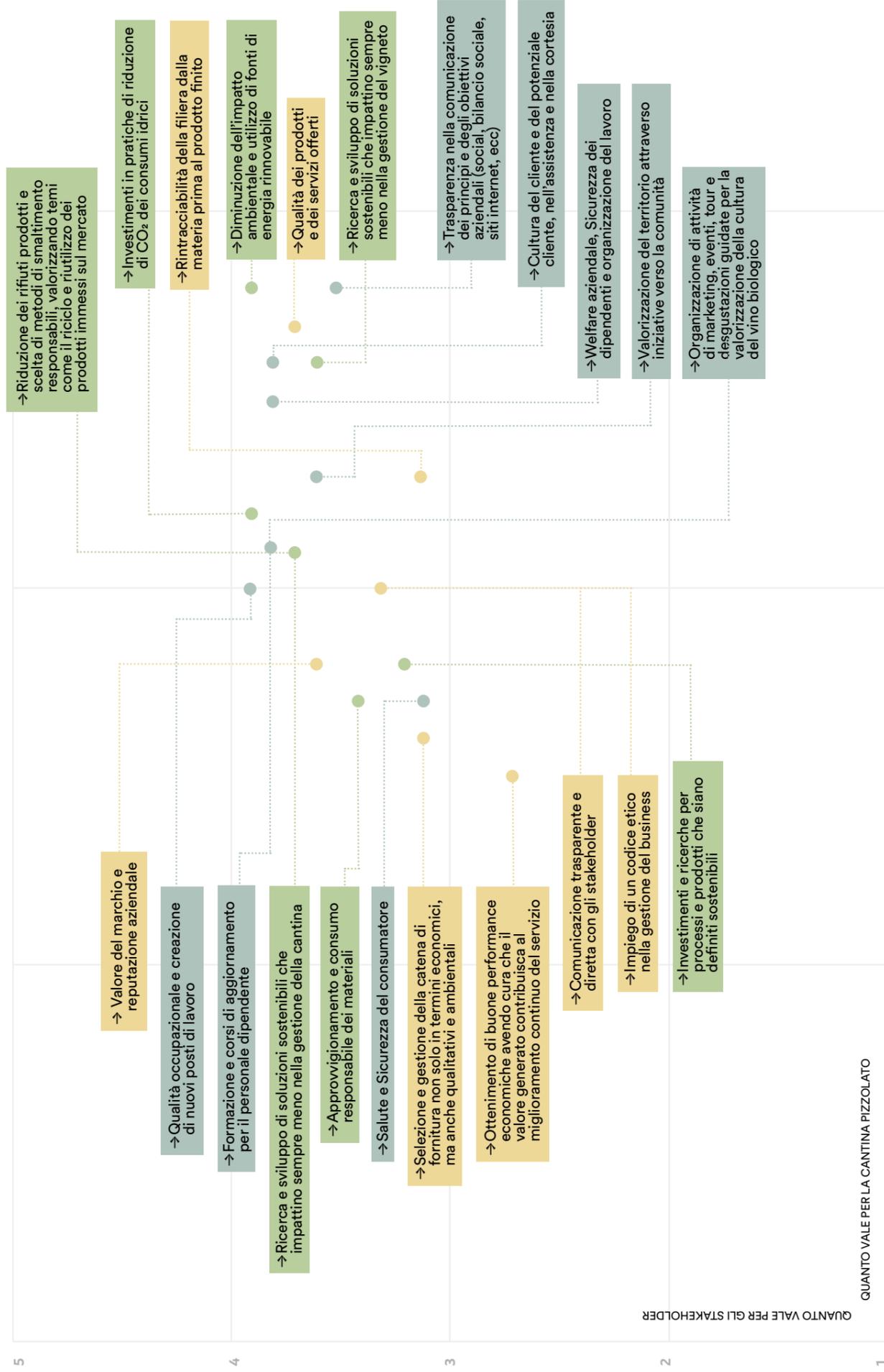
### Matrice di materialità

LEGENDA

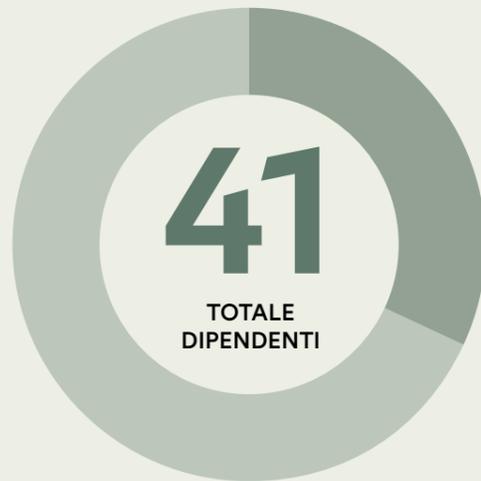
● IMPATTO SOCIALE

● IMPATTO AMBIENTALE

● IMPATTO ECONOMICO E DI GOVERNANCE



## I DIPENDENTI



UOMINI: 28  
DONNE: 13  
UNDER 35 UOMINI: 11  
UNDER 35 DONNE: 8  
% DONNE: 32%



UOMINI: 22  
DONNE: 9  
% DONNE: 29%



UOMINI: 6  
DONNE: 4  
% DONNE: 40%

### CHI È ANDATO VIA

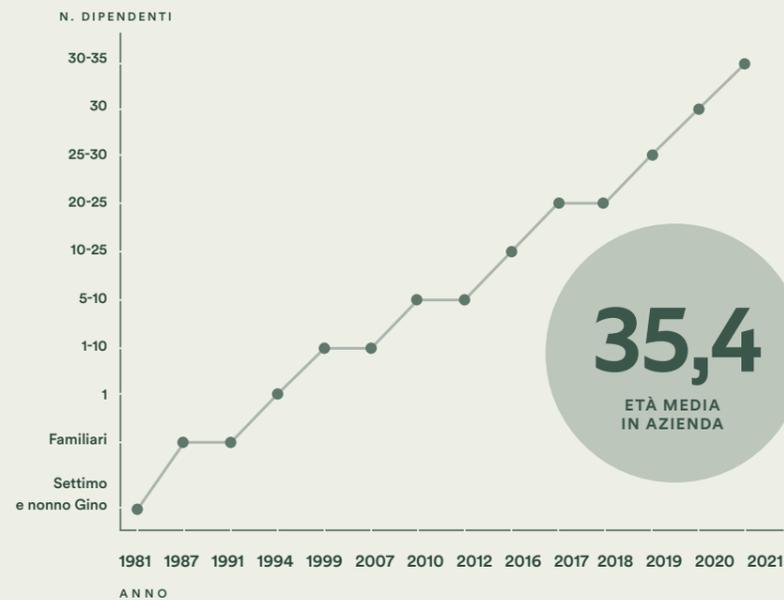
**1 → 2**

2020 2021

### NUOVI ARRIVATI

**2 → 8 → 5**

2020 2021 2022



### La formazione dei dipendenti



Il Gruppo Pizzolato considera le sue risorse umane come una vera e propria ricchezza e per questo motivo investe in diverse ore di formazione, coinvolgendo tutto lo staff durante l'anno, in base alle differenti attività aziendali. È opportuno scindere la formazione tra quella facoltativa e quella obbligatoria: quest'ultima è principalmente legata alla sicurezza e alla salute sul luogo di lavoro e generalmente viene programmata ad inizio anno e svolta presso la sede. Nel 2021 la formazione dei dipendenti si è rivolta principalmente a:

- formazione e corso antincendio;
- corso primo soccorso;
- corso di formazione in ambienti confinati o sospetti di inquinamento;
- corso rischi specifici attività;
- formazione e corso per addetti alla conduzione di carrelli industriali elevatori semoventi.

### Totale ore corsi per dipendenti: 58

#### Formazione anno 2021

Argomenti	Ore/partecipanti
→ SICUREZZA	8 ore totali (1 persona)
→ SICUREZZA	4 ore totali (1 persona)
→ PATENTINI	8 ore totali (2 persone)
→ ENOLOGIA	8 ore totali (2 persone)
→ ENOLOGIA	12 ore totali (2 persone)
→ ENOLOGIA	4 ore totali (2 persone)
→ UFFICI	14 ore totali (2 persone)

Importanti sono anche i momenti di condivisione e aggregazione, per questo la cantina organizza ogni anno delle uscite e cene aziendali. Durante il corso 2021 è stato molto complicato poter ritrovare una convivialità assieme a tutti i dipendenti che è riuscita solo a fine anno con una gita fuori porta nel veronese visitando due cantine.

## Il progetto di coaching aziendale

### ASCOLTIAMOCI - percorso di benessere collettivo



A fine 2021 il Gruppo Pizzolato sente l'esigenza di strutturare l'organico, poiché l'azienda stava crescendo sia economicamente che come numero di risorse. Questo sviluppo portava con sé una complessità nuova. Consapevole dell'ampiezza del tema, l'azienda ha scelto di affidarsi ad una Coach, specializzata in Agile HR (gestione delle risorse umane attraverso la metodologia Agile) e certificata CHO (Chief Happiness Officer), con l'intento di migliorare l'organizzazione e dare valore alle proprie persone, valorizzandone le competenze. Nel 2021 l'azienda ha deciso di perseguire un primo obiettivo: valutare il clima interno e il livello di soddisfazione e coinvolgimento delle persone nel proprio lavoro. Per farlo, sono stati scelti due strumenti:

- somministrazione del Gallup Q12, un questionario anonimo per la misurazione del coinvolgimento, unito ad un questionario di domande aperte per cogliere suggerimenti dal personale;
- interviste individuali a tutti i dipendenti per valutare "dal basso" il percepito.

Questa prima fase di analisi di clima aziendale e ascolto ha consentito al Gruppo Pizzolato di avere dati oggettivi sullo stato dell'arte dell'azienda, con l'obiettivo di partire dai risultati emersi per strutturare un piano d'azione preciso

e concreto. Attraverso il modello di indagine quantitativo sono stati analizzati il clima in generale e il livello di coinvolgimento dei collaboratori. Con le interviste individuali, sono state individuate le problematiche più profonde, andando a mappare i pattern comuni a più risorse. I risultati delle indagini hanno permesso di individuare le prime aree di intervento per il 2022:

- riorganizzazione interna: verifica che ci siano le persone giuste al posto giusto;
- organigramma: costruzione di un organigramma coerente e analisi delle eventuali posizioni mancanti;
- selezione: individuazione di profili specializzati per portare know-how;
- comunicazione: miglioramento della comunicazione interna, top-down e tra pari;
- senso di appartenenza e coinvolgimento.

Questo percorso di benessere collettivo è appena iniziato. L'azienda ha intenzione di investire in maniera sempre più efficace e ampia nel progetto di coaching e nel benessere del dipendente. Tutte le attività hanno lo scopo di migliorare il clima aziendale poiché è attraverso questo che si migliora la felicità delle persone, portando ancor più valore aggiunto all'azienda stessa, in un flusso continuo di scambio reciproco.

## ORGANIZZAZIONE + BENESSERE

1. ORGANIZZAZIONE
2. RICONOSCIMENTO
3. CRESCITA
4. LEADERSHIP

- Mansionario
- Organigramma
- Livelli di delega
- Eventuali assunzioni
  
- Creazione di momenti di feedback strutturato
- Costruzione di momenti di ascolto delle esigenze operative
- Organizzazione di incontri periodici
  
- Costruzione percorsi di crescita
- Strutturazione piano di formazione
  
- Mentoring sulle persone su cui puntiamo
- Coaching per i soci





## Il Codice BSCI e il codice etico



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

Il Gruppo Pizzolato sviluppa ormai da anni anche un codice ETICO. Il codice etico aziendale, detto anche codice di condotta, è un documento contenente una serie di regole sociali e morali redatte dall'azienda e alle quali tutti i membri della società devono attenersi. È la carta dei diritti e dei doveri fondamentali dove vengono definite le responsabilità etico-sociali (sia verso l'interno, che verso l'esterno) dell'impresa e i valori che abbraccia: è volontaria e non è vincolante ai sensi di legge. Il suo scopo è quello di ricordare, a tutti e sempre, lo spirito che anima l'azienda e il motivo per il quale è stata creata. La necessità di dotare l'azienda di un codice etico nasce da un problema di fondo di tutti i contratti collettivi nazionali. Questi, infatti, disciplinano molti aspetti della vita aziendale, ma ne trascurano altri. Come,



appunto, le norme di comportamento morale ed etico - sia individuale che collettivo - all'interno di un organismo impresa. I valori, la mission e la vision aziendale, i punti di riferimento e la spinta verso il futuro: sono questi gli elementi fondanti del codice di condotta. In una dimensione più ampia, il codice etico dell'azienda definisce qualità e competitività in quanto catalizzatore di crescita. Di norma, la carta dei diritti e dei doveri fondamentali di un'impresa ha come punti di riferimento i seguenti principi: uguaglianza, equità, riservatezza, tutela della persona e dell'ambiente, onestà, imparzialità e trasparenza.

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



Aspetto significativo è l'apertura ai progetti di alternanza scuola-lavoro con cui si rapporta l'azienda ogni anno. Questa nuova modalità didattica permette allo studente, attraverso l'esperienza pratica, di consolidare le nozioni acquisite durante il periodo scolastico e testare sul campo le attitudini reali oltre che cercare di arricchire la propria formazione. Il Gruppo Pizzolato assegna un tutor allo studente consegnandogli dei progetti e degli obiettivi da perseguire. L'alternanza scuola-lavoro non è solo importante per lo studente, ma anche per l'azienda stessa che riesce in questo modo ad avvicinarsi al lavoratore del futuro, al consumatore del futuro

e trarne spunti interessanti sotto diversi profili. Il settore degli stage è rallentato nel corso del 2021, ma in completa sicurezza, l'azienda è riuscita ad avere in presenza alcuni studenti. Il numero di stagisti totali nel corso dell'anno 2021 considerando sia stage universitari che progetti alternanza scuola-lavoro sono stati:

### N° STAGISTI ANNO 2021: 8

*in collaborazione con: Licei di Treviso, Istituto Cerletti di Conegliano / Alternanza Scuola Lavoro / Università regionali.*

## I FORNITORI

Sebbene Il gruppo Pizzolato abbia visto il suo marchio affermarsi nei più strategici mercati esteri, non è mai venuto meno lo sguardo verso il proprio territorio. Per tale motivo, l'azienda, ponendo molta attenzione, seleziona con criterio i soggetti, partner e fornitori che collaborano con essa. In quest'ottica di lavoro, per l'acquisto di materie prime, semi-lavorati, materiali per il packaging e per i prodotti alimentari utilizzati per l'Hospitality, vengono promossi fornitori locali, provenienti per la maggior parte dalla provincia di Treviso. Considerevoli sono anche le collaborazioni sviluppate nel settore amministrativo/contabile, sia per la specificità del settore considerato sia per la migliore qualità dovuta alla conoscenza della zona. Qui di seguito riportiamo alcune testimonianze delle relazioni intercorse nel 2021 con alcuni dei fornitori del gruppo Pizzolato:

*Il mio rapporto con la cantina Pizzolato nasce dall'amicizia e dalla stima reciproca che esistono da tempo con il suo fondatore SETTIMO. Quando ho iniziato ad occuparmi della campagna di famiglia, è stato naturale affidarmi alla vostra cantina. Ora dopo alcuni anni di reciproca collaborazione, continuo ad essere soddisfatto della mia scelta per la serietà trovata e per l'innovazione continua della quale anch'io come fornitore posso beneficiare.*

**FAUSTO BETTIOL**

*La ns. Azienda Agricola "NATURALIDEA" ha iniziato il rapporto con "La Cantina Pizzolato" circa cinque anni fa come conferitrice di uva biologica, condividendo pienamente l'ideale di sostenibilità e rispetto verso l'ambiente; lo stesso nome scelto per la ns. Azienda funge da testimonianza. Ci sentiamo soddisfatti del rapporto di collaborazione instaurato nel tempo e della simpatia sorta con il personale ma soprattutto siamo fieri di poter condividere i ns. valori e la ns. corrente di pensiero. Confidiamo in una collaborazione ancora lunga e prospera auspicando, reciprocamente, un avvenire propizio.*

**AZ. AGR. "NATURALIDEA" S.S.**

*La meravigliosa Cantina Pizzolato, che come pochissime rispetta e cura il benessere dell'uomo attraverso il biologico perché ne ha fatto un proprio stile di vita, si è aggiudicati la medaglia d'oro al Vinitaly Official con l'etichetta Back To Basic da noi prodotta. Sanfaustino Label è fiera di aver contribuito a questo successo del 2021 che ha rafforzato la partnership già in crescendo negli ultimi anni, grazie a tante emozioni e successi condivisi. Entrambe le aziende hanno in comune l'obiettivo di ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente, l'autenticità e l'intelligenza delle persone stimola, incoraggia e favorisce il successo. Sanfaustino Label si congratula con tutto il personale, personalmente ringrazio Federica, Serena, Sabrina e Settimo Pizzolato per la dedizione, l'entusiasmo e la passione trasmessi in ogni situazione.*

**SAN FAUSTINO LABEL**

*Il biologico non è una scelta ma uno stile di vita. Passione, cura e dedizione radicano nella terra e trasudano dalle piante attraverso le foglie e i suoi frutti. La famiglia Bonotto passa l'amore per le sue vigne alla famiglia Pizzolato perché sa coglierne il valore e portarlo nel bicchiere.*

**DEMETRA**

*Ripercorrendo la storia del rapporto che mi lega a Voi da sei anni a questa parte, ne ricavo solo considerazioni estremamente positive: secondo la mia esperienza il rapporto coi conferitori è improntato alla massima trasparenza, correttezza, puntualità, oltre ad essere assolutamente lodevole e raro l'impegno divulgativo delle migliori pratiche agronomiche profuso in occasione degli incontri organizzati. Quanto poi alla sostenibilità ambientale della Vostra meravigliosa cantina che è un fiore all'occhiello per tutta la zona del triveneto senza necessità di ulteriori commenti, al welfare aziendale che ben si coglie dall'estrema efficienza e disponibilità dei Vostri dipendenti, alla valorizzazione della cultura biologica anche attraverso l'organizzazione di eventi a vantaggio delle persone in generale, posso solo riconfermare la sincera convinzione con cui ho attribuito il massimo dei voti ad ogni singola voce.*

**ALBERTO LOT**



## GLI ENTI DI CONTROLLO



### Valoritalia

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

dalle DOC Piave fino al Prosecco DOC. Il controllo documentale e la tracciabilità dei vini e la veridicità degli imbottigliamenti avvengono a garanzia del consumatore.



