

LINI 910

**BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ**

INDICE	2
INTRODUZIONE	3
LA MISSION E L'IMPEGNO AZIENDALE	4
I NOSTRI VINI E L'ACETO BALSAMICO	5
PILASTRO AMBIENTALE	6
MONITORAGGIO FORNITORI	7
PILASTRO ETICO - SOCIALE	8
SICUREZZA SUL LAVORO	9
SODDISFAZIONE DEL PERSONALE	11
IL VICINATO E LA COMUNITA'	12
BUSINESS RESPONSABILE	13
PILASTRO ECONOMICO	14
OBIETTIVI STRATEGICI	15
OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO PER LA SOSTENIBILITA'	16
I PRINCIPALI RISCHI CONNESSI ALL'OPERATIVITA'	17

* ALLEGATI

QUESTIONARI FORNITORI

QUESTIONARI DIPENDENTI

QUESTIONARI VICINATO

STATISTICHE - FATTURATO ANNI 2013 / 2020

**Il presente Bilancio di sostenibilità è stato redatto
dalla proprietà e dai dipendenti della LINI910 al fine
di condividere i risultati del proprio impegno costante
per una viti-vinicoltura sostenibile**

La Lini Oreste e Figli Srl nata nel 1910, caratterizzata da una struttura familiare, è ubicata nella zona vitivinicola di Correggio (Reggio Emilia), commercializza e imbottiglia vini e mosti di alto standard qualitativo.

Tradizionalmente, la Lini Oreste e Figli Srl si è sempre posta i seguenti **obiettivi**:

- scelta dei migliori mosti e vini della zona del Lambrusco;
- lavorazione ed imbottigliamento con l'impiego delle migliori tecnologie tese a garantire alti livelli igienici e di sicurezza alimentare del prodotto;
- ricerca di nuovi sbocchi commerciali prevalentemente internazionali, rivolti in particolare ad una clientela che sappia apprezzare la tipicità e la qualità dei prodotti;
- inserimento di nuovi collaboratori allo scopo di accrescere l'occupazione, finalizzata ad assicurare maggior sicurezza e salubrità nel rispetto della presente politica aziendale.

LA MISSION E L'IMPEGNO AZIENDALE

Con una mission improntata ai principi della Qualità Totale e parimenti mirata a mantenere la posizione d'avanguardia raggiunta nei propri mercati e a garantire nel breve, medio e lungo termine il mantenimento di una piena capacità competitiva, l'azienda ha deciso di avviare un programma per il raggiungimento della Certificazione secondo lo standard di sostenibilità SOPD Equalitas SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA VITIVINICOLA: ORGANIZZAZIONI, PRODOTTI, DENOMINAZIONI DI ORIGINE (SOPD).

Allo scopo di perseguire la propria mission, la direzione aziendale ha stabilito il seguente obiettivo di carattere generale: sviluppare un'azione di miglioramento continuo dei processi e del prodotto, coinvolgendo nel progetto di miglioramento tutte le parti interessate, dal personale aziendale ai fornitori, alla comunità, perseguendo il raggiungimento del sottile equilibrio tra le varie esigenze, tra cui la piena soddisfazione del cliente, la ottimizzazione dei costi, la sicurezza del personale e dell'ambiente di lavoro, la creazione di rapporti di partnership con fornitori e comunità locale, il pieno rispetto dell'ambiente e il preservamento delle risorse.

La Direzione Aziendale s'impegna a:

- fissare obiettivi di miglioramento in conformità alla presente Politica;
- a realizzare e mantenere attivo un sistema di gestione per il loro conseguimento, assegnando adeguate risorse umane e materiali;
- a riesaminare periodicamente l'efficacia e l'efficienza di tale Sistema e porre in atto le azioni correttive necessarie

I NOSTRI VINI E L'ACETO BALSAMICO

La garanzia della qualità del prodotto è parte integrante della nostra definizione di sostenibilità. Il pilastro etico-sociale non può che essere interconnesso con la nostra identità*, con i nostri vini e l'Aceto balsamico che vogliono descrivere, anzi trasmettere le emozioni del territorio e la nostra passione.

LINI 910



PILASTRO AMBIENTALE

Investimenti in favore della sostenibilità

L'azienda ha sostenuto di recente alcuni investimenti economici a favore della sostenibilità ambientale, in particolare:

- acquisto di attrezzatura di filtrazione delle acque utilizzate per il lavaggio bottiglie prima della loro immissione al commercio;

- sostituzione di bottiglie “pesanti” con bottiglie “light”: al fine di individuare, all'interno della stessa tipologia o di altre ritenute compatibili, il packaging che minimizza i consumi idrici e/o energetici in base a criteri oggettivi, si è provveduto a una riduzione del peso delle bottiglie per il metodo classico (Modernise): da 900 g a 835 g., per i vini frizzanti si è passati alla bottiglia “spumante classico” dal peso di 700 g rispetto ai 750 g di peso della bottiglia precedente.