### Bios

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

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

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





## 03 L'IMPATTO AMBIENTALE

---



La filosofia aziendale si differenzia per la sua dinamicità, una cantina proiettata al futuro, al miglioramento continuo e ad identificare il cambiamento come opportunità e mai come ostacolo alla stabilità. Uno staff che, soprattutto nel lavoro in agricoltura, fa tesoro delle esperienze passate, di 5 generazioni fa, studiando il prodotto finito e analizzando ogni fase della filiera produttiva e tutti gli aspetti economici, ambientali e etici che questo comporta. Fare biologico significa approcciarsi ad un modo di produzione agricola che rifiuta l'uso di prodotti sintetizzati chimicamente come la maggior parte dei pesticidi, diserbanti e concimi per ridurre la dipendenza dai macchinari agricoli e salvaguardare la biodiversità delle sementi. Inoltre, l'agricoltura biologica aiuta a mantenere il sapere tradizionale agri-

colo e locale e a garantire un'alimentazione sana ed equilibrata. Alla base del pensiero dell'agricoltura biologica c'è la volontà di entrare in armonia con la natura perseguendo criteri di sostenibilità. In sintesi, si può dire che si rinuncia all'utilizzo di prodotti fitosanitari e a concimi chimici di sintesi e che le difese immunitarie delle vigne, in questo caso, sono sollecitate con i fertilizzanti organici e cure naturali. Le piante che crescono spontaneamente non sono estirpate poiché fungono da rifugio per gli animali utili e, come paciamatura, proteggono il prezioso strato di humus impedendo l'erosione del suolo. Il lavoro dell'uomo è accuratamente sostenuto, certificato e valorizzato da enti di controllo con cui l'azienda intrattiene rapporti lavorativi quotidianamente.

## LA SOSTENIBILITÀ IN VIGNETO



### VITICOLTURA SOSTENIBILE

Viticultura altamente specializzata con macchinari di ultima generazione;

Utilizzo di soli atomizzatori a recupero; Lavorazione interceppo senza utilizzo di erbicidi (gestione meccanica delle infestanti).

### LOTTA INTEGRATA E BIOLOGICA

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

### ACQUA

100% irrigazione a goccia in tutti i vigneti, evitandone gli sprechi.

### AGRONOMI

2 enologi interni e 1 agronomo esterno.



### VIGNETI

100% biologici con vitigni autoctoni; Ricerca e micro vinificazioni con uve da vitigni resistenti (2/4 trattamenti annui); Progetto "Mi.Di.Fen.Do": individuazione di microrganismi che producono composti organici volatili in grado di attivare nella vite le vie di difesa contro la FD (flavescenza dorata).

### LA VIGNA

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

### VENDEMMIA

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

### AZIONI SOSTENIBILI / INVESTIMENTI / SVOLTE IN VIGNETO NEL 2021

Nel corso dell'annata 2021 l'azienda Pizzolato ha applicato le seguenti strategie per implementare la sostenibilità nel vigneto:

- eliminazione durante il periodo di potatura delle "mumie" che favoriscono lo sviluppo del back rot;
- ottima distribuzione della fascia produttiva per non avere affastellamenti e migliorare la qualità delle uve;
- utilizzo di dosi differenti di concime organico in funzione della vigoria e delle asportazioni;
- continuazione del progetto "Mi.Di.Fen.Do" con il CREA;
- messa in opera di stazioni di monitoraggio dei dati meteo.
- utilizzo dei modelli previsionali delle malattie dei vigneti (Peronospora, Oidio, Black rot, Botritis etc.) come D.S.S. (sistemi di supporto alle decisioni) per ridurre al minimo l'utilizzo degli agrofarmaci;
- tempestività di intervento ed utilizzo di dosi molto basse di agrofarmaci;
- utilizzo di macchine irroratrici a recupero del prodotto che consentono un recupero e quindi di un risparmio medio annuo di circa il 30-40% degli agrofarmaci;
- taratura delle irroratrici per una migliore copertura uniforme della vegetazione ed impostazione delle velocità ottimali nelle varie fasi in funzione dello sviluppo della vegetazione;
- interventi meccanici tempestivi per il controllo dello sviluppo delle erbe infestanti nel sottofila;
- interventi tempestivi di cimatura e di sfogliatura per migliorare le condizioni microclimatiche all'interno della chioma per contrastare lo sviluppo di malattie crittogame (peronospora, oidio, botrite);
- controlli capillari durante la fase di sviluppo vegetativo dei vigneti per capire la diffusione dello Scafoideus Titanus (vettore della Flavescenza Dorata) e delle altre cicaline possibili vettori (Erasmoneura e altre) e anche la eventuale presenza di Hyalesthes obsoletus vettore del Legno Nero;
- utilizzo di misure preventive e di controllo di questi insetti attraverso l'utilizzo di mezzi fisici (caolino) o prodotti naturali (piretro naturale con diversi prodotti commerciali);
- utilizzo di trappole per controllare la presenza e l'evoluzione delle tignole della vite per decidere di effettuare il trattamento solamente quando questi insetti possono creare dei danni economici all'uva;
- monitoraggio della presenza e della diffusione delle cocciniglie ed eventuale inserimento di insetti predatori per il loro controllo.

## Le certificazioni dei vini a garanzia del consumatore



Agricoltura Italia

### Agricoltura UE – Euromarchio

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

Caratteristiche del marchio:

- Il logo europeo si DEVE apporre ai prodotti chiusi confezionati ed etichettati, con una percentuale prodotto di origine agricola Bio di almeno il 95%;
- Il logo europeo è FACOLTATIVO nei prodotti con le stesse caratteristiche ma provenienti da Paesi terzi;
- Il logo europeo è PROIBITO nei prodotti con un % Bio inferiore al 95%.

Accanto al logo europeo devono essere presenti le seguenti informazioni:

- Le indicazioni indispensabili per identificare la nazione
- Il tipo di metodo di produzione
- Il codice dell'operatore
- Il codice dell'organismo di controllo preceduto dalla dicitura: Organismo di controllo autorizzato dal Mi.P.A.A.F



### Vegan Friendly certification by Vegan Society

Tutti i vini dell'azienda ottengono la certificazione vegana dal 2012; ciò significa che, in nessuna fase della filiera produttiva, il vino viene a contatto o trattato con prodotti di origine animale. La chiarificazione del vino avviene con un minerale, la bentonite, e non con colla di pesce, albumina e/o altri prodotti animali.

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

### Piwi International

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



### USDA Organic

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

Dal primo giugno 2012 è esecutiva l'equivalenza tra gli Stati Uniti e l'Unione Europea per la commercializzazione dei prodotti biologici. Da tale data, il NIC (NOP IMPORT CERTIFICATE) dovrà accompagnare le spedizioni di prodotti Bio verso gli Stati Uniti. I prodotti Bio italiani, commercializzati verso gli States, oltre a garantire i requisiti previsti dal Reg. (CE) 834/07, devono rispettare le seguenti condizioni:

- i prodotti di origine animale devono provenire da allevamenti dove non si è fatto uso di antibiotici;
- i prodotti devono essere accompagnati dal NIC: tale certificato deve essere emesso dall'Organismo di Controllo autorizzato in ambito UE che già controlla la conformità dell'azienda al Reg. (CE) 834/07;
- i prodotti inoltre devono essere ottenuti o aver avuto l'ultima trasformazione o confezionamento all'interno degli Stati membri.

L'etichettatura dei prodotti preconfezionati dovrà avvenire secondo le regole specifiche del NOP, nelle categorie previste: "100% organic", "Organic" e "Made with organic ingredients" (la categoria "Less than 70% organic products" non è inclusa nell'accordo). I prodotti delle prime due categorie potranno riportare il logo USDA Organic e/o quello biologico della UE. Tutti i prodotti etichettati esportati negli Stati Uniti devono riportare la dicitura "Certified organic by ..." seguita dal nome dell'OdC autorizzato nella UE (ai sensi del Reg. 834/2007) e potrà anche essere indicato il numero di codice attribuito all'OdC dall'Autorità (per Suolo e Salute Srl IT BIO 004).



### OGM-Free

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

### Certificazione Kosher

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



## Il progetto Piwi: la ricerca continua

12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



2 SCONFRIGGERE LA FAME



3 SALUTE E BENESSERE



Le varietà resistenti sono l'aspetto di ricerca e sviluppo che in cantina Pizzolato stanno dando nel corso degli anni ottime soddisfazioni nei vigneti: si sta sempre più delineando la conferma che alcune varietà si adattano molto bene ai terreni dell'azienda. Inoltre è provato che il risparmio medi dei trattamenti in tali varietà varia da un 50% ad un 90% in meno. Si confermano interessanti gli aspetti organolettici che rendono questi vini ben identificabili e confermano la più elevata sostenibilità.

La produzione di vini Piwi, nel 2021, si consolida anche grazie alle esperienze conseguite negli anni precedenti. Il numero di ettari rimane invariato a 16 e i prodotti posti nel mercato in questo anno sono: "Hoopa", frizzante con il fondo proveniente da uve Johanniter, "Huakai", bianco fermo da uve Bronner, "Kontiki", rosso fermo da Merlot Khorus, Cabernet Cortis e Prior, Novello da uve Cabernet Cortis e Merlot Khorus. Naturalmente ogni anno il Gruppo Pizzolato si arricchisce di esperienza, sia in ambito agronomico, sia nella conduzione dei vigneti. Per quanto riguarda la campagna, le migliorie riguardano il fabbisogno idrico e di concimazione per la vigoria delle piante; per la vinificazione, invece, si cerca di valutare le caratteristiche dei vini ottenuti e ottimizzarli al meglio a seconda del prodotto finale. Johanniter, nel territorio trevigiano, offre un vino dai profumi freschi, di frutta tropicale e floreali, poco strutturato. Il Bronner invece è più

## La Costituzione del Nuovo direttivo Piwi Veneto

Il giorno 29 giugno 2021, con più di un anno di ritardo a causa delle restrizioni per Covid-19, si è tenuta l'Assemblea annuale dell'Associazione Piwi Veneto presso la cantina Pizzolato. In tale occasione si è provveduto al rinnovo delle cariche con l'elezione del nuovo Consiglio, composto da: Sabrina Rodelli, Giampaolo Ciet, Nicola Biasi, Paolo Remini e il nuovo Presidente Daniele Piccinin, titolare dell'azienda Le Carline di Pramaggiore (VE), affiancati dai revisori Marzio Zanin, Enrico Gentili e Alessio Piazza. Tale Associazione, costituita già nel 2017 da un piccolo gruppo di produttori del bellunese, oggi è diffusa su tutto il territorio veneto, rendendo tale regione il territorio con maggior superficie vitata a vitigni resistenti.

Piwi Veneto si collega a Piwi International raggruppando produttori, agronomi, tecnici vivaisti e appassionati interessati al mondo delle viti resistenti, con l'obiettivo di promuovere

complesso, sia nei sentori, dove spiccano frutta gialla oltre a note floreali e balsamiche sia al corpo. Un'uva che sopporta bene, infatti, fermentazioni in legno nuovo che l'azienda continua a sperimentare per monitorare la stabilità dei risultati.

→ le varietà rosse nei blend esprimono la loro potenzialità massima per la produzione di vini freschi senza solfiti aggiunti: nel corso degli anni l'azienda non ha testato per queste uve l'invecchiamento né in legno né in acciaio, ma rientreranno tra i progetti futuri.

→ la varietà, invece, oggetto di sperimentazione, ancora non destinata ad un prodotto finale e il Sauvignier Gris. Con l'annata 2021 la cantina ha prodotto da questa varietà di uve sia vini da destinare a base spumante, sia per produrre un vino Piwi bianco tranquillo.

Nel primo caso, le uve sono state vendemmiate in leggero anticipo rispetto all'epoca di maturazione in modo tale da avere delle caratteristiche analitiche adeguate all'obiettivo finale: acidità elevata, grado zuccherino contenuto. I vini ottenuti sono stati spumantizzati sia con metodo Martinotti (Charmat), utilizzando lieviti selezionati e una metodologia di spumantizzazione del tutto uguale a quella per gli altri vini spumanti prodotti in ambito aziendale, sia con metodo Champenoise. In questo caso la prova è in fase di affinamento in bottiglia. Saranno entrambe oggetto di degustazioni interne per stabilire quale possa essere la più interessante da proporre, in futuro, nel mercato.

lo sviluppo di questi vitigni sul nostro territorio e per tutelare l'eccellenza dei nuovi prodotti ottenuti da queste varietà. Tali vitigni sono considerati resistenti o tolleranti alle più comuni malattie fungine e per questo motivo hanno bisogno di pochi trattamenti in regime biologico o addirittura, per alcune varietà, è possibile evitarli del tutto.

L'importanza qualitativa dei vini ottenuti da questi vitigni è riconosciuta, a livello internazionale, da un prestigioso concorso, l'International Piwi Wine Award, che ne valuta la qualità. Il nuovo gruppo direttivo si propone di diffondere, attraverso lo scambio di informazioni, eventi, dibattiti, conferenze e degustazioni la conoscenza di una nuova viticoltura, più naturale ed attenta al rispetto dell'ambiente e della biodiversità.



# Piwi PLANET



La grande novità del 2021 è stato lo sviluppo di un quinto vino Piwi da uve Prior, un rosato frizzante **IGT VENETO** col fondo. Il colore rosa intenso deriva dall'uva resistente a bacca nera, il Prior, che dopo la diraspatura e la pigiatura subisce una pressatura leggera per estrarre le tonalità rosate che caratterizzano questo vino.

I lieviti indigeni, che permettono la fermentazione, rilasciano un delicato profumo di crosta di pane, tipico dei vini col fondo. I sentori di frutti rossi come la fragolina di bosco, melograno, si combinano anche a note agrumate, come il pompelmo rosa e l'arancia che lo rendono piacevolmente armonico e beverino.

Il richiamo ai sentori agrumati rende inoltre perfetto l'abbinamento dell'“**Hurrà**”, con un risotto con scampi e agrumi, un piatto gustoso, elegante e delicato. Ma questo vino frizzante è ottimo da degustare anche durante gli aperitivi estivi. Come gli altri Piwi Pizzolato, anche Hurrà si presta ad accostamenti inusuali ed estremi per stimolare i sensi ed il palato.

## Le curiosità del vino

I nomi scelti per i vini Piwi Pizzolato riportano all'immaginario dell'esplorazione, del viaggio e della scoperta. Dopo aver intrapreso il viaggio con “**Huakai**”, attraverso il mezzo “**Kontiki**” per approdare alla destinazione finale “**Hoopaa**” e il momento di gioire con il gruppo per aver raggiunto la meta.

“Il vino “**Hurrà**” è quindi il nostro grido di libertà, è collettività e gioia di far tutti parte dello stesso equipaggio. È l'esultanza alla scoperta del pianeta Piwi. Il nome si è ispirato al nome della piratessa, **Sayyida al-Hurra**, chiamata la “**Leonessa del Marocco**”. L'etichetta “narrante” contiene tutte le tappe del percorso Pizzolato nel mondo dei Piwi.

## LA SOSTENIBILITÀ IN CANTINA



### ENERGIA FOTOVOLTAICA

570 pannelli che ricoprono  
il tetto della cantina

# 110

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



#### RICICLO DELL'ACQUA

Utilizzo di un depuratore biologico con possibilità di riuso dell'acqua.

#### LABORATORIO ANALISI

Con sistema analitico robotizzato multi parametrico.

#### CANTINA ALL' AVANGUARDIA

Controllo da remoto delle operazioni di cantina. Tecniche vitivinicole che rispettano l'espressione di ogni grappolo.

#### IMBOTTIGLIAMENTO

Macchinari di ultima generazione e all'avanguardia. Riciclo dei liner di carta – Progetto "Cycle4Green".

**Nel 2021 La Cantina Pizzolato srl ha riciclato 7 tonnellate di liners di carta da etichette che equivalgono ad una riduzione stimata di 13,4 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente.**



→ Nella zona della barraicaia sono state aggiunte 13 nuove barrique di rovere francese per poter ampliare le capacità produttive di Malanotte D.O.C.G. e aumentarne la qualità e la migliore lavorazione. Anche nel reparto logistico, sono state effettuate delle migliorie. È stato infatti acquistato un nuovo camion, passato da euro 0 a euro 6 e ampliato il centro logistico

con un secondo magazzino di 1700 mq. Il centro è situato nella zona industriale di Giavera del Montello. Sebbene fosse stato possibile creare un centro logistico nella campagna dove situa la cantina, per poter salvaguardare la zona agricola e il paesaggio circostante, è stato scelto di utilizzare magazzini già esistenti in zone industriali già esistenti.



## Gli investimenti in cantina 4.0



L'industria 4.0 è da alcuni anni al centro della trasformazione economica in Italia e nel mondo. Nel nostro Paese è stato varato nel 2016 un piano governativo ad hoc che ha poi subito evoluzioni e revisioni: da Piano Industria 4.0 a Piano Impresa 4.0 fino a il piano nazionale della Transizione 4.0. Durante la pandemia da Covid-19 l'Industry 4.0 e le tecnologie ad essa collegate si sono rivelate fondamentali per contrastare la crisi. A febbraio 2021 il presidente del Consiglio Mario Draghi ha espresso la necessità di "estendere e rendere facilmente fruibile il piano nazionale della Transizione 4.0 per accompagnare le imprese nel processo di innovazione tecnologica e di sostenibilità ambientale". La compresenza di sostenibilità ambientale, sociale ed economica è di fondamentale importanza per le imprese che hanno investito in un ripensamento

delle abitudini produttive in ottica 4.0. L'industria 4.0, oltre a diffondere gli ormai noti applicativi tipici della Smart Factory, è in linea con gli obiettivi di minimizzazione dello spreco, valorizzazione delle risorse e riutilizzo di quelle che apparentemente sembrano aver terminato il proprio ciclo di vita. L'obiettivo è la creazione di un'impresa totalmente indipendente che non necessita di risorse dall'esterno. Per raggiungere un livello di autosufficienza sempre crescente, le risorse provenienti dall'esterno devono ridursi al minimo, dunque il fabbisogno della produzione viene prodotto, anzi riprodotto, in fabbrica. Attraverso lo schema dall'economia circolare, basato sulle tre azioni "make, use and recycle" è possibile riutilizzare un prodotto nelle sue diverse componenti, individuando nuove applicazioni.

Le tecnologie abilitanti dell'industria 4.0 permettono di implementare efficacemente il concetto di economia circolare, grazie alla loro capacità di estendere la durata degli elementi nella catena di produzione e ridurre le inefficienze. Nell'attuale scenario politico-economico, la sostenibilità è un tema centrale. Il Governo ha, per questo, previsto un nuovo regime di aiuto per il sostegno, nell'intero territorio nazionale, di nuovi investimenti imprenditoriali innovativi e sostenibili. La nuova misura "Investimenti sostenibili 4.0" finanzia programmi di investimento che prevedono:

- l'utilizzo delle tecnologie abilitanti afferenti al Piano Nazionale Transizione 4.0;
- la diversificazione della produzione, funzionale a ottenere prodotti mai fabbricati in precedenza o al cambiamento fondamentale del processo di produzione di un'unità produttiva esistente ovvero alla realizzazione di una nuova unità produttiva.

Sono incentivati gli acquisti di nuove immobilizzazioni materiali e immateriali che riguardano:

- macchinari, impianti e attrezzature;
- opere murarie;
- programmi informatici e licenze correlati all'utilizzo dei beni materiali;
- acquisizione di certificazioni ambientali.

Tra le soluzioni tecnologiche atte a rendere la produzione più sostenibile, la misura finanzia:

- soluzioni atte a consentire un uso efficiente delle risorse, il trattamento e la trasformazione dei rifiuti, compreso il riuso dei materiali, in un'ottica di economia circolare o a "rifiuti zero" e di compatibilità ambientale;
- tecnologie finalizzate al rafforzamento di percorsi di simbiosi industriale attraverso, ad esempio, la definizione di un approccio sistemico alla riduzione, riuso e riciclo alimentari, allo sviluppo di sistemi di riciclo integrato delle acque e al riciclo delle materie prime;
- sistemi, strumenti e metodologie per la fornitura, l'uso razionale e la sanificazione dell'acqua;
- soluzioni in grado di aumentare il tempo di vita dei prodotti e di efficientare il ciclo produttivo;
- nuovi modelli di packaging intelligente (smart packaging) che prevedano anche l'utilizzo di materiali recuperati;
- sistemi di selezione del materiale multileggero al fine di aumentare le quote di recupero e di riciclo di materiali piccoli e leggeri.

Ulteriori misure atte a favorire la sostenibilità del processo produttivo riguardano:

- l'introduzione di sistemi di monitoraggio dei consumi energetici;
- una nuova installazione o la sostituzione di impianti ad alta efficienza ovvero di sistemi e componenti in grado di contenere i consumi energetici correlati al ciclo produttivo e/o di erogazione dei servizi;
- utilizzo di energia termica o elettrica recuperata dai cicli produttivi;
- installazione di impianti di produzione di energia termica o elettrica da fonte rinnovabile per l'autoconsumo;
- soluzioni atte a consentire un miglioramento dell'efficienza energetica degli edifici in cui è esercitata l'attività economica;

Le agevolazioni sono concesse nella forma del contributo in conto impianti. In particolare:

- per i programmi di investimento da realizzare nei territori delle regioni Calabria, Campania, Puglia e Sicilia, il contributo massimo è pari al 60% delle spese ammissibili per le imprese di micro e piccola dimensione e al 50% per le imprese di media dimensione;
- per i programmi di investimento da realizzare nei territori delle regioni Basilicata, Molise e Sardegna, il contributo massimo è pari al 50% delle spese ammissibili per le imprese di micro e piccola dimensione e al 40% per le imprese di media dimensione;
- per i programmi di investimento da realizzare nelle regioni Abruzzo, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino Alto-Adige, Umbria, Valle d'Aosta e Veneto, il contributo massimo è pari al 35% per le imprese di micro e piccola dimensione e al 25% delle spese ammissibili per le imprese di media dimensione.

Nel corso del 2021 gli investimenti secondo il modello "industria 4.0" in cantina sono stati numerosi. Sono stati acquistati sei nuovi serbatoi a fondo bombato aggiungendo una capacità di ettolitri pari a 9000. Questa tipologia di cisterne è interamente coibentata e permette di isolare l'interno dai possibili sbalzi di temperatura. Questo permette un risparmio di energia utilizzata nella refrigerazione. È stato anche acquistato, per l'area imbottigliamento, un monoblocco automatico di tappatura.



## Il depuratore biologico



Il depuratore installato nel 2018 è un depuratore MBR (Membrane Bio Reactor), consigliato e fornito dalle aziende leader nell'ambito del trattamento delle acque reflue (gestione dei cicli di lavorazione, depurazione delle acque).

L'MBR è un sistema di depurazione delle acque reflue di lavorazione: in questo impianto tutta l'acqua è microfiltrata attraverso apposite membrane e l'acqua depurata ha una purezza tale da poterne consentire il riuso. I batteri che in presenza di ossigeno si formano nella vasca sono batteri "vivi" che degradano le sostanze organiche presenti nel refluo e li trasformano in acqua chiarificata. Il termine biologico sta ad indicare proprio il fatto che tale processo è presente anche in natura. La variabilità di carico inquinante e idraulico tipico di una cantina richiede una quantità di batteri in grado di aggredire le sostanze inquinanti presenti in refluo in ingresso in modo efficace, istante per istante. Per garantire che questo avvenga, è stato installato un sistema di erogazione di ossigeno puro gassoso direttamente nella vasca di ossidazione. Questa applicazione garantisce una elevata flessibilità del sistema di ossigenazione necessario al processo biologico per una gestione ottimale degli elevati picchi organici e di portata, che si verificano normalmente nel periodo di vendemmia. Il sistema consente di modulare la capacità di trattamento ed evitare cattivi odori dovuti ad eventuale carenza di ossigeno.

La scelta di questo tipo di depuratore non è stata casuale: questo particolare depuratore, infatti, è tarato per funzionare nei diversi mesi dell'anno in base all'acqua realmente scaricata. Questo permette di utilizzare solo l'energia necessaria in funzione delle esigenze depurative di quel periodo in modo molto flessibile. Il depuratore esistente è stato reso più flessibile, dal punto di vista del carico idraulico, con un aumento della superficie delle membrane di ultrafiltrazione. Inoltre, l'utilizzo di ossigeno puro è stato sostituito da un sistema di insufflazione dell'aria con soffianti e diffusori. Questa sostituzione è stata effettuata per garantire una maggiore continuità e sicurezza del suo funzionamento, non più soggetto a forniture di ossigeno. Dato che nelle cantine lo scarico dei reflui cambia in base al periodo dell'anno in cui ci si trova, il depuratore è sottoalimentato o inutilizzato nei periodi in cui gli scarichi sono bassi, ma quando il carico aumenta velocemente nei periodi di punta della vinificazione, il depuratore non forma un'adeguata quantità di biomassa per depurarlo. Per risolvere questo problema, il Gruppo Pizzolato ha utilizzato il primo reattore semi biologico esistente come vasca di accumulo attrezzata con un doppio sistema di alimentazione per incrementare la concentrazione della biomassa evitando spurghi, per i mesi antecedenti la vinificazione. Inoltre ha previsto delle vasche di compensazione dove accumulare gli eccessi di carico idraulico o organico per poi rilanciarli in relazione alle effettive capacità assimilative della stessa biomassa.

Portata giornaliera in produzione:

→ 5-70 m<sup>3</sup>/d (periodo di normale lavorazione)

→ 5-80 m<sup>3</sup>/d (periodo di vinificazione)

Portata giornaliera alla depurazione:

→ 20-60 m<sup>3</sup>/d (periodo di normale lavorazione)

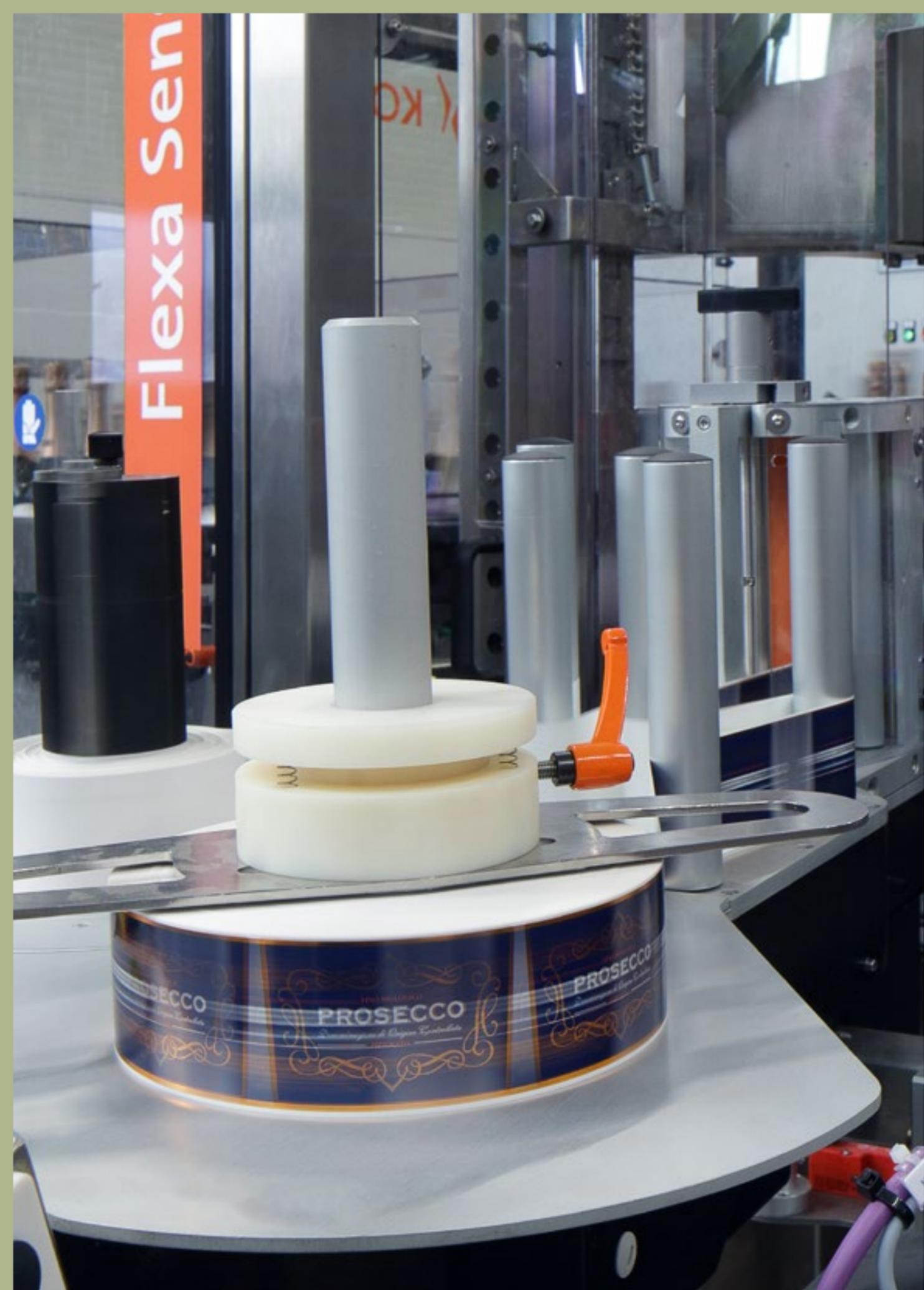
→ 30-45 m<sup>3</sup>/d (periodo di vinificazione)

Ogni mese nel corso del 2021 le ditte di assistenza hanno verificato, controllato e confermato che il processo di depurazione avvenisse nel modo corretto e che la depurazione delle acque in uscita fosse depurata al 100% secondo i parametri di legge vigente. Le analisi delle acque venivano poi inviate all'azienda con tabelle come nell'esempio che segue:

*I parametri rientrano nei limiti tabellari previsti per lo scarico sul suolo con D.Lgs 152/06 tab.4.*

### RISULTATI ANALITICI

Parametro Metodo	U.M.	Risultato	Limite Quantità
<b>Solidi sospesi totali</b> APAT CNR IRSA 2090 B Man 29 2003	mg/l	6,0	≤ 25
<b>BOD5 (come O<sub>2</sub>)</b> APAT CNR IRSA 5120 B1 Man 29 2003	mg/l	21	≤ 20
<b>COD (O<sub>2</sub>)</b> APAT CNR IRSA 5130 Man 29 2003	mg/l	52	≤ 100
<b>Rame</b> EPA 6020B 2014	mg/l	0,082	≤ 0,01
<b>Fosforo totale (come P)</b> M.U. 2252:2008	mg/l	1,9	≤ 2
<b>Azoto ammoniacale (come NH<sub>4</sub>)</b> APAT CNR IRSA 4030 B Man 29 2003	mg/l	< 0,5	≤ 0,6
<b>Azoto nitroso</b> APAT CNR IRSA 4050 Man 29 2003	mg/l	< 0,02	≤ 0,02
<b>Azoto nitrico (come N)</b> APAT CNR IRSA 4020 Man 29 2003	mg/l	< 0,5	≤ 0,5



## Il progetto Cycle4green



Nel corso del 2020 il Gruppo Pizzolato continua l'adesione ad un progetto proposto dal gruppo **Avery Dennison** e dal loro partner **Cycle4green**, che consente il riciclo della carta siliconata scartata durante il processo di etichettatura delle bottiglie. Fondata nel 2009 in Finlandia Cycle4green ha nello specifico:

- una specializzazione in tecnologie di riciclo di materiali in carta siliconata;
- il C4G Servizio di Riciclo Liner totalmente focalizzato al riciclo di carte siliconate;
- il C4G Servizio di Riciclo Liner che copre tutte le nazioni EU con circa 200 indirizzi di raccolta;
- una collaborazione con Lenzing Papier GmbH dal 2010.

Un progetto che tiene in considerazione le seguenti affermazioni:

- si stima un risparmio di emissioni di CO<sub>2</sub> pari a 2,02 tonnellate per ogni tonnellata di rifiuto di liner riciclato;
- riciclando i rifiuti in carta si riduce il consumo di acqua di 37 m<sup>3</sup>/ton (comparato a materiali provenienti da fibra vergine);
- la maggior parte delle emissioni di CO<sub>2</sub> provengono da

discariche e incenerimento (85%). Le emissioni dei trasporti sono il 15% delle emissioni totali;

- C4G Servizio di Riciclo Liner è una soluzione Europea e non prevede spedizioni oltreoceano;
- il Riciclo di carte comuni è del 74% (2015) mentre quello delle carte siliconate che è stimato tra il 10-15%.

Gli scarti raccolti all'interno dei box di recupero, forniti dall'azienda promotrice del progetto, vengono trasformati in una nuova bobina di carta patinata utilizzata per la stampa. In questo modo, le tecnologie hanno permesso di reinventare in maniera differente l'utilizzo delle risorse e così facendo contribuiscono, con un impatto assai positivo, alla salvaguardia del pianeta; ciò si riflette in una riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> nell'ambiente, dei rifiuti, di energia elettrica, oltre ad un risparmio di acqua.

**Il 2021, come da immagine in alto, vede certificato il riciclo di un totale di 7 tonnellate di scarti di carta siliconata pari a una riduzione stimata di 13,4 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti.**

## I rifiuti

Il Gruppo Pizzolato in tutte le aree produttive attua azioni concrete, atte a migliorare anno dopo anno il controllo e la gestione di tutte le risorse che vengono impiegate. Nello specifico si impegna nel:

- Diminuire i materiali secchi utilizzati durante il processo di imbottigliamento
- Selezionare materiali che rispondano a standard qualitativi di sostenibilità e riciclo
- Ridurre, riciclare e riutilizzare i materiali di scarto

In primo luogo, il Gruppo si impegna a diminuire i materiali secchi utilizzati durante il processo di imbottigliamento, riducendo il più possibile l'utilizzo della plastica e di elementi che non possono essere riciclati.

In secondo luogo, tutti i materiali vengono utilizzati, previa un'attenta selezione che valuta e garantisce che gli stessi rispondano a determinati standard qualitativi a livello di sostenibilità, sia ambientale che sociale. Degli esempi concreti sono: la selezione di carte certificate FSC nella produzione delle etichette e dei cartoni e la scelta di carte silicate che fungono da supporto durante il processo di etichettatura dei prodotti e che vengono riciclate attraverso il progetto Cycle4green. Infine, uno dei valori alla base del Gruppo Pizzolato è la sostenibilità ambientale che, tra le varie azioni, si traduce nel concreto riducendo, riciclando e riutilizzando i materiali di scarto accumulati nelle varie fasi produttive.

- I tralci e i raspi diventano sostanza organica per concimare i vigneti di proprietà del Gruppo Pizzolato.
- I vinaccioli e le vinacce vengono utilizzati per produrre farina per uso alimentare dall'azienda GS Natural SRL.

“Il processo di produzione comincia dalla accurata selezione delle vinacce biologiche a bacca rossa ottenute da aziende vitivinicole italiane e si articola nelle fasi di vagliatura e perfezionamento dei semi d'uva. Segue la fase di essiccazione

a basse temperature onde evitare alterazioni delle proprietà nutrizionali del prodotto e la delicata e accurata fase di macinazione dei semi, accompagnata dalle piacevoli note aromatiche che si sprigionano dalla macinazione stessa.”