MONITORAGGIO FORNITORI

L'azienda ha definito una politica di qualifica e gestione dei fornitori che tiene conto dei requisiti di sostenibilità, raccoglie informazioni inerenti all'adozione di requisiti di sostenibilità da parte dei fornitori e qualifica i fornitori di prodotti/servizi mediante verifica e controllo della compilazione da parte del fornitore di un questionario*.

Si annota che alcuni fornitori sono in possesso di certificazioni da (da quelle inerenti alla salubrità alimentare come FSSC 22000 o BRC- IOP ad altre legate a temi ambientali o etici), e che nella maggioranza dei casi i fornitori hanno denunciato strutture organizzative semplici e non certificate. Ciononostante, anche alcuni di questi hanno dichiarato impegni degni di nota in termini di sostenibilità, come ad esempio:

- monitoraggio di consumi di luce, acqua, gas;
- certificazione ISO 140001 o ISO 45001;
- recente audit SMETA 4 pillar e adozione formale di codice etico.

Non è semplice in questa fase di raccolta dati fissare obiettivi misurabili per il miglioramento dei fornitori, tuttavia l'organizzazione può assumersi i seguenti impegni: *“completamento della survey per la qualifica dei nuovi fornitori tenendo conto anche dell'impegno verso la sostenibilità”*.

All'atto della prossima valutazione, richiesta di feedback rispetto ai progetti/obiettivi dichiarati nel corso della presente survey. Predilezione per i fornitori particolarmente “compliant” e pro-attivi nel dare seguito a quanto dichiarato.

PILASTRO ETICO - SOCIALE

Contribuire a migliorare la società

Per un ventennio la Cantina Lini ha lavorato all'interno di un contesto socio-economico dove la tipologia Lambrusco era stata totalmente svalutata sia in Italia che all'estero. La percezione del vino Lambrusco (core business della Cantina) era da ricostruire integralmente. Attraverso innumerevoli investimenti e azioni sia interne che sul campo, si è riusciti gradualmente a recuperare una quota di mercato reimpostando il proprio prodotto ad un target medio alto.

Essendo il vino parte integrante della nostra cultura eno-gastronomica e avendo contribuito a risanare la percezione di questa tipologia, possiamo riassumere in poche righe quanto l'impegno della famiglia sia stato difendere, per quanto possibile, la qualità del Lambrusco. Oggi avendo partnership coinvolte concretamente nel progetto di divulgazione e distribuzione, ci sentiamo parte attiva nel contribuire al miglioramento del mercato del lambrusco e della sua rinascita. La cultura del Lambrusco di qualità è un patrimonio difeso e condiviso in ogni nostro mercato.

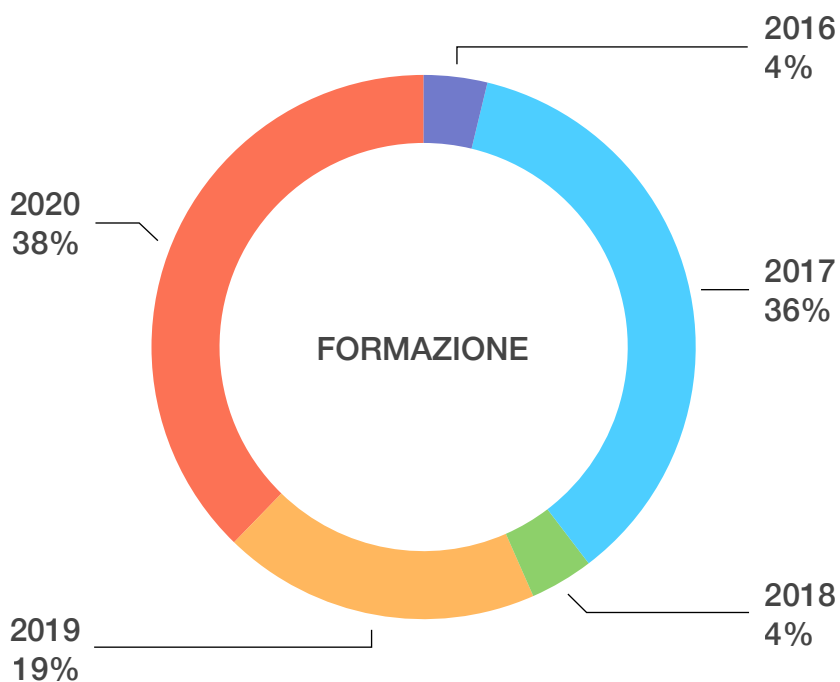


SICUREZZA SUL LAVORO

**Il nostro impegno ed il nostro orgoglio:
nessun incidente sul lavoro**

Dal punto di vista etico, prima ancora che cogente, la salute e la sicurezza di dipendenti e appaltatori rappresentano un MUST, una priorità certa e imprescindibile.