*Tratto da [www.gsnatural.it](http://www.gsnatural.it)*

- I vinaccioli vengono utilizzati per estrarne olio per uso alimentare.
- Le vinacce vengono utilizzate per produrre diverse tipologie di grappa presso la Distilleria Alfons Walcher S.A.S.
- I vetri rotti vengono raggruppati e periodicamente riciclati dalla ditta Vidotto Servizi SRL.

Il Gruppo Pizzolato si pone come obiettivo la sensibilizzazione del cliente rispetto al riciclo del vetro, che rappresenta materiale secco principale della filiera produttiva. Attraverso la linea M-Use stimola il consumatore a trovare dei possibili modi originali per poter riutilizzare le bottiglie una volta che il prodotto è terminato. Invece le bottiglie della linea Back to Basic sono prodotte con il 94% di vetro riciclato.

- I tappi di sughero vengono riciclati attraverso “Etico”, un progetto a cui aderiamo dal 2017 e promosso da Amorim.
- Gli imballaggi in plastica, carta e cartone vengono riciclati periodicamente dalla ditta Vidotto Servizi SRL.
- Gli imballaggi in legno (pallet) vengono resi in maniera periodica dai clienti, in modo tale da poter essere riutilizzati con ciclicità.

La sensibilità e la filosofia aziendale che supportano e credono fortemente nella salvaguardia delle risorse ambientali, ponendo attenzione all'utilizzo e alle modalità di riciclo dei materiali, permettono al Gruppo Pizzolato di migliorarsi anno dopo anno, diventando sempre più efficiente nello smaltimento sostenibile e consapevole dei rifiuti.



## I pannelli solari



Nel tetto della cantina sono stati installati 570 pannelli complessivi che producono 203.743 kWh ogni anno, corrispondenti a 38 Tonnellate Equivalenti di Petrolio (TEP) che sarebbero necessarie per produrre la corrispondente energia elettrica in centrale (dati calcolati sulle statistiche ENEL ufficiali). Tale quantità produrrebbe 89 tonnellate di CO<sub>2</sub>, che quindi viene risparmiata all'ambiente ogni anno, corrispondente a 200.000 km percorsi da un'auto diesel che percorre 15 km con un litro di gasolio. Il fotovoltaico, com'è noto, è il processo di conversione della radiazione solare in energia elettrica, che sfrutta le proprietà fisiche di alcuni materiali semiconduttori come il silicio ed è composto da diversi elementi:

- la cella, elemento base, è formata da un sottile strato di materiale semiconduttore, in genere silicio policristallino, di dimensioni circa cm 10x10, opportunamente trattato, che converte la radiazione solare in elettricità. A seconda del sistema di produzione, possono essere in silicio policristallino o monocristallino. Su quest'ultimo, più performante, è ricaduta la scelta della cantina.
- il modulo (o pannello). Le celle vengono assemblate nei moduli e collegate in superficie con una griglia che conduce gli elettroni. Ogni cella viene connessa alle altre mediante nastri metallici, in modo da formare opportune serie elettriche. Sono collegate in serie e imprigionate in una struttura a sandwich in doppio vetro, incorniciata in profili metallici. Durante gli anni è stato compiuto un radicale revam-

ping del vecchio impianto fotovoltaico, che in passato aveva perso circa il 20% di produttività, dovuto agli ampliamenti effettuati all'edificio che si è conformato alle necessità degli incrementi di produzione e che metteva in ombra parte del vecchio impianto. L'impianto è stato così riportato alla produzione di circa 60.000 kWh annui, che si aggiungono ai kWh dei nuovi pannelli installati. Entrambi gli impianti sono monitorati sia in loco, per visualizzare la produzione in tempo reale, sia in remoto presso l'impresa installatrice che garantisce anche la manutenzione e la corretta produzione. I calcoli per il corretto dimensionamento dell'impianto sono stati effettuati considerando anche la preesistenza di alcuni elementi per la produzione di solare termico e l'installazione di un micro-cogeneratore, che è andato a regime a fine 2018, con lo scopo di sopperire alle esigenze termiche ed elettriche una parte del fabbisogno dell'attività produttiva. Per ottimizzare la produzione sugli spazi a disposizione della cantina, sono stati scelti pannelli di alta qualità e produttività, in silicio monocristallino, oltre ad inverter (le apparecchiature che trasformano l'energia prodotta da corrente continua in alternata) del produttore internazionale più qualificato. Nel 2019 è stato inoltre installato un sistema di monitoraggio che permette di verificare in tempo reale il funzionamento dell'impianto e di tenere sotto controllo la quantità di energia prodotta ed eventuali malfunzionamenti che richiedono una risoluzione.

Di seguito le tabelle che rappresentano il consumo energetico nel corso dell'anno, suddiviso per mesi, e i valori dei contatori di cessione che identificano il quantitativo di energia non necessaria e perciò ridata in rete.

I numeri sono:

2018 Annuì	2019 Annuì	2020 Annuì
<b>101.342 kW/h</b> IMPIANTO 1	<b>94.400,93 kW/h</b> IMPIANTO 1	<b>105.830,00 kW/h</b> IMPIANTO 1
<b>105.469 kW/h</b> IMPIANTO 2	<b>124.544,52 kW/h</b> IMPIANTO 2	<b>134.832,00 kW/h</b> IMPIANTO 2
<b>36.884 kW/h</b> IMPIANTO 3	<b>35.597,00 kW/h</b> IMPIANTO 3	<b>64.329,00 kW/h</b> IMPIANTO 3
<b>TOTALE</b>	<b>TOTALE</b>	<b>TOTALE</b>
<b>243.695 kW/h</b> (x fattore di conversione 0,435) Kg CO <sub>2</sub> non emessi in atmosfera = 106.007 (106 tons.)	<b>254.542,45 kW/h</b> (x fattore di conversione 0,435) Kg CO <sub>2</sub> non emessi in atmosfera = 110.726 (111 tons.)	<b>304.991,00 kW/h</b> (x fattore di conversione 0,435) Kg CO <sub>2</sub> non emessi in atmosfera = 132.671 (133 tons.)

## Anno 2021

Kg CO<sub>2</sub> non emessi in atmosfera nel 2021: 110 tons

### PRODUZIONE MENSILE ED ANNUALE IMPIANTO FV PIZZOLATO (TR) | Anno 2021

#### SEZIONE 1 | 99,081 KWH CONFRONTO STIMA DI PRODUCIBILITÀ | LETTURE DA CONTATORE DI PRODUZIONE

Anno 2021	Stima ENEA [kWh/mese]	Stima UNI [kWh/mese]	Produzione [kWh/mese]	Ore equivalenti	Scostamento ENEA %	Scostamento UNI %
Gennaio	3.299,52	÷ 3.030,18	3.012,00	30,40	-8,71%	-0,60%
Febbraio	4.460,72	÷ 4.827,35	4.905,00	49,50	+9,96%	+1,61%
Marzo	8.530,11	÷ 8.063,62	10.176,00	102,70	+19,30%	+26,20%
Aprile	10.905,80	÷ 10.200,13	11.208,00	113,12	2,77%	+9,88%
Maggio	13.349,12	÷ 13.415,20	13.438,00	135,63	0,67%	+0,17%
Giugno	13.986,62	÷ 15.136,20	16.011,00	161,60	14,47%	+5,78%
Luglio	14.861,42	÷ 16.182,44	14.423,00	145,57	-2,95%	-10,87%
Agosto	12.654,34	÷ 13.979,40	13.967,00	140,97	+10,37%	-0,09%
Settembre	9.274,50	÷ 9.789,75	10.043,00	101,36	+8,29%	+2,59%
Ottobre	6.693,67	÷ 6.425,92	6.750,00	68,13	+0,84%	+5,04%
Novembre	3.640,51	÷ 3.120,44	3.100,00	31,29	-14,85%	-0,65%
Dicembre	2.632,45	÷ 2.632,45	2.565,00	25,89	-2,56%	-2,56%
<b>Totale</b>	<b>104.288,78</b>	<b>106.803,08</b>	<b>109.598,00</b>	<b>1.106,15</b>	<b>+5,09%</b>	<b>+2,62%</b>

#### SEZIONE 2 | 138,321 kWh CONFRONTO STIMA DI PRODUCIBILITÀ | LETTURE DA CONTATORE DI PRODUZIONE

Anno 2021	Stima ENEA [kWh/mese]	Stima UNI [kWh/mese]	Produzione [kWh/mese]	Ore equivalenti	Scostamento ENEA %	Scostamento UNI %
Gennaio	4.606,27	÷ 4.230,25	3.785,00	27,36	-17,83%	-10,53%
Febbraio	6.227,34	÷ 6.739,17	6.719,00	48,58	+7,90%	-0,30%
Marzo	11.908,38	÷ 11.257,14	10.249,00	74,10	-13,93%	-8,96%
Aprile	15.224,93	÷ 14.239,79	14.386,00	104,00	-5,51%	+1,03%
Maggio	18.635,90	÷ 18.728,15	18.891,00	136,57	+1,37%	+0,87%
Giugno	19.525,87	÷ 21.130,74	22.559,00	163,09	+15,53%	+6,76%
Luglio	20.747,13	÷ 22.591,32	20.084,00	145,20	-3,20%	-11,10%
Agosto	17.665,96	÷ 19.515,79	19.212,00	138,89	+8,75%	-1,56%
Settembre	12.947,57	÷ 13.666,88	13.348,00	96,50	+3,09%	-2,33%
Ottobre	9.344,63	÷ 8.970,84	8.175,00	59,10	-12,52%	-8,87%
Novembre	5.082,30	÷ 4.356,25	3.400,00	24,58	-33,10%	-21,95%
Dicembre	3.675,00	÷ 3.675,00	2.602,00	18,81	-29,20%	-29,20%
<b>Totale</b>	<b>145.591,26</b>	<b>149.101,33</b>	<b>143.410,00</b>	<b>1.036,79</b>	<b>-1,50%</b>	<b>-3,82%</b>



## I successi della cantina dalle radici BIO



SELEZIONE COME PROGETTO  
VENETO ALL'INTERNO DEL  
PREMIO INTERNAZIONALE  
BARBARA CAPPOCHIN 2017  
- PADOVA

ECCELLENZA DEL  
PAESAGGIO A  
VINITALY 2018  
- VERONA

SELEZIONE DEL PROGETTO  
ALL'INTERNO DELLA MOSTRA  
ITINERANTE DI ATSUKO UEDA 2019  
- TOKYO



MENZIONE AL MIES VAN  
DER ROHE AWARD 2017  
- BARCELLONA



CANDIDATURA PER BIG  
ARCHITECTURE AWARDS 2018  
- LUBJANA



INSERIMENTO DEL PROGETTO  
ALL'INTERNO DELL'ARCIPELAGO ITALIA  
DI MARIO CUCINELLA DURANTE LA  
BIENNALE DI ARCHITETTURA 2018  
- VENEZIA



30 CANTINE PIÙ  
BELLE D'ITALIA  
SECONDO SKY TG 24

### Il materiali: una cantina in Faggio del Cansiglio

Il legno utilizzato nell'intero progetto è il faggio. Questo legno è certificato PEFC, e proviene perciò solamente dalla Foresta controllata del Cansiglio, attraverso un processo di selezione, attuato in accordo con Veneto Agricoltura. Un prodotto locale che possiede caratteristiche tecniche di robustezza e resistenza eccezionali, tanto da essere utilizzato fin dai tempi della Serenissima Repubblica di San Marco. Un progetto complesso e ricercato, architettonico e paesaggistico, che ha dato vita ad una struttura estremamente contemporanea nella sua linearità, rispecchiando il presente ed il futuro della cantina Pizzolato. Una realtà che si fonda con il territorio circostante, in quel continuo dialogo tra conoscenza, rispetto e benessere che sono i principi dello stile di vita biologico. Il progetto di riqualificazione nasce dalla volontà di rafforzare il legame con il territorio e dal desiderio di comunicare attraverso il luogo la qualità e la filosofia della produzione, interamente Bio e attenta ai valori ambientali. Le azioni in cui si articola: dare un nuovo spazio alla cantina, riordinare l'esistente, riattivare la relazione tra la villa cinquecentesca (residenza della proprietà) e il paesaggio coltivato, costruire nuove interrelazioni con la comunità locale.

### Il progetto MADE associati

Il progetto architettonico della cantina è firmato da MADE associati, studio di architettura e paesaggio degli architetti trevigiani Adriano Marangon e Michela De Poli. L'edificio ha una "pelle" costituita da un rivestimento-filtro in listoni di legno posti in senso verticale, la cui ossidazione contribuirà, nel tempo, all'integrazione della struttura nel paesaggio, riprendendo le costruzioni rustiche tradizionali della campagna trevigiana. La cantina ha inoltre numerosi punti di contatto con l'esterno: alcune superfici in erba fanno da transizione tra la zona del parcheggio e l'edificio, mentre una piazzetta in legno dà continuità all'interno. Lo spazio esterno pavimentato viene usato in occasione di eventi e manifestazioni legate alle attività aziendali.



“

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

Sabrina Rodelli  
EXPORT MANAGER

”



### I successi di “Back to Basic”

Progetto inserito in short list  
al Pentawards 2021 e

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



PENTAWARDS  
Shortlist 2021



## LA SOSTENIBILITÀ NEI VINI

### Il progetto Back to Basic: il valore dell'essenziale



Back to Basic è un progetto nato volutamente nel quarantesimo anno di attività della cantina che festeggia abbracciando il concetto di “basic” inteso come celebrazione dei valori essenziali e identitari dell'azienda. “Quello dei 40 anni – racconta Settimo Pizzolato, titolare della cantina - è un traguardo di cui siamo orgogliosi. Biologico è credere che siamo parte di un equilibrio più grande; è una scelta di vita, una responsabilità che vogliamo che ispiri ogni aspetto della filiera produttiva Pizzolato. Forti di questa convinzione sentivamo l'esigenza di realizzare una linea che non parlasse solo di vino biologico ma che coinvolgesse tutti gli stakeholder che gravitano attorno alla realizzazione di una bottiglia”.

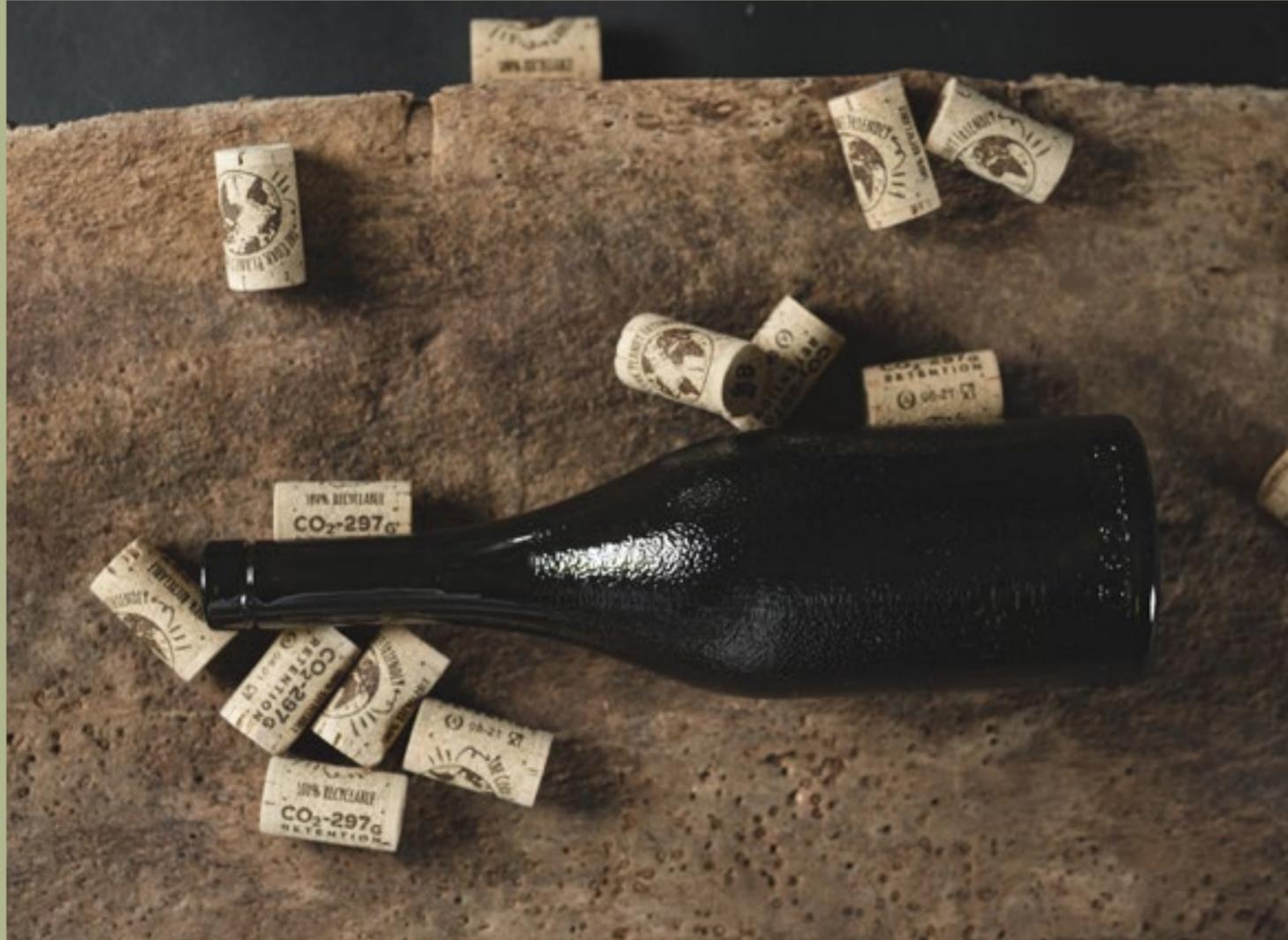
“Questo progetto - commenta Sabrina Rodelli, export manager della cantina - rappresenta al 100% il percorso evolutivo che abbiamo compiuto in questi anni. Anni in cui ci siamo messi in ascolto dei consumatori che, sempre più consapevoli, ci chiedono prodotti che diano forma concreta ai principi di sostenibilità ambientale, di riciclo e riuso dei materiali e di riduzione dell'impatto ambientale. Come azienda vitivinicola siamo chiamati a fare la nostra parte e abbiamo trovato dei partner e dei fornitori che hanno deciso di abbracciare con entusiasmo questo progetto di filiera proponendoci o addirittura realizzando appositamente il loro prodotto più sostenibile”.