Siamo un'azienda poco più che familiare, ma ugualmente consapevoli che un evento avverso rimane sempre possibile e anzi, visti i nostri numeri limitati, l'incidenza anche di un solo incidente può avere un impatto non solo sulla nostra capacità produttiva, ma anche sul morale del team, dei singoli operatori e delle loro famiglie. Per ridurre al minimo la probabilità di infortunio e per “tendere a zero” preveniamo e monitoriamo con regolarità i rischi potenziali per la salute e la sicurezza sul lavoro, attraverso l'adozione di pratiche consone e formazione continua.



PARTECIPAZIONE CORSI ANTINCENDIO - PRIMO SOCCORSO *
CONDUZIONE CARRELLI ELEVATORI - AGGIORNAMENTO RLS

Al personale è stato richiesto di segnalare formalmente l'eventuale identificazione di nuovi punti di potenziale rischio per i quali è richiesto un intervento.

Andamento Infortuni

Nel 2020 il numero di incidenti è stato pari a zero

SODDISFAZIONE DEL PERSONALE

Indice di turnover

Si è svolta una breve indagine per “calcolare” l’indice di turnover del personale, misura indiretta di soddisfazione del personale. Si dà atto che l’ultimo avvicendamento si ha avuto nel 2018, quando un operatore si è licenziato ed ha aperto una attività in proprio e l’azienda ha assunto un nuovo lavoratore tutt’ora operante.

Monitoraggio attivo della soddisfazione

A seguito della somministrazione guidata di un questionario e di una discussione plenaria (in assenza di rappresentanti della proprietà), i dipendenti hanno espresso un alto livello di soddisfazione delle condizioni di lavoro. *

Tra i punti di maggiore soddisfazione figurano le “relazioni sviluppate con altri lavoratori”, le “relazioni con la dirigenza”, la “crescita professionale e personale, la stabilità del posto di lavoro. L’estrema flessibilità garantita, in entrata/uscita o all’ora di pranzo, nella gestione delle operazioni. Gli obiettivi e la mission dell’azienda sono chiari, ben definiti e trasmessi ai lavoratori:

- tutti gli astanti esprimono soddisfazione unanime;
- la partecipazione alle decisioni del gruppo di lavoro;
- lo stipendio e gli altri benefici economici che l’azienda offre;
- le relazioni sviluppate con gli altri lavoratori;
- le relazioni con la dirigenza dell’azienda;
- la crescita professionale.

Al momento i dipendenti NON richiedono che siano prese in considerazione eventuali opportunità di miglioramento.

100% Contratti a tempo indeterminato

IL VICINATO e LA COMUNITÀ

Il monitoraggio

Il contesto territoriale nel quale da sempre ha sede la Cantina Lini, crea innumerevoli vantaggi sia da un punto di vista logistico che occupazionale riconosciuto sia dai vicini che dalla comunità stessa *. Lavorando con mezzi di trasporto che prelevano o consegna materiali anche di rilevante ingombro, siamo consapevoli che se la Cantina fosse localizzata vicino al centro della cittadina, alcuni disturbi sarebbero imprescindibili.

			MEDIA GIUDIZIO
		IMPATTO ECONOMICO SUL TERRITORIO	7
		IMPATTO AMBIENTALE SUL TERRITORIO	8,5
		IMPATTO SOCIALE SUL TERRITORIO	8,5
		COSTRUIRE UN BUON RAPPORTO COMUNICATIVO CON IL TERRITORIO E LA COMUNITA'	9

BUSINESS RESPONSABILE

L'apertura alla clientela passata, acquisita e potenziale è da sempre parte della nostra strategia di comunicazione e promozione. Vedere e “toccare con mano” dando la propria disponibilità a condurre visite guidate, organizzare degustazioni tecniche e accogliere gruppi sia scolastici che di appassionati, è senza dubbio la comunicazione più costosa ma più efficace.

Da sempre tutto ciò viene vissuto dalla famiglia come un vero e proprio investimento culturale dove i risultati si traducono concretamente in acquisti diretti e indiretti, consolidamento della clientela, formazione dei nostri acquirenti e operatori di settore.

La divulgazione e la percezione della qualità prodotta è cresciuta nel tempo grazie ad azioni o eventi che hanno rafforzato il legame con il territorio essendo in primis la Cantina rappresentante di una vera e propria identità emiliana.

Inserita nel registro delle imprese storiche italiane istituito nel 2011 da Unioncamere allo scopo di: ***“incoraggiare e premiare quelle imprese che nel tempo hanno trasmesso un patrimonio di esperienza e valori imprenditoriali alle generazioni successive”***.