La linea di vini Back to Basic va quindi oltre il vino biologico e coinvolge l'intera filiera del packaging composta da cinque elementi eco e a basso impatto ambientale:

- Il vino in primis, le cui UVE, certificate biologiche e vegan, provengono dai vigneti dell'Azienda Agricola della famiglia Pizzolato. A questa linea sono dedicati circa 15 ettari di vitigni selezionati: Raboso Piave, Pinot Nero, Pinot Grigio, Manzoni Bianco e Chardonnay.
- Il VETRO utilizzato per la creazione della nuova linea si basa su un uso dei materiali altamente innovativo.

Si tratta infatti del Wild Glass, brevetto di Estal, la cui miscela è composta per il 94% da vetro riciclato. Questo vetro è 100% certificato PCR (Post Consumer Recycled) e consente una produzione il cui impatto ecologico è estremamente ridotto. L'elemento chiave della sostenibilità si somma poi all'elevato livello di personalizzazione che tale materiale consente. Nel caso della linea Back to Basic si è voluto accentuare l'unicità e l'imperfezione del vetro riciclato utilizzando una texture che ha un effetto vintage (BACK). Da un lato, si è voluto superare il concetto di perfezione estetica, creando un linguaggio di design unico e irripetibile, particolarmente sensibile all'ambiente e alla natura. Dall'altro, per perseguire questa idea, si sono messe in campo le conoscenze dell'azienda di Vetri Speciali per quanto riguardava accorgimenti e innovazioni tecnologiche di produzione, frutto dell'esperienza della stessa. Il risultato è un'estetica “spontanea” e compatibile con la natura: manifestazione fisica di valori intangibili.

- Il TAPPO utilizzato è il Twin Top Evo di Amorim Cork, interamente in sughero, materiale ecologico e sostenibile al 100%, naturale, rinnovabile, riciclabile e riutilizzabile che permette di compensare un livello di CO<sub>2</sub> pari a 297 grammi.
- L'ETICHETTA, in carta Sabrage 100% riciclata non contiene plastiche o altri materiali di derivazione non naturale ed è ottenuta dallo scarto della lavorazione dell'industria del cotone. Essa occupa, sulla bottiglia, il minor spazio possibile, ed è un pezzo unico fasciante così da ridurre il quantitativo della colla. Inoltre la tecnica del debossing riduce al minimo l'uso di inchiostri il cui colore è inciso con lavorazione offset, ossia la meno impattante.
- Infine, l'IMBALLO DEL CARTONE presenta il 79% di carte riciclate mentre per la stampa sono stati utilizzati colori a basso impatto ambientale.



### Il progetto

Un progetto nato volutamente nel 40esimo anno di attività dell'azienda che festeggia regalandosi essenzialità e semplicità, riunendo tutti i valori della propria filosofia in un'unica linea rappresentativa, che si fa messaggera per un ritorno alle origini, in un processo di creazione e riciclo che vede protagonisti anche i materiali utilizzati. Un processo di maturazione e di ricerca che negli anni ha accompagnato l'azienda e che ad oggi vengono impressi e riassunti in questo progetto di linea e di filiera, realizzato assieme a validi e ricercati fornitori che hanno saputo rendere concrete le richieste green di Pizzolato. È il valore che diventa forma. È l'espressione che si fa materia.

### Il vino

L'Azienda Agricola Pizzolato è stata fondata nel 1981 a Villorba, un comune situato nella zona centrale della provincia di Treviso. Fin dagli inizi, l'azienda ha adottato una filosofia che avesse come focus la coltivazione biologica e poi anche vegan, la sostenibilità, l'innovazione e la massima qualità dei suoi prodotti. Il metodo di allevamento dei vigneti Pizzolato è il Sylvoz, sistema a controspalliera funzionale e sostenibile che permette di ridurre il numero di interventi e di utilizzare macchinari di ultima generazione.

La nuova linea è interamente sostenibile e il vino è certificato bio e vegan in ogni suo passaggio di produzione di filiera. Questa linea è composta da cinque vini, Pinot Grigio DOC Venezia, Chardonnay DOC Venezia, Manzoni Bianco DOC Piave, Raboso IGT Veneto e Pinot Nero DOC Venezia e sono dedicati ad essi circa 15 ettari che si suddividono in:

- 6 ha di Pinot Grigio che ha un grappolo cilindrico-piramidale, molto piccolo e compatto con degli acini di forma sferica e di color grigio rosato;
- 4 ha di Raboso Piave che è caratterizzato da grappoli blu-violaceo intenso a tipica forma di stivale;
- 2 ha di Pinot Nero che ha un grappolo compatto, di forma cilindrica e spesso alato di colore blu-nerastro;
- 1,5 ha di Manzoni Bianco che è caratterizzato da un grappolo piccolo, corto, tozzo e molto delicato con acini giallo-paglierini con riflessi verdolini medio-piccoli e sferoidali;
- 1,5 ha di Chardonnay che ha un grappolo di medie dimensioni, piramidale, acini giallo dorato di media grandezza.

### L'etichetta

L'etichetta è in carta Sabrage White, una carta ottenuta dallo scarto della lavorazione dell'industria del cotone. Questo particolare tipo di carta è realizzata con il 100% di linters di cotone, un sottoprodotto di questa industria tessile, destinato appunto allo scarto, sposando a pieno il concetto di economia circolare. Utilizzando solo questa parte del fiore si dona una particolare sensazione vellutata alla carta, ottenendo una finitura di altissimo livello. Non contiene plastiche o altri materiali di derivazione non naturale. L'etichetta occupa il minor spazio possibile, prediligendo la tecnica del debossing per ridurre al minimo l'uso di inchiostri. Per quanto riguarda le scritte incise e obbligatorie, la tecnologia utilizzata è offset, ossia la meno impattante dal punto di vista ambientale perché a basso contenuto di solventi e con il numero minimo di deposito di colore in quanto lo stesso è spalmato da una lastra fotoincisa. La quantità di inchiostro è inferiore a qualsiasi altra tecnica utilizzata finora ed in questa lavorazione il peso totale utilizzato per produrre la commessa è stato pari a 0,5 kg che è decisamente una quantità esigua rispetto a qualsiasi altra commessa di pari tiratura.

Infine, l'etichetta è un pezzo unico fasciante e ciò permette di ridurre l'impatto e il quantitativo di colla e le lavorazioni in fase di imbottigliamento. Per premiare i valori intrinseci di questo progetto, prima ancora che il vino stesso, l'etichetta mette volutamente al centro dell'attenzione Pizzolato e il suo messaggio di sostenibilità e ambiente: la tipologia di vino è riportata solo sul retro e sulla fascetta del tappo.

### Il vetro

Il vetro utilizzato per la creazione della nuova bottiglia è il WILD GLASS, con il suo 94% di vetro riciclato che compone la miscela usata per produrlo. Questo vetro è 100% certificato PCR (post consumer recycled- derivante cioè da vetri già utilizzati dal consumatore) e lavorato con una texture craft unica e realizzata su misura, che ne sottolinea "l'imperfezione unica" dell'aspetto di recupero. Un'imperfezione unica e costruita in negativo che permette la perfetta etichettatura della bottiglia stessa. Il risultato è un design organico e autentico, molto simile a quello del vetro artigianale, il processo produttivo adotta una composizione con la massima percentuale di vetro riciclato compatibile con il processo tecnologico di fusione del vetro, ammettendo, altresì, piccole imperfezioni estetiche sul contenitore prodotto che non ne pregiudicano, in alcun modo, la funzionalità e la sicurezza nei confronti dei clienti. Da un lato, si è voluto superare il concetto di perfezione estetica, creando un linguaggio di design unico e irripetibile, particolarmente sensibile all'ambiente e alla natura.

Dall'altro, per perseguire questa idea, si sono messe in campo le conoscenze di Vetri Speciali del processo, sviluppando accorgimenti e innovazioni tecnologiche, frutto dell'esperienza dell'azienda. Il risultato è un'estetica "spontanea" e compatibile con la natura: manifestazione fisica di valori intangibili. WILD GLASS è stato premiato ai LuxePack Green Awards a ottobre 2019 con un riconoscimento speciale per un nuovo colore di vetro riciclato.

### Il tappo

La filosofia di Back to Basic trova in Amorim un partner perfetto. Il tappo utilizzato per questa linea è il TWIN TOP EVO, interamente in sughero, materiale ecologico e sostenibile al 100%, naturale, rinnovabile, riciclabile e riutilizzabile, che permette di compensare un livello di CO<sub>2</sub> pari a 297 grammi. Questo valore riportato anche sul tappo stesso è esattamente la quantità compensata tra la CO<sub>2</sub> emessa durante tutto il ciclo di trasformazione e la CO<sub>2</sub> che una pianta di sughero è in grado di trattenere in 9 anni di accrescimento della corteccia. L'inchiostro utilizzato per le scritte sul tappo è adatto al contatto alimentare e con quantità di metalli pesanti molto al di sotto dei 100 mg/kg previsti dalle attuali normative europee. Grazie alle certificazioni di sostenibilità di Amorim saremo in grado di calcolare la CO<sub>2</sub> compensata in un anno di attività.

### Il cartone

Il cartone della linea è prodotto dall'azienda DS Smith di Vimercate (MB), azienda che negli ultimi ha ha instaurato una partnership con l'associazione "Ellen MacArthur Foundation" con l'obiettivo, entro il 2023, di lavorare solo con imballaggi al 100% riciclabili. Allo stato attuale per la loro produzione vengono utilizzate carte provenienti dal riciclo per l'80% sul totale, la restante percentuale delle carte vergini utilizzate proviene comunque da foreste mantenute in un ecosistema sostenibile. Nello specifico, l'imballo del cartone presenta il 79% di carte riciclate. Oltre a questo per la stampa sono stati utilizzati colori su Base Acqua a basso impatto ambientale. La progettazione grafica è stata studiata secondo i principi del Design circolare evitando di stampare le parti dell'imballo che non sono a vista (Pattelle interne o sulla base della scatola). Il cartone in generale è un materiale che ha la possibilità di avere più cicli di vita e può essere riciclato svariate volte. Anche dopo la fine del suo ciclo di vita, può essere riutilizzato come fertilizzante o negli impianti di biomassa.

## I fornitori e le loro parole

### → Carlos dos Santos, Amorim Cork

Ammiro il coraggio di azzardare della vostra cantina concretizzato anche nel progetto BTB in un mondo dove le aziende ripetono sempre le stesse logiche. I vostri successi dimostrano che se provi a ragionare “out of the box” riesci a creare maggiore differenziazione. Siete un ottimo esempio di come passare questi principi alla pratica: è questa la strada. Sono convinto che il mondo cambia con i buoni esempi e voi siete parte integrante di quelle aziende che hanno una leadership esemplare: è proprio quando diamo l'esempio, e questo è virtuoso, che anche gli altri lo seguiranno. Questo processo del “Lead by Example” è uno tra i principi sui quali anche io ho fondato la mia gestione aziendale. Un altro principio per me fondamentale è quello del fare rete: è proprio attraverso la rete che si fa strada. Facciamo entrambi parte del Gruppo Sostenibilità di Assindustria Venetocentro, e questo è un modo efficace di contagiare altre aziende a seguire la stessa strada.

Per noi la CSR (Corporate Social Responsibility) è molto importante. Siamo una delle prime aziende in Veneto a certificarci Family Audit (conciliazione vita & lavoro) poiché siamo convinti che le aziende sono degli enti vivi che si nutrono di un territorio, e al contempo hanno la responsabilità sociale di lasciare un segno positivo: è da qui nasce la nostra politica di welfare aziendale e di welfare territoriale.

### → O'nice Design Studio, grafico

Ci occupiamo di design per il vino da quasi vent'anni, e posso dire con sicurezza che raramente ho trovato clienti così focalizzati rispetto ai propri obiettivi e valori. Il progetto Back to Basic è nato con una spontaneità quasi immediata, per trasferire tutti i valori del Gruppo Pizzolato anche nel design. Abbiamo lavorato per rimozione, togliendo tutto ciò

che non era necessario (inchiostrati, carta) e lavorando anche sul vetro stesso e sui processi di stampa e imbottigliamento. Il risultato rispecchia perfettamente l'adagio “less is more”: fare di più con poco, togliere il superfluo per mettere in mostra solo ciò che è davvero sostanziale. In tutto il percorso, il Gruppo Pizzolato si è sempre dimostrato perfettamente allineato e concentrato rispetto all'obiettivo finale. Per non restare una parola vuota o un insieme di procedure zoppe, la sostenibilità deve essere condivisa e raccontata. Non ci si può limitare a scegliere una carta riciclata per le proprie etichette, se non si coinvolgono stampatori, nobilitatori, produttori di vetro, produttori di materiali, distributori, commerciali e persino gli stessi clienti in un circolo virtuoso nel quale tutti si impegnano a ridurre l'impatto ambientale dei rispettivi processi aziendali. Le possibilità e gli strumenti per un mondo più sostenibile ci sono: serve, di nuovo, l'impegno consapevole dell'intera filiera perché l'incidenza sul pianeta sia davvero importante.

### → Dario Santilli, UPM Raflatac

È stato davvero un piacere partecipare al Vostro evento, ed è stato per noi importante vedere e toccare con mano come il messaggio di sostenibilità possa essere portato fino al consumatore attraverso un'attenta attività di filiera. Abbiamo davvero apprezzato l'intenzione e il lavoro di tutti fatto in questa direzione, anche perché sappiamo e siamo consapevoli che non è poi così facile come sembra. Noi crediamo fortemente che la sostenibilità sia in primis una responsabilità verso l'ambiente e verso le persone, non per altro i nostri target entro il 2030 relativi ai Sustainable Development Goals dell'ONU a cui abbiamo aderito sono fondamentalmente questi.



## Economia circolare con Back to Basic: i semi di raboso diventano farina



Fin dalla sua presentazione nei primi mesi del 2021 la nuova linea di vini Back to Basic della cantina ha voluto lanciare un messaggio concreto a sostegno dell'ambiente e parallelamente celebrare la pratica virtuosa dell'economia circolare nelle sue diverse declinazioni. Al fine di dare sempre maggior sostanza all'impegno preso in termini di sostenibilità, il Gruppo Pizzolato ha deciso di promuovere un altro prodotto “essenziale”, ricco di proprietà nutrizionali nonché frutto del riutilizzo dei vinaccioli, all'interno dell'acino, altrimenti solitamente scartati. Si tratta della **farina prodotta da G.S. Natural srl** ottenuta proprio dai semi dell'uva Raboso prodotta dall'Azienda Agricola Pizzolato: non solo un prodotto dai preziosi contenuti nutrizionali ma che simboleggia al tempo stesso una pratica produttiva volta a ridurre al minimo lo spreco e valorizzare al massimo il riutilizzo di risorse e materie prime. “Abbiamo a cuore la responsabilità

di curare e rispettare il nostro pianeta – racconta Sabrina Rodelli, export manager della cantina – per cui cerchiamo di migliorarci ogni giorno anche attraverso sinergie virtuose con partner che condividano i valori in cui crediamo.” La farina prodotta da G.S. Natural srl è tra gli ingredienti base utilizzati dalla Officina del Vino di cantina Pizzolato, l'Agri-Wine Bar della cantina trevigiana. Per celebrare al meglio la filosofia che anima il progetto Back to Basic, Cantina Pizzolato ha reso disponibile tutti i prodotti per Natale 2021 attraverso una confezione responsabile capace di coniugare la piacevolezza dei prodotti proposti con l'impegno concreto all'utilizzo responsabile delle risorse. La nuova gift box conteneva una bottiglia di **Raboso IGT Veneto** della nuova e Linea Back to Basic e un sacchettino di farina da semi d'uva di G.S. Natural srl, prodotto “essenziale” da tenere in cucina perfetto per sbizzarrirsi e divertirsi a sperimentare ricette e piatti natalizi.



### Il progetto ETICO

Il Gruppo Pizzolato prosegue anche nel 2021 l'impegno nel recuperare i tappi di sughero che vengono scartati durante il processo di imbottigliamento e derivanti dalla stappatura delle bottiglie.

Essendo a conoscenza dell'importanza di questa materia prima, riciclabile al 100% in numerose applicazioni, dalla bioedilizia all'abbigliamento, dall'arredamento al settore meccanico e aerospaziale, oltre che al settore artistico, si è reso necessario contribuire alla tutela e alla conservazione delle foreste di sughero. Così nasce ETICO, un progetto di uno dei principali fornitori dell'azienda, Amorim Cork e al quale la cantina aderisce dal 2017. Grazie al box Etico in dotazione, vi è la possibilità di recuperare il sughero scartato e di far parte di questo circolo virtuoso di eco sostenibilità e solidarietà. "Il nostro obiettivo – afferma Carlos Dos Santos, A.D. Amorim Cork Italia e ideatore dell'iniziativa – è che in ogni città d'Italia venga avviata la raccolta differenziata del sughero al fine di offrire una nuova vita a questa materia prima straordinaria, troppo preziosa per essere gettata nell'immondizia".