PILASTRO ECONOMICO

La dimensione economica

Da un punto di vista economico finanziario, il 2020 ha mostrato un bilancio in attivo, in continuità con quanto avvenuto durante gli ultimi 3 anni, pur con un trend calante certamente dovuto alla crisi pandemica in atto. I dati numerici mostrano una lievissima decrescita.

I dati inerenti all'andamento stagionale sono condivisi nel corso di una riunione che coinvolge tutto il personale. L'organizzazione si è infatti impegnata ad effettuare con frequenza, almeno annuale, un incontro verbalizzato fra proprietà e personale sui temi socio – economici.

IN ALLEGATO *
STATISTICHE - FATTURATO 2013 / 2020

OBIETTIVI STRATEGICI

Si dà atto che i principali obiettivi pianificati sono stati realizzati. Per quanto riguarda i nuovi obiettivi strategici, ossia i traguardi che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per realizzare con successo la propria missione, si elencano le seguenti iniziative:

progetto pluri-annuale di finanziamento OCM vino 2019 - 2020 dell'EU nei paesi terzi, per un miglioramento della posizione aziendale negli Stati Uniti e in Canada.

Attraverso un piano dettagliato di investimenti (vedi budget OCM 19/20)* sul mercato americano, abbiamo definito le strategie per evolvere e consolidare quanto ottenuto fino ad oggi.

Siamo riusciti, negli ultimi 5 anni, attraverso stravolgimenti commerciali e nuove partnership in USA, a crescere nella percezione della qualità del nostro vino investendo nella brand identity LINI910. Siamo cresciuti tangibilmente nei volumi sia in termini di quantità di casse che di fatturato; tra il 2019 e il 2020 nonostante ogni piano sia stato minato dalla pandemia, abbiamo abbracciato un progetto molto complesso di distribuzione nazionale USA.

Abbiamo costruito relazioni stabili e durature attraverso un progetto di comunicazione integrata puntando a differenziarci sia per qualità che per il servizio che offriamo al nostro importatore WB e di conseguenza ad ogni nostro distributore diretto e indiretto. Abbiamo pianificato investimenti per: degustazioni, viaggi all'estero, partecipazione ad eventi, incoming, formazione degli operatori esteri e abbiamo creato un video emozionale a disposizione dei nostri collaboratori e della clientela nazionale e internazionale, non potendo trasmettere gli stessi valori in presenza a causa delle limitazioni pandemiche.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO PER LA SOSTENIBILITÀ

Risultati degli audit interni



Il 23-10-2020 e il 15-01-2021 state effettuate verifiche interne tese al controllo di tutti i reparti e di tutti gli ambiti dei moduli Corporate e Prodotti dello standard SOPD, e ne è scaturito il seguente risultato: in generale l'azienda può dirsi orientata a principi di miglioramento e qualità, fornendo un adeguato livello di garanzia rispetto ai principi contenuti nello standard **"Sostenibilità della filiera vitivinicola: organizzazioni, prodotti, denominazioni (SOPD)"**.

I principali punti di forza dimostrati sono identificabili nel sistema organizzativo che risulta di fatto ben gestito e diffuso a tutti i livelli ovvero:

- la capacità di valorizzazione delle procedure chiave;
- il mantenimento di adeguate condizioni strutturali ed igieniche;
- la buona propensione agli investimenti.

Permangono aree soggette ad ulteriore miglioramento tali da non pregiudicare il percorso di sostenibilità intrapreso.

I PRINCIPALI RISCHI CONNESSI ALL' OPERATIVITÀ

Rischio di liquidità: la società finanzia i propri impegni ricorrendo alle risorse messe a disposizione dagli introiti delle vendite e si avvale anche di linee di credito con primari istituti.

Rischio di credito: adeguatamente coperto da assicurazione e da svalutazioni dirette stanziata per fronteggiare i crediti di dubbia esigibilità. Il rischio è limitato anche dalla assenza di concentrazioni di crediti su uno o pochi clienti.

Rischio di fluttuazione dei tassi di cambio: la società non presenta un rischio di cambio rilevante per l'esiguità delle poste espresse in valuta diverse dall'euro.

Rischi connessi alle condizioni generali dell'economia: la situazione economica, patrimoniale e finanziaria della società è influenzata dall'andamento dei principali indicatori macro economici.

Rischi connessi ai rapporti con i dipendenti: non si rilevano particolari rischi.

Rischi connessi alla politica ambientale: i rischi ambientali sono connessi alla tipologia di attività produttiva e la direzione è particolarmente attenta ai temi della sicurezza e dei controlli relativi all'inquinamento ambientale, allo smaltimento dei rifiuti e delle acque di scarico. La società non è mai stata ritenuta colpevole di reato ambientale.