# m-use

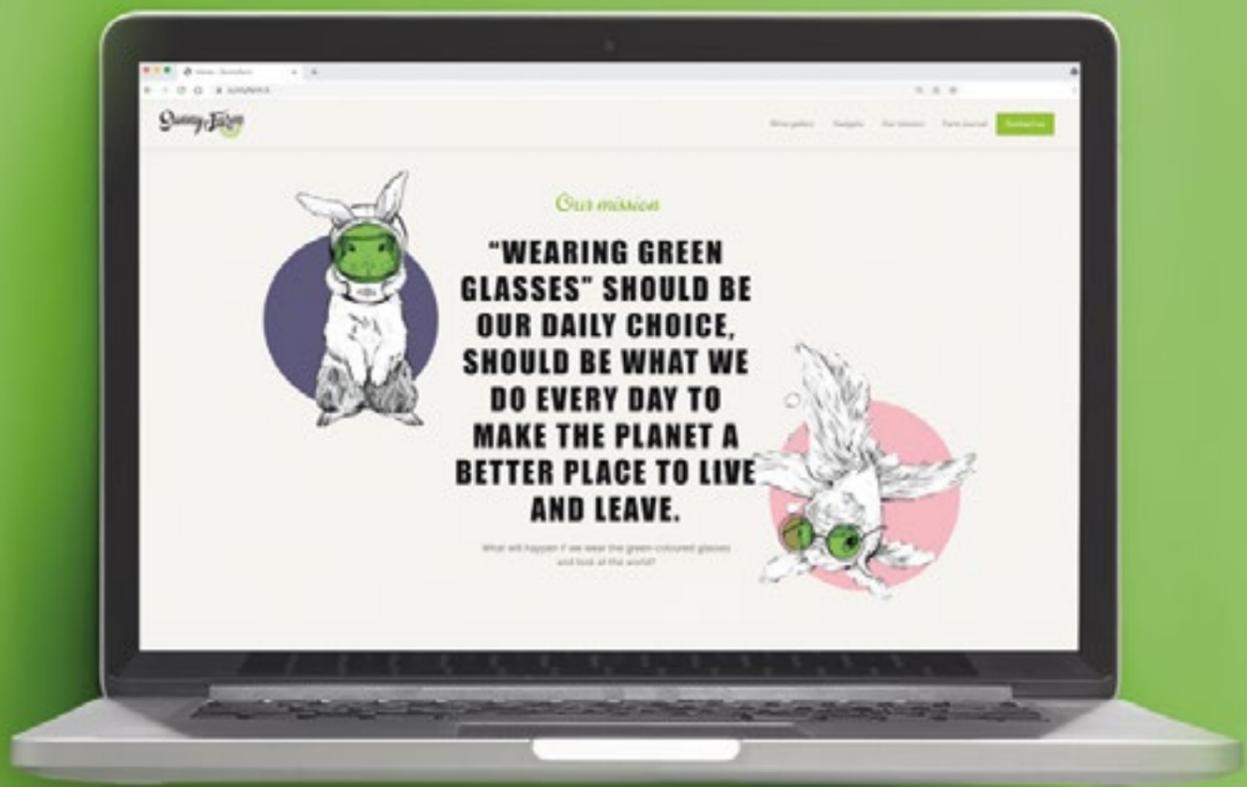
## Le candele M-use: un esempio di riuso

Il 2021 è stato un anno in cui il progetto M-Use ha avuto un enorme sviluppo. L'azienda ha sviluppato infatti le **candele 100% vegan**, prodotte dagli scarti dei diversi formati delle **bottiglie M-Use**. Alla base della filosofia del mondo "M-Use" c'è il concetto di "**Reduce, Reuse, Recycle**", e proprio per questo motivo tra i vari riutilizzi ideati per dare una seconda vita alle bottiglie, che altrimenti sarebbero giunte al termine del proprio ciclo di utilizzo, c'è quello delle candele. Le candele M-Use Pizzolato sono state realizzate grazie all'aiuto di **Re-Candle Bottle**, una giovane start-up milanese. Ricavate dalle bottiglie nei formati 750 ml e 200 ml, una volta tagliate orizzontalmente al diamante e levigate, sono state riempite con cera di soia e in seguito sono state aggiunte delle essenze profumate. Una scelta non casuale quella della cera di soia: come tutti i vini, l'azienda ha voluto che anche le candele fossero 100% vegan.

## La certificazione Kosher: un'avventura nuova

Il Gruppo Pizzolato, sempre attento e sensibile alle necessità dei diversi mercati in cui opera, nel corso del 2021 ha risposto in modo positivo ad una richiesta espressa dall'importatore israeliano. Per la prima volta il Gruppo si è avvicinato alla Certificazione Kosher per la produzione di 3 vini, nello specifico uno Spumante Pinot Grigio delle Venezie Doc, un Cabernet senza solfiti aggiunti e un blend di Merlot e Cabernet senza solfiti aggiunti. Ottenere la certificazione ha comportato un grande impegno e una grande attenzione da parte di tutti i dipendenti che lavorano nell'area di produzione. Affinché un vino possa essere certificato Kosher, dal momento in cui l'uva arriva in cantina al momento in cui la bottiglia viene tappata, sia la materia prima che gli strumenti utilizzati per la vinificazione e l'imbottigliamento, non possono in alcun modo venire a contatto con persone che in primo luogo non professino l'ebraismo e in secondo luogo non siano praticanti della stessa religione. Per questo motivo, da settembre 2021 a Gennaio 2022 è stata costante in azienda la presenza di un Rabbino e di un ragazzo di religione ebraica. Gli stessi, affiancati e guidati dai dipendenti del Gruppo Pizzolato, hanno svolto ogni passaggio del processo di vinificazione e imbottigliamento del vino. Il tutto è iniziato in cantina quando hanno rovesciato il carico d'uva nella tramoggia ed è terminato con la chiusura della bottiglia da parte della macchina tappatrice. Un'esperienza del tutto nuova, ma altrettanto stimolante e soddisfacente. Una sfida che il Gruppo Pizzolato ha voluto cogliere e che si è conclusa nel migliore dei modi, tanto che nei progetti futuri c'è l'intenzione di estendere la certificazione anche ad altri prodotti e di coprire nuovi mercati.





## Sunny Farm: una linea 100% green, dal vino al web



### Carbon Neutral Website Hosting

• 100% RENEWABLE ENERGY •

This certificate is presented to

## sunnyfarm.it LA CANTINA PIZZOLATO SRL

September 2021

La Cantina Pizzolato SRL is awarded this Sustainability Certificate for using 100% renewable energy, therefore the website is deemed Carbon Neutral. Data centers are located in Zürich (CH) and are managed by Google, LLC which has been awarded Grade A complying to Clicking Clean Report by Greenpeace.




**CARBON DATA**

Google Cloud Region: europe-west6 (Zürich, CH)

Google CFE%: 94% Grid carbon intensity (gCO2eq/kWh): 29

Net website carbon emission: 0 (Neutral Carbon Footprint)



Sunny Farm è un brand del Gruppo Pizzolato che si fa portavoce di un importante messaggio “green” e che ha come obiettivo primario la sensibilizzazione e la salvaguardia dell’ambiente. Una linea composta da 9 vini biologici e vegani certificati che provengono dalle zone vitivinicole più vocate d’Italia ed ognuno dei quali è rappresentato da un animale che indossa degli occhiali verdi. Gli stessi occhiali con cui tutti gli esseri umani dovrebbero guardare il mondo e agire attuando scelte sostenibili e rispettose dell’ambiente e degli animali che lo abitano. Oltre alla bottiglia in vetro leggero e all’etichetta in carta riciclata, da quest’anno è stato implementato un nuovo tipo di packaging 100% sostenibile: la lattina. Essendo in alluminio, è riciclabile un infinito

numero di volte e perciò ha un impatto ambientale molto basso. Il 24 novembre 2021 è stato pubblicato il sito internet completamente dedicato alla linea Sunny Farm. Al suo interno, oltre alla spiegazione della filosofia del brand e ai dettagli sui vini, è presente un blog dove gli animali stessi attraverso alcune rubriche trattano tematiche diverse, aventi la sostenibilità come “fil rouge”. Oltre che nella filosofia alla base, nel vino e nel packaging l’attenzione ambientale è a 360° e anche il sito web è certificato “green”. Servendosi unicamente di energia rinnovabile, è considerato un sito Carbon Neutral dal momento che non produce alcuna emissione di CO<sub>2</sub>.

## Successi e riconoscimenti dei vini Pizzolato

### PREMI ANNATA 2020



#### VINO BIANCO IGT VENETO "HUAKAI"

- Medaglia d'oro con 93 punti all'International Piwi Wine Awards 2020;
- Diploma di merito all'Enoconegliano 2021;
- Medaglia di bronzo al Challenge Millesime Bio 2022.



#### VINO ROSSO IGT VENETO SENZA SOLFITI AGGIUNTI "KONTIKI"

- Medaglia d'argento con 88 punti all'International Piwi wine Awards 2021.



#### VINO BIANCO FRIZZANTE IGT VENETO "HOOPA" COL FONDO

- Medaglia d'argento con 87 punti all'International Piwi wine Awards 2021.



### PREMI ANNATA 2020



#### VINO ROSATO FRIZZANTE IGT VENETO "HURRÀ" COL FONDO

- Medaglia d'argento con 86 punti all'International Piwi wine Awards 2021.



#### SPUMANTE PROSECCO DOC ROSÉ BRUT

- Medaglia d'argento al Challenge Millesime BIO 2021;
- Medaglia d'oro con 91 punti PAR all'International Organic Wine Award 2021;
- Medaglia d'argento al The Global Masters Rosé 2021;
- Medaglia d'argento al The Global Sparkling Masters 2021.



#### SPUMANTE PROSECCO DOC EXTRA DRY

- Medaglia d'argento con 89 punti PAR all'International Organic Wine Award 2021;
- Medaglia d'argento all'Organic & Vegan Global Masters 2021.



PREMI ANNATA 2020



**SPUMANTE PINOT GRIGIO DELLE VENEZIE DOC EXTRA DRY "M-USE"**

- Medaglia d'oro con 97 punti PAR all'International Organic Wine Award 2021;
- Medaglia d'argento al The Global Pinot Gris Masters 2021.



**VINO SPUMANTE EXTRA DRY "M-USE"**

- Medaglia d'oro all'International Wine Contest Prague Trophy 2021;
- Medaglia di bronzo al The Global Masters Rosé 2021.





04  
L'IMPATTO SOCIALE

---



## L'IMPATTO SOCIALE E TERRITORIALE



### “L'Officina del Vino”, il nuovo Agri-Wine Bar green

A fine 2021, il Gruppo Pizzolato inaugura “L'Officina del Vino”, il nuovo Agri-Wine Bar a completamento dell'offerta enogastronomica e enoturistica della cantina. Una location davvero unica immersa nel verde, a pochi passi dalla città di Treviso. “L'Officina del Vino” vuole essere un luogo del vino, di incontro, di convivialità, di scambio e di accoglienza che ha l'obiettivo di esaltare al meglio l'offerta esperienziale proposta dalla Cantina Pizzolato che durante l'anno propone un ricco e variegato calendario di eventi: corsi di degustazione, cene a tema, aperitivi estivi, pic nic

in vigna e molto altro. I vini biologici della cantina sono accompagnati da sfiziose culinarie e stagionali con un unico obiettivo: esaltarne le peculiarità offrendo al commensale esperienze di gusto uniche ed esclusive con la formula semplice e genuina dell'agriturismo. Vino, uova, ortaggi, salumi e formaggi bio sono i prodotti cardine dell'Azienda Agricola Pizzolato Settimo. Il nome “L'Officina del Vino” si ispira alle officine meccaniche: come ogni meccanico appende alla parete dell'officina i propri attrezzi da lavoro, allo stesso modo i calici vengono fissati a testa in giù tramite la rastrelliera



porta calici. L'officina è il mondo del meccanico, il luogo in cui svolge il suo lavoro con passione e professionalità. Così “L'Officina del Vino” diventa un luogo in cui ogni calice contiene il duro lavoro dell'agricoltore e l'esperienza dell'enologo, per dare al consumatore un vino sano, biologico e vegano.

Il logo unisce l'armonia delle curve di un calice e la freddezza di un attrezzo meccanico, ravvivando le note vintage del locale che, da un lato è bottega, dall'altro wine bar. La tipografia è stata fondamentale per la realizzazione del logo: si è cercato un carattere che richiamasse lo stile delle insegne che realizzate a mano e allo stesso tempo che rappresentasse l'aspetto meccanico delle officine.

# L'OFFICINA DEL VINO

DATA DI INAUGURAZIONE

**25.11.21**



## La struttura e i servizi

“L’Officina del Vino” vuole essere al contempo contenitore e contenuto di una filosofia legata al vino e ai processi di lavorazione biologica che contraddistinguono la Cantina Pizzolato. La planimetria del padiglione, composta da elementi circolari, richiama l’aggregazione delle bollicine di anidride carbonica visibili in un calice di Prosecco, richiama la naturale evoluzione delle bollicine, qui guidate dall’andamento dei ciliegi. La scelta dei materiali, e dei relativi cromatismi, contribuisce a costruire un dialogo con il contesto che ospita il padiglione accelerando il processo di interrelazione di quest’ultimo con gli elementi vegetali che configurano questa porzione della campagna trevigiana.

Ogni elemento di cui si compone il padiglione richiama immagini, strutture, configurazioni già presenti nel contesto. La scelta di un materiale naturale come il legno si inserisce in punta di piedi nel paesaggio agricolo. Il cromatismo,

la matericità, e il naturale processo di invecchiamento a cui è sottoposto lo rendono una materia prima capace di portare un valore aggiunto all’architettura. Il paesaggio che ospita questo piccolo manufatto contribuisce alla sua vitalità, entra attraverso le aperture, e si rende protagonista principale durante le degustazioni e le diverse attività. Ogni elemento è stato studiato, dagli spazi agli arredi, per essere la traduzione di forme e materiali che appartengono a questo luogo. Gli spazi nella successione si sviluppano dalla sala principale verso la cantina interrata in un approfondimento anche conoscitivo delle qualità della Cantina Pizzolato. Gli arredi sono organizzati per essere disponibili ad organiche aggregazioni dove “lo stare” è ancora una volta una vera esperienza emozionale.

La scelta dei materiali e le loro modalità di impiego si collocano quindi nell’alveo di una coerenza formale che definisce un paesaggio agrario denso di richiami, in cui gli

elementi ricorrenti costruiscono una sintassi che definisce l’identità di questo paesaggio. Il passo tra i filari delle viti e il sostegno ai tralci scandiscono il paesaggio e definiscono corridoi di ampiezza utile al passaggio dei mezzi agricoli; allo stesso modo la serialità dei silos descrive un racconto, una successione necessaria, una serie di passaggi per l’ottenimento di un prodotto di eccellenza territoriale come il Prosecco. Analogamente il ripetersi e aggregarsi di elementi unitari, le bollicine nella conformazione planimetrica e le doghe ricavate dal legno del Cansiglio sono funzionali alla definizione di una spazialità fluida in cui il contrasto di luci e ombre alleggerisce la volumetria e garantisce un efficace inserimento nel contesto. In definitiva i singoli elementi si configurano come unità di misura di un paesaggio che parla per assonanze. All’interno de “L’Officina del Vino” si potran-

no degustare i vini della cantina Pizzolato letteralmente a km zero. Il focus principale dell’enoteca è e sarà il vino biologico, vegan, Piwi e senza solfiti aggiunti e l’esperienza di degustazione del vino biologico, che sarà accostata e abbinata a piatti con ingredienti a km zero.



# 問

## Filosofia del progetto: l'intervista agli architetti

"L'Officina del Vino" vuole essere un luogo di incontro dove le persone possono degustare del buon vino biologico circondati dalla natura.

### Da cosa trae spunto questo progetto?

Il progetto, come è avvenuto per la cantina, trae spunto da ciò che ci circonda, dalla materia prima che trattiamo. In una sorta di gigantografia, la foresteria traduce in forma, una successione di bollicine racchiuse dal doppio filare di ciliegi. Prendendo ispirazione dal luogo, abbiamo cercato di portare all'interno dell'Officina (la parola deriva dal latino *opifex-ficis* operaio/artigiano... come luogo del fare) il racconto di un fare artigianale con la forza della sperimentazione. Attraverso la matericità delle componenti, la trasparenza delle superfici e la presenza di oggetti legati all'operare artigiano, gli spazi accolgono e parlano di luoghi e di persone. Ci colleghiamo alla biofilia, al legame con la natura per il benessere dell'uomo restituito nell'Officina attraverso visuali, atmosfere e accoglienza, perché l'edificio si compone di quanto c'è all'esterno, un paesaggio ricco di tradizione, sperimentazione e ovviamente rispetto per la terra.

### Come si contestualizza in spazi dal taglio architettonico già ben definito?

La foresteria è un evento che si svolge tra la natura. La conformazione dei volumi è predisposta all'accoglienza, all'ospitare. Chi entra vive un'esperienza in cui i sensi vengono sollecitati dalle immagini e dai sapori, la successione dall'ampia e luminosa sala principale raggiunge la buia cantina dove la degustazione ha inizio. La collocazione della foresteria è in prossimità dei vigneti, e il suo inserimento tra gli alberi costituisce una sorta di opportunità, attraverso le diverse bolle si percorrono spazi che dal costruito diventano vegetali trasformandosi in speciali stanze verdi all'aperto.

### Quali sono le scelte costruttive e di materiali che caratterizzano il progetto?

Il legno è sempre il materiale dominante avvicinato al cemento grezzo che restituisce la scabrosità delle pareti lasciate a vista e in aggiunta, proprio perché si tratta di un'officina il metallo grezzo. Il metallo contiene (come, per esempio, nel caso della libreria dei vini) e racconta (come espositore di oggetti che fanno parte della ricerca della cantina).

### Pensare ad una struttura che accoglie significa anche contestualizzarla in un contesto sociale e naturalistico particolare. Queste considerazioni hanno contribuito a far spazio a scelte particolari?

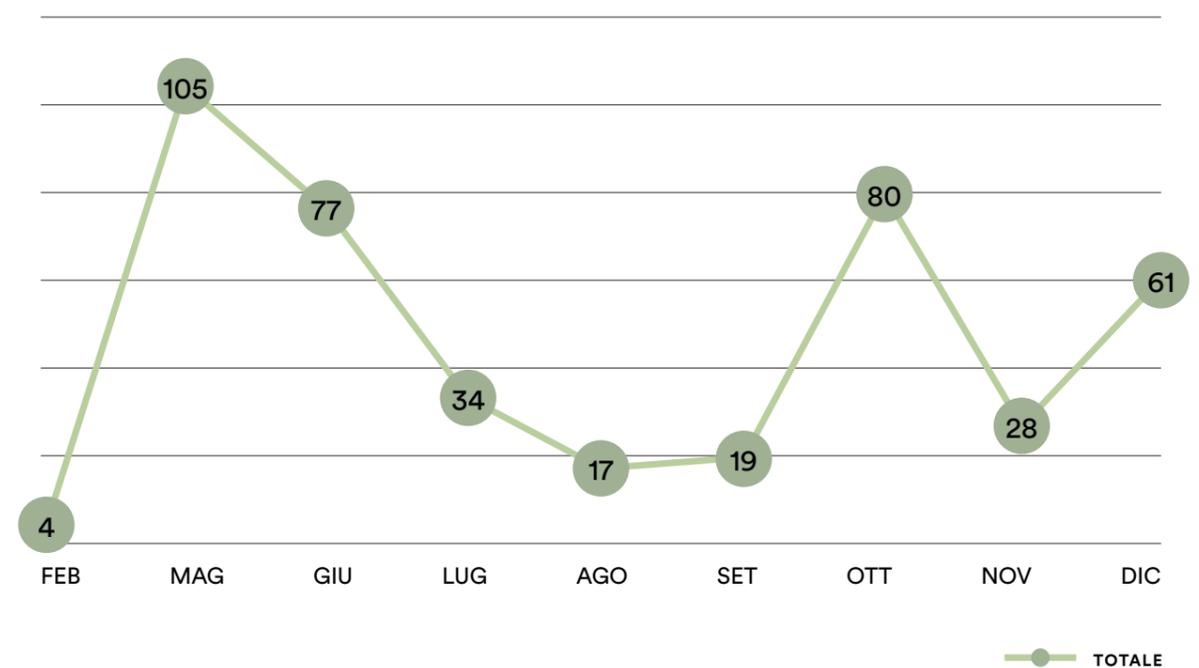
Certamente. La foresteria si sviluppa su diversi livelli e si compone di diversi spazi che entrano in modalità di percezione diversa con l'intorno. Stare sulla terrazza permette uno sguardo ampio sulle coltivazioni, una visione panoramica che è al contempo a diretto contatto con la struttura naturale dei ciliegi. "L'Officina del Vino" è costituita da una serie di spazi in successione, spazi da scoprire: dalla sala principale aperta verso i vigneti, alla sala rotonda per degustazione e showcooking, alla cantina, che è una sorta di spazio segreto racchiuso nel terreno, custode se si vuole dei segreti della passione e delle qualità dell'Azienda Biologica Pizzolato.





figura 1

## TOTALE



### L'Hospitality Pizzolato

#### Il turismo enogastronomico in Cantina Pizzolato

Il 2021 è stato l'anno della rinascita e della ripartenza per il settore Hospitality del Gruppo Pizzolato. Per quanto concerne il comparto enoturistico della Cantina Pizzolato, è emerso che il numero di ospiti che hanno visitato la Cantina nell'anno 2021 è aumentato rispetto alla tendenza 2020, specialmente nella seconda metà dell'anno: la cantina ha contato un totale di 430 enoturisti e winelovers italiani ed esteri.

Come da grafico in figura 1, nel periodo gennaio-maggio 2021 il numero totale di presenze è stato di 145 persone ed ha interessato esclusivamente i mesi di febbraio e maggio. Una tendenza che si riconduce certamente alle misure stanziate dal governo in quel periodo per il contenimento del contagio da Covid-19.

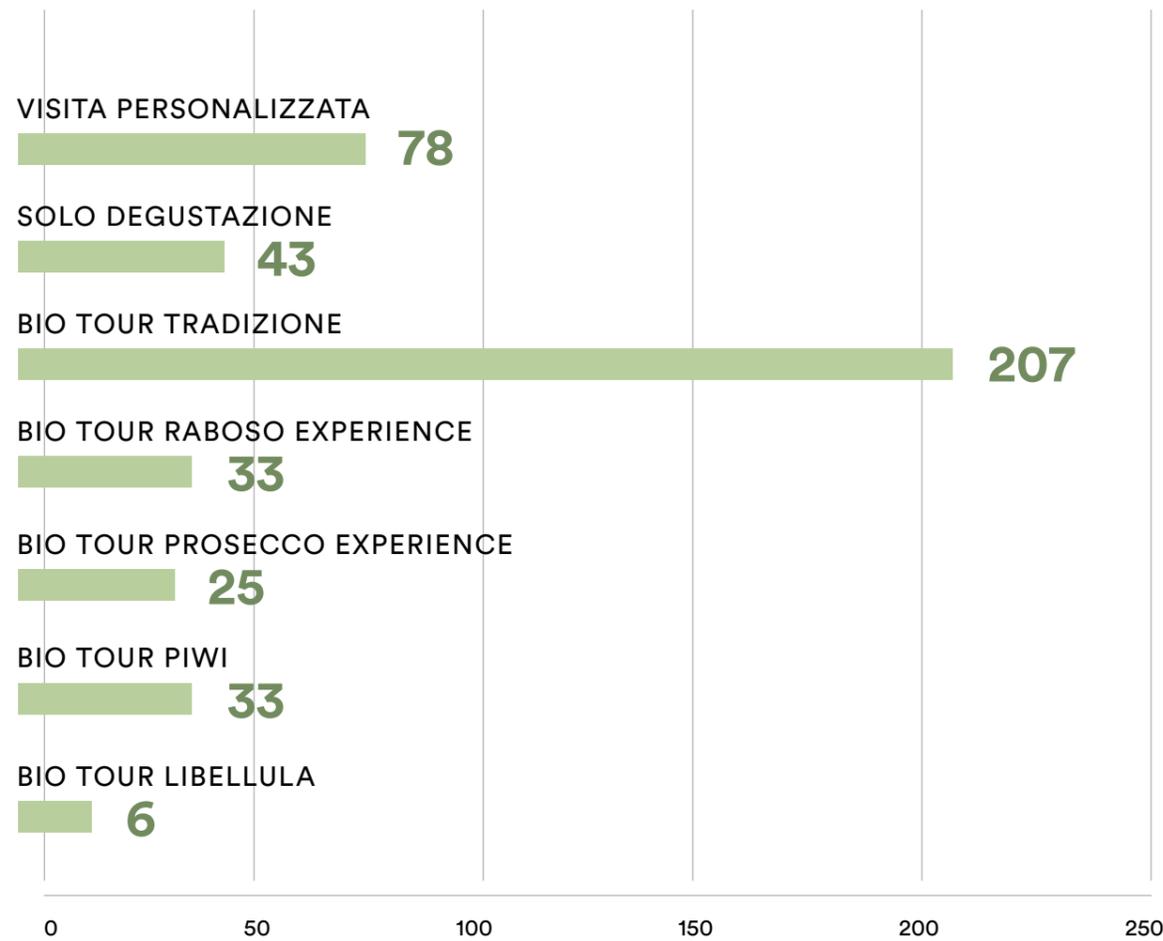
Nella seconda metà dell'anno emerge, invece, un andamento altalenante nelle affluenze in cui picchi coinvolgono prevalentemente i mesi di giugno, ottobre e dicembre. Mesi che si sono dimostrati particolarmente favorevoli per il turismo di prossimità. Solo il 15% degli ospiti è di nazionalità straniera contro l'85% di italiani, in prevalenza residenti nelle zone limitrofe alla cantina. Un dato questo particolarmente rilevante che racconta la situazione di emergenza che si è vissuta nel corso dell'anno.

Un'altra rilevante informazione che è stata acquisita durante le analisi è la percentuale di persone che sono venute in visita alla cantina tramite i pacchetti SmartBox: circa il 7% degli italiani in visita. Il Gruppo Pizzolato aderisce ai pacchetti SmartBox dal 2020 ma solo il 2021 ha portato ad una consolidazione nella collaborazione.

Nel 2021 il **BIO TOUR** in cantina più richiesto è stato il Bio Tour Tradizione. Un tour pensato per immergersi nella storia della Famiglia Pizzolato, del territorio in cui opera e della villa Palladiana che ha visto nascere e svilupparsi la cantina che oggi vediamo. La visita prevede una passeggiata nel vigneto e la descrizione delle lavorazioni in ottica di agricoltura biologica, continua poi con una visita in tutta la cantina dalla vinificazione fino all'imbottigliamento e alla barriera dove riposa il vino Raboso. Il tour termina con la degustazione di 3 vini della tradizione veneta: Prosecco DOC Treviso, Manzoni Bianco DOC Piave e Raboso Piave DOC.

Tuttavia, dal grafico in figura 2, si evince come sia incrementata anche la richiesta di Tour e degustazioni personalizzate, cucite in relazione alle esigenze degli ospiti in vista. Nel corso dell'anno la cantina ha arricchito la propria formula di

## SOMMA DI PAX PER BIO TOUR CELTO



degustazione introducendo la possibilità di abbinare i suoi vini biologici certificati con taglieri di salumi di produzione propria e formaggi di produttori locali creando una vera e propria esperienza enogastronomica. Svolta importante e significativa che ha coinvolto l'offerta enoturistica di Pizzolato è stata sicuramente l'inaugurazione della nuova "Officina del Vino" nel novembre 2021, l'Agri-Wine Bar situato alle spalle della Cantina. Un chiaro e forte messaggio dell'azienda di investire anche nello sviluppo enogastronomico e della cultura del vino.

#### Promozione enoturistica: incontro con il team Wine Meridian

Moiteplici sono state le attività messe in atto nel corso dell'anno 2021 volte alla promozione enoturistica della Cantina Pizzolato. Tra queste come non annoverare la data del 15 luglio 2021 che ha visto ospiti in Cantina il team di Wine Meridian, una testata giornalistica online che racconta l'evoluzione dei mercati, le esperienze aziendali più significa-

tive e quelle dei buyer più importanti. Durante il loro Italian Wine Tour con il camper Gino hanno fatto tappa in Cantina Pizzolato. Un interessante tour lungo lo Stivale alla scoperta dei diversi modelli dell'ospitalità enoturistica italiana. Un nobile scopo il loro: raccontare e valorizzare l'enorme offerta di wine experiences che il turismo enogastronomico può offrire non solo agli appassionati di vino ma anche a neofiti fino a soddisfare le richieste più esigenti dei bimbi attraverso un programma di visite che possa permettere anche a loro di interagire e godersi l'esperienza.

*"Ci sono delle persone che vedi per la prima volta e che dopo mezzo minuto senti che ti sono entrate nel cuore. Ed è questo che mi è capitato da Pizzolato, con Sabrina e Maddalena." Queste le parole che Lavinia e Fabio di Wine Meridian ci hanno dedicato durante il loro tour in cantina. "Noi ci auguriamo e speriamo di fare lo stesso effetto a tutti gli ospiti che avremo il piacere di avere qui in cantina"*

Sabrina Rodelli



### Welfare territoriale e i progetti per il sociale

Nel corso dell'anno 2021 La Cantina Pizzolato è stata interessata da una serie di attività volte al sostenimento del welfare territoriale.

#### Comitato Maria Letizia Verga

Nel mese di aprile in occasione delle festività pasquali, il Gruppo Pizzolato ha contribuito con grande entusiasmo al sostengo del Comitato Maria Letizia Verga attraverso l'acquisto per i proprio dipendenti di uova di Pasqua solidali. Il Comitato Maria Letizia Verga, fondato nel 1979, ha come obiettivo quello di riunire genitori, volontari, amici sostenitori, ricercatori, medici e operatori sanitari in un'alleanza per il miglioramento della qualità complessiva della vita di bambini e ragazzi affetti da malattie ematologiche. Quest'azione di supporto è stata valorizzata anche da una campagna social dal nome "E' tempo di.." che invitava la community di Pizzolato a scrivere un desiderio nei commenti sotto ai post facebook con la promessa di appenderli all'olmo situato di fronte la Cantina: un biglietto di buon auspicio che i desideri si potessero presto realizzare.

#### Vita e Lavoro Soc. Coop. Sociale Onlus

Nel mese di giugno la cantina Pizzolato ha ospitato i ragazzi dell'associazione Vita e Lavoro Soc. Coop. Sociale On-

lus proponendo una serie di attività ludico-ricreative. Una giornata all'insegna del divertimento e dell'ascolto sensoriale attraverso una serie di iniziative fra vigneti e cantina che hanno permesso loro di vivere momenti costruttivi e spensierati.

La visita guidata ha avuto inizio dal maneggio che fiancheggia la cantina per proseguire tra i filari della tenuta dove hanno potuto toccare con mano le foglie di vite e i piccoli acini. A seguire, il team Hospitality della Cantina, servendosi di colori, tempere e profumi ha organizzato, nella suggestiva barriera, delle attività ricreative che hanno permesso ai ragazzi di sperimentare tutti i sensi.

#### Micro Nido Peter Pan

Fin da sempre Pizzolato ha il desiderio di creare un'offerta enoturistica che possa adattarsi alle esigenze di tutti, grandi e piccini. Nel mese di giugno la Cantina ha ricevuto dei piccoli ospiti: i bimbi del micro nido Peter Pan di Povegliano che hanno potuto trascorrere un'insolita giornata immersi nel verde della tenuta Pizzolato. Dopo una coccola ai cavalli del maneggio della cantina al via la scoperta dei segreti della campagna con il "vecchio" trattore di Settimo Pizzolato. Un'esperienza indimenticabile all'insegna dell'esplorazione e del divertimento.



è tempo di...



## Eventi in cantina 2021

Il 2021 è stato l'anno della ripartenza anche per quanto concerne il comparto eventi della Cantina Pizzolato.

### → CANTINE APERTE 2021

La stagione degli eventi ha ripreso a pieno regime nel maggio 2021, aprendo le porte della cantina con l'evento di portata nazionale Cantine Aperte promosso dal Movimento Turismo del Vino (Mtv Italia). Mtv Italia è un'associazione no profit di cui fanno parte circa mille tra le più prestigiose cantine d'Italia, selezionate sulla base della qualità dell'accoglienza enoturistica. Il Movimento Turismo del Vino si pone il compito di valorizzare settore enoturistico nazionale attraverso l'organizzazione di eventi che coinvolgono tutte le Cantine interessate. Il programma pensato dalla Cantina Pizzolato per l'evento Cantine Aperte prevedeva la possibilità di visitare la cantina e proseguire con la degustazione dei suoi vini biologici accompagnati da qualche stuzzichino in abbinamento. Con l'occasione la Cantina ha ospitato il gruppo di Auto Storiche Villorba, guidato da Gabriele Zanatta. Un'esposizione di più di 30 auto d'epoca dagli anni '40 agli anni '90.

### → CENA TRA I FILARI BBQ EDITION

Nell'anno 2021 come non annoverare la consueta Cena tra i Filari, con una novità: il bbq in vigna tutti i mercoledì del mese di giugno e luglio.

Ospiti ad una delle cene in vigna anche alcune aziende che, come Cantina Pizzolato, aderiscono al progetto sostenibilità promosso da Assindustria Venetocentro e guidato da Mario Paronetto. Un'esperienza enogastronomica diventata occasione perfetta di condivisione verso un'industria sempre più sostenibile.

### → PIC NIC IN VIGNA

Per tutti i weekend del mese di luglio e agosto, Cantina Pizzolato ha, inoltre, organizzato il Pic Nic in vigna, un evento su prenotazione proposto come alternativa ad un aperitivo tradizionale, per godere appieno della vita in campagna. Tante fresche prelibatezze e un plaid per vivere un'esperienza nuova immersi nel verde della tenuta Pizzolato.

### → CORSO DI WINE EXPERIENCE

Nel mese di settembre, si è finalmente potuto riproporre l'usuale appuntamento del Corso di wine experience, giunto alla sesta edizione. Un corso di avvicinamento al vino e al cibo pensato per winelovers, appassionati o semplicemente per coloro che desiderano saperne di più del mondo enologico. Un corso strutturato in 4 lezioni suddivise in 4 serate diverse, ognuna con un proprio tema e molte curiosi-

tà da scoprire. Tutti i vini in degustazione, della cantina Pizzolato o di aziende operanti nel territorio nazionale, erano certificati biologici. La scelta di Pizzolato era proprio quella di proporre dei vini diversi tra loro e prodotti da aziende operanti in aree geografiche differenti ma accomunate dalla stessa filosofia aziendale orientata alla sostenibilità.

### → APERIBIO TRA I FILARI

Nella rosa di eventi 2021 di Cantina Pizzolato rientra l'Aperi Bio tra i filari. Tutti i venerdì e sabato dei mesi di agosto e di settembre, un aperitivo su prenotazione che ha visto come location i filari della tenuta e la Piazzetta fronte Cantina. I vini biologici della Cantina si proponevano in accompagnamento a taglieri di salumi di produzione propria e formaggi di aziende locali.

### → CENA PIWI SPERIMENTALE

Ad aprire le porte dell'autunno in Cantina, la Cena Piwi Sperimentale una Cena Illustrativa ed Esperienziale. I Piwi sono vitigni resistenti alle malattie fungine, frutto di una costante ricerca dell'uomo e di una selezione, in atto da vari decenni, di incroci tra varietà di viti vinifera (da vino) e varietà di vite americana (resistenti alle malattie fungine), ammesse a tutti gli effetti per la produzione di vini di qualità. Il vantaggio è il numero minimo di trattamenti (da 2/4 annui) effettuati e il conseguente impatto ambientale per la loro coltivazione. La cena Piwi Sperimentale è stata occasione per andare oltre ai consueti abbinamenti cibo-vino con l'obiettivo di regalare ai commensali un'esperienza sensoriale del tutto nuova dove i sapori della tradizione si sono uniti ai profumi e sentori più innovativi della linea Piwi di Pizzolato.

### → APERIBIO IN CANTINA

Nella seconda metà di ottobre, il punto vendita e la piazzetta della Cantina Pizzolato sono stati cornice ideale per un aperitivo organizzato l'indomani della chiusura della fiera Vinitaly. Lo scopo era quello di far conoscere e far degustare a wine lovers e clienti tutte le novità 2021.

### → FESTA DEL NOVELLO

Dopo due anni di stop, a novembre 2021 si è finalmente potuta riproporre la tradizionale festa del Novello in Cantina: dove è stato presentato il Novello da vitigni Piwi accompagnato da sfiziose caldarroste cotte al momento. Una giornata condita, anche, dalla partecipazione del Vespa Club di Montebelluna.



## La comunicazione social della sostenibilità

### Campagna Social Piwi: inno al pensiero Green

Nel 2021 al via la campagna social Piwi che lancia un messaggio universale: Inno al pensiero Green! Bere buon vino in maniera consapevole fa bene all'ambiente!

Nella produzione di vini **Piwi biologici**, la ridotta necessità di trattamenti permette di risparmiare risorse, energia ed emissioni di CO<sub>2</sub>, nelle lavorazioni in vigneto. Il risultato è anche una riduzione dell'utilizzo dei macchinari e del carburante in campagna. Inoltre, queste varietà consentono un risparmio anche nell'utilizzo dell'acqua. E proprio per questo motivo che, essendo da sempre molto sensibili e attenti a queste tematiche, il team Social di Pizzolato ha deciso di lanciare un messaggio di sostenibilità ambientale e di attenzione e rispetto verso la natura e l'uomo...**UN VERO E PROPRIO INNO AL PENSIERO GREEN!**

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

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



## 05 L'IMPATTO ECONOMICO E GOVERNANCE

---

## Il Rendiconto Economico

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

### CONTO ECONOMICO

#### A) VALORE DELLA PRODUZIONE

<b>1</b>	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	23.663.043,00
<b>2</b>	Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	5.757.605,00
<b>3</b>	Variazione dei lavori in corso su ordinazione	
<b>4</b>	Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	
<b>5</b>	Altri ricavi e proventi	405.054,00
<b>TOTALE (A) VALORE DELLA PRODUZIONE</b>		<b>29.825.702,00</b>

#### B) COSTI DELLA PRODUZIONE

<b>6</b>	Per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	17.559.627,00
<b>7</b>	Per servizi	2.188.241,00
<b>8</b>	Per godimento di beni di terzi	1.096.644,00
<b>9</b>	Per il personale	1.077.715,00
<i>a</i>	Salari e stipendi	775.708,00
<i>b</i>	Oneri sociali	226.296,00
<i>c</i>	Trattamento di fine rapporto	55.913,00
<i>d</i>	Trattamento di quiescenza e simili	
<i>e</i>	Altri costi	19.798,00
<b>10</b>	Ammortamenti e svalutazioni	504.991,00
<i>a</i>	Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	226.474,00
<i>b</i>	Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	256.214,00
<i>c</i>	Altre svalutazioni delle immobilizzazioni	
<i>d</i>	Svalutazioni di crediti compresi nell'attivo circolante	22.303,00
<b>11</b>	Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	3.998.848,00
<b>12</b>	Accantonamenti per rischi	1.600,00
<b>13</b>	Altri accantonamenti	
<b>14</b>	Oneri diversi di gestione	102.249,00
<b>TOTALE (B) COSTI DELLA PRODUZIONE</b>		<b>26.529.915,00</b>

**DIFFERENZA TRA VALORI E COSTI DELLA PRODUZIONE (A-B)** 3.295.787,00

#### C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI

<b>15</b>	Proventi da partecipazioni	81,00
<b>16</b>	Altri proventi finanziari	
<i>a</i>	da crediti iscritti nelle immobilizzazioni	
<i>b</i>	da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	-
<i>c</i>	da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	81,00
<i>d</i>	proventi diversi dai precedenti, con separata indicazione di quelli da imprese controllate e collegate e di quelli da controllanti	92.269,00
<b>17</b>	Interessi e altri oneri finanziari	
<b>17 BIS</b>	Utili e perdite su cambi	92.188,00
<b>TOTALE (C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI</b>		<b>-26.529.915,00</b>

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

<b>18</b>	Rivalutazioni di attività finanziarie	-
<i>a</i>	di partecipazioni	
<i>b</i>	di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	
<i>c</i>	di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
<b>19</b>	Svalutazioni di attività finanziarie	1.404,00
<i>a</i>	di partecipazioni	
<i>b</i>	di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	1.404,00
<i>c</i>	di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	
<b>TOTALE (D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE</b>		<b>-1.404,00</b>

#### E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI

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

**RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+C+D+E)** 3.202.195,00

#### D) RETTIFICHE

<b>22</b>	Imposte sul reddito di esercizio	850.165,00
-----------	----------------------------------	------------

**UTILE / PERDITA DELL'ESERCIZIO** 2.352.030,00

## Il conto economico anno 2021

A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	23.663.043	79%
Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	5.757.605	19%
Altri ricavi e proventi	405.054	1%
	29.825.702	100%

Area Geografica	VALORE ESERCIZIO CORRENTE	
VENDITE ITALIA	3.132.754,00	
VENDITE UE	15.204.393,00	
VENDITE EXTRA UE	5.325.896,00	
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	5.757.605	
Altri ricavi e proventi	405.054	

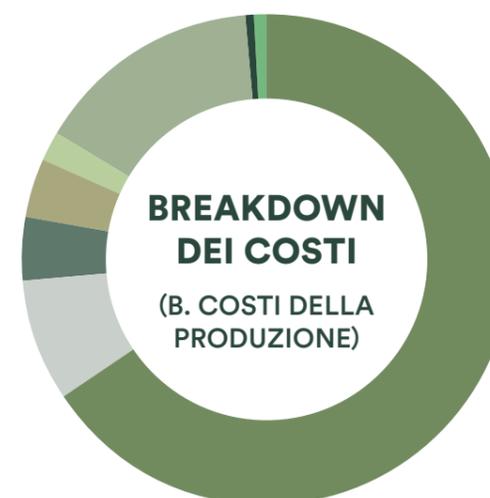


- RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONI
- VARIAZIONI DELLE RIMANENZE DI PRODOTTI IN CORSO DI LAVORAZIONE, SEMILAVORATI E FINITI
- ALTRI RICAVI E PROVENTI



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

B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	17.559.627	66%
Per servizi	2.188.241	8%
Per godimento di beni di terzi	1.096.644	4%
Per il personale	1.077.715	4%
Ammortamenti e svalutazioni	504.991	2%
Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	3.998.848	15%
Accantonamenti per rischi	1.600	0%
Oneri diversi di gestione	102.249	0%
	26.529.915	100%



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

## La produzione del valore aggiunto

LA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO		2021
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (al netto delle rettifiche di ricavo)		23.663.043,00
Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		5.757.605,00
Variazione dei lavori in corso su ordinazione		-
Altri ricavi e proventi		405.054,00
<b>Ricavi attività tipica</b>		<b>29.825.702,00</b>
Ricavi della produzione atipica (lavori in economia)		-
<b>VGP</b>	<b>VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>29.825.702,00</b>
<b>CO.INT</b>	<b>COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE</b>	<b>24.940.209,00</b>
<b>VACL</b>	<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>4.885.493,00</b>
Ricavi accessori		81,00
Costi accessori		23.707,00
<b>Ris.G.ACC.</b>	<b>Saldo gestione accessoria</b>	<b>-23.626,00</b>
Ricavi straordinari		-
Costi straordinari		-
<b>CO.S</b>	<b>Saldo gestione straordinaria</b>	<b>-</b>
<b>VAGL</b>	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>4.861.867,00</b>
Amm	Ammortamenti	482.688,00
<b>VAGN</b>	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>4.379.179,00</b>

## La distribuzione del valore aggiunto

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO		2021
Personale non dipendente		-
Personale dipendente		1.077.715,00
> Remunerazioni dirette		851.419,00
> Remunerazioni indirette		226.296,00
> Eventuali quote di riparto del reddito		-
<b>A</b>	<b>REMUNERAZIONE DEL PERSONALE</b>	<b>1.077.715,00</b>
Imposte dirette		850.165,00
Imposte indirette		-
<b>B</b>	<b>REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>	<b>850.165,00</b>
Oneri per capitali a breve termine		-
Oneri per capitali a lungo termine		92.269,00
<b>C</b>	<b>REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO</b>	<b>92.269,00</b>
Dividendi (Utili distribuiti alla proprietà)		-
<b>D</b>	<b>REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO</b>	<b>-</b>
<b>E</b>	<b>REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA</b>	<b>2.352.030,00</b>
<b>F</b>	<b>LIBERALITA' ESTERNE</b>	<b>7.000,00</b>
<b>VAGN</b>	<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>4.379.179,00</b>

**PIZZOLATO**  
ORGANIC WINE



## L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19 NEL 2021

La pandemia ha accelerato il trend mondiale del vino biologico che ha visto un incremento totale delle vendite. Già prima dell'inizio della pandemia, la crescita del vino biologico era più che evidente, con l'IWSR (Drinks Market Analysis Limited) che prevedeva un consumo di quasi un milione di bottiglie di vino biologico entro il 2023 e una crescita del 43% del mercato globale del vino biologico entro il 2024.

L'avvento della pandemia, seppur abbia portato numerosi danni sotto diversi punti di vista, ha però accelerato un processo che era già in corso da qualche anno: il trend legato al benessere e al bere "sano e pulito". Uno dei macro-trend globali del 2021 confermati anche dall'IWSR dichiara come i consumatori siano più propensi verso vini percepiti come

"sani" nel momento in cui scelgono cosa comprare. Il motivo dietro il successo dei vini biologici risiede nel fatto che se già prima dell'emergenza sanitaria i consumatori si sono rivelati più coscienti e attenti a tematiche quali il rispetto ambientale e la salubrità degli alimenti, l'attuale situazione ha comportato un'ulteriore sensibilità nei confronti del tema della sostenibilità. Secondo il report di Euromonitor sui 10 principali trend dei consumatori per il 2021, al primo posto si trova appunto la sostenibilità e circa il 70% dei professionisti del settore intervistati hanno confermato che, rispetto a prima dell'arrivo della pandemia, oggi i consumatori sono "planet-centric consumers", sempre più consapevoli dell'importanza di tale tema. Secondo indagini e ricerche effettuate,

i consumatori infatti sarebbero disposti a pagare fino al 30% in più per una bottiglia di vino biologico. Il Coronavirus ha confermato il trend globale dei vini bio e ha posto ancora di più i riflettori sull'importanza della salute e della responsabilità ambientale, sull'attenzione da porre negli ingredienti e nell'autenticità di quello che compriamo e su come il vino biologico riesca a coniugare tutti questi elementi.

"Come Cantina Pizzolato, oltre la salubrità e alle certificazioni dei nostri vini, riteniamo fondamentale sensibilizzare i nostri partner e clienti anche sul tema della sostenibilità ambientale legata ai processi produttivi e alla scelta di packaging sempre più sostenibili."





## Le fiere nel corso del 2021

A causa delle restrizioni dovute all'emergenza sanitaria, anche l'inizio del 2021 è stato caratterizzato dall'annullamento in presenza delle principali fiere di settore e dalla proposta di renderne alcune virtuali. Nello specifico, il Gruppo Pizzolato ha partecipato ad entrambi le sessioni del Digital Fair Millésime Bio 2021, la più grande fiera del vino biologico, tenutasi dal 25 al 27 gennaio e dal 18 al 19 marzo 2021. Questa prima edizione digitale del Millésime Bio ha ricevuto buoni feedback e nel complesso visite virtuali, da buyer e importatori da più di 45 paesi, con un'interessante affluenza riscontrata specialmente per la prima sessione. Considerate le limitazioni di viaggi e spostamenti si è rivelata essere per il Gruppo Pizzolato un'ottima opportunità per raggiungere, seppur virtualmente, nuovi buyers e importatori di tutto il mondo presentando loro la storia della Famiglia Pizzolato, raccontando la filosofia aziendale ed i propri vini, sinonimo di territorio, tradizione e sostenibilità.

*"La versione Digital del Millésime Bio 2021, ci ha permesso di incontrare clienti consolidati, di fare prospecting e di accorciare le distanze incontrando buyers lontani, pur restando in cantina. Considerata la situazione che stavamo vivendo, per noi è stata un'occasione davvero importante per farci conoscere e raccontare i nuovi progetti seppur attraverso uno schermo. Non avendo avuto la possibilità di esibirci ancora ad una fiera fisica, ad esempio, è stata il Digital Millésime la prima vetrina per presentare la linea Back to Basic, che ha da subito ricevuto importanti consensi. Nata proprio nel 2021 in occasione del 40mo anniversario della scelta biologica della Famiglia Pizzolato, l'intera linea è simbolo di essenzialità e identità aziendale con un grande focus sulla sostenibilità della filiera produttiva e del vino, trend in crescita in tutti i mercati dei professionisti incontrati virtualmente durante l'evento."*

Francesca Coppola, Sales Manager

Vi è stata anche l'occasione per la forza commerciale, nella seconda metà del 2021, di effettuare qualche viaggio in Europa dopo uno stop forzato di più di un anno. La sola fiera internazionale a cui il Gruppo Pizzolato ha partecipato a supporto dell'importatore polacco è stata il Bio Expo a Varsavia dal 30 settembre al 2 ottobre 2021, l'unico evento in Polonia e nell'Europa centrale e orientale dedicato all'industria del biologico. Ottima occasione per confrontarsi con un mercato in forte crescita economica, con grandi potenzialità specialmente per il comparto biologico.

A Novembre 2021, invece, i vini Pizzolato Malanotte DOCG "Il Barbarossa" 2016 e Huakai Piwi IGT Veneto sono stati protagonisti alla 30ma edizione del Merano Wine Festival, presso il salone Bio & Dinamica dedicato alle cantine produttrici di vini naturali biologici e da vitigni resistenti. Occasione significativa per confrontarsi, finalmente in presenza, con professionisti del settore e appassionati del mondo enologico del nostro territorio.



## Il 2021: un anno da holding

Il 2021 è stato un anno da record con un doppio segno positivo con l'export al 90% a conferma della vocazione internazionale dell'azienda. Attraverso un'intervista a Sabrina Rodelli, export manager della cantina, nonché co-titolare ripercorriamo l'anno dal punto di vista commerciale.

### Quali sono stati i mercati nuovi raggiunti nel 2021 e quali le principali azioni commerciali?

“Il 2021 è stato un altro anno dove i nostri vini bio sono stati ambasciatori di loro stessi e portatori di esperienze che dal nostro punto di vista non potranno essere vissute per sempre solamente davanti ad uno schermo. Abbiamo programmato e attuato numerose spedizioni in molte parti del mondo aprendone le porte e creando le basi di alcuni rapporti commerciali che speriamo si potranno consolidare anche nei prossimi anni. Un mercato nuovo e protagonista del 2021 è stato sicuramente Israele. Dopo due anni di ricerca e studi di mercato, siamo riusciti a raggiungere la certificazione Kosher per tre vini che verranno distribuiti in molti negozi specializzati dello stato israeliano. Durante l'anno 2022 tenteremo di consolidare altri mercati come Singapore, l'Islanda e anche la Cina con un nuovo importatore nazionale. Ora però guardiamo con preoccupazione le vicende mondiali, i venti di guerra dell'est paralizzano di nuovo l'economia sotto molti aspetti”.

### Qual è stato l'andamento di mercato e quale la percentuale di export?

“Il 2021 è stato un anno da record, a conferma di un trend positivo cominciato nel periodo pre-pandemia con un +25% rispetto al 2020, raggiungendo così nell'anno dei 40 anni di storia della nostra azienda un record storico. La percentuale di export si stabilizza intorno al 90% a conferma della vocazione dell'azienda, ma anche della consolidata richiesta di vini biologici nei mercati di tutto il mondo. È di fatto la coerenza a premiare La Cantina Pizzolato, che con oltre 8 milioni di bottiglie esclusivamente certificate biologiche è oggi tra i leader nel settore della viticoltura biologica. Un'azienda in continua evoluzione che asseconda con criterio e progettualità le richieste dei mercati, che oggi più che mai sembrano non seguire più dinamiche stabilite e statiche”.

### Attività in azienda 2021: la nuova holding e il nuovo Agri-Wine Bar. Come sono stati raggiunti; questi enormi obiettivi?

“Nel corso del 2021 La Cantina Pizzolato ha voluto gettare le basi per costruire il futuro delle nuove generazioni: la creazione di una Holding di famiglia. Un passo importantissimo volto soprattutto a consolidare alcuni investimenti nel mondo vitivinicolo biologico con vedute aziendali, sociali e territoriali sempre più ampie. Un altro passo in avanti, questa volta rivolto al nostro settore enoturistico, è stato il completamento del progetto architettonico di cantina iniziato nel 2016, con l'inaugurazione e l'apertura del nostro Agri-Wine Bar, “L'Officina del Vino”. Un locale immerso nei vigneti biologici di Villorba pronto ad ospitare eno-appassionati e wine lovers, offrendo così un'esperienza completa: dalla visita della vigna alla degustazione dei nostri vini. Un comportato, quello dell'Hospitality, in cui crediamo molto e che viviamo con passione e dedizione, accogliendo con orgoglio i nostri ospiti ai quali cerchiamo di raccontare e trasmettere la nostra filosofia biologica tramite delle vere esperienze in vigneto e in cantina e attraverso i nostri vini, valorizzandoli ora con i prodotti della nostra Azienda Agricola”.

### Entriamo nel cuore dell'azienda: una crescita esponenziale si è vista sia nel fatturato che nel numero di dipendenti. Qual è la vostra visione futura?

“In questi ultimi due anni la nostra azienda è davvero cresciuta in modo esponenziale quasi raddoppiando il numero dei collaboratori, passato da 20 a 38. Per far fronte a questa crescita, di cui siamo orgogliosi, ma che dobbiamo saper gestire al meglio, abbiamo iniziato nel 2021 un percorso di coaching aziendale, di ridimensionamento ruoli e di consulenza verso i collaboratori. Una sfida necessaria per un'azienda come la nostra che in pochi anni ha vissuto una performance significativa, ma che comunque vuole salvaguardare i valori di un'azienda familiare, offrendo a tutti i collaboratori un luogo di lavoro professionale e all'avanguardia per permettere una crescita professionale e umana. Riteniamo che ora più che mai le persone debbano essere poste al centro del progetto azienda: è attorno alle persone, alle loro competenze, energie e passioni che si costruiscono solide fondamenta”.

## NAZIONI RAGGIUNTE NEL 2021

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





PIZZOLATO

*Organic Wine*



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



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