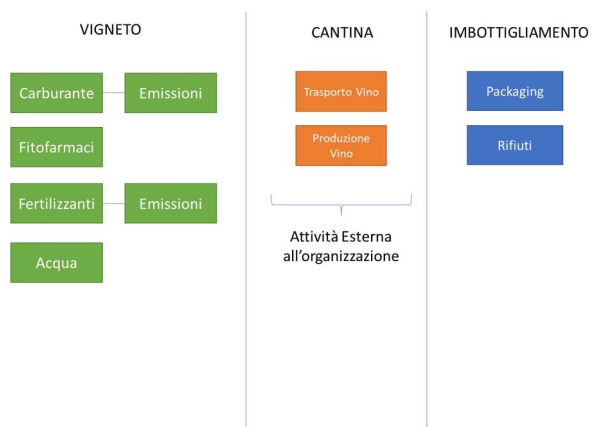


LINI ORESTE E FIGLI S.r.l.



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025

Sostenibilità della filiera vitivinicola – Organizzazioni, Prodotti, Denominazioni di origine
Standard SOPD Equalitas · Correggio (Reggio Emilia)

Indice

Introduzione e nota metodologica

A • Governance

I. Inquadramento • II. Profilo organizzativo e governance • III. Approvvigionamenti

B • Pilastro ambientale

I. Materiali • II. Energia • III. Acqua • IV. Biodiversità • V. Emissioni • VI. Acque reflue e rifiuti

C • Pilastro sociale

I. Salute e sicurezza • II. Formazione • III. Diversità e pari opportunità • IV. Comunità locale

D • Pilastro economico

I. Performance economiche

Obiettivi raggiunti e miglioramenti programmati

Principali rischi connessi all'operatività

Introduzione e nota metodologica

Il presente Bilancio di sostenibilità è stato redatto dalla proprietà e dai dipendenti di LINI910 al fine di condividere i risultati dell'impegno costante dell'azienda per una viti-vinicoltura sostenibile. Il documento risponde al requisito 5.6.2.1 dello Standard SOPD Equalitas, che prevede la redazione annuale di un Bilancio di sostenibilità volto a rendicontare le performance dell'Organizzazione — nei loro aspetti positivi e negativi — e a esprimere, attraverso dati comparabili, gli obiettivi raggiunti e i miglioramenti programmati.

Periodo di riferimento

La rendicontazione si riferisce all'anno solare 2025. Per gli indicatori ambientali di impronta (carbonica e idrica) e di biodiversità — misurati con cadenza pluriennale secondo lo Standard — si fa riferimento ai più recenti studi disponibili, con confronto rispetto alle rilevazioni precedenti ove metodologicamente significativo.

Perimetro e struttura del rapporto

Il rapporto è organizzato secondo i quattro ambiti previsti dallo Standard — Governance, Pilastro Ambientale, Pilastro Sociale e Pilastro Economico — e si chiude con il quadro degli obiettivi di miglioramento e dei principali rischi connessi all'operatività.

A GOVERNANCE

I. Inquadramento dell'Organizzazione

La Lini Oreste e Figli S.r.l., nata nel 1910 e caratterizzata da una struttura familiare, è ubicata nella zona vitivinicola di Correggio (Reggio Emilia), in Via Vecchia Canolo 7. L'azienda commercializza e imbottiglia vini e mosti di alto standard qualitativo, con il Lambrusco quale core business, affiancato dall'Aceto Balsamico quale espressione dell'identità del territorio.

Tradizionalmente l'azienda persegue i seguenti obiettivi di fondo: la scelta dei migliori mosti e vini della zona del Lambrusco; la lavorazione e l'imbottigliamento con le migliori tecnologie, a garanzia di elevati livelli igienici e di sicurezza alimentare; la ricerca di nuovi sbocchi commerciali, prevalentemente internazionali, rivolti a una clientela che sappia apprezzare tipicità e qualità; l'inserimento di nuovi collaboratori a sostegno dell'occupazione.

La gamma

La gamma comprende spumanti Metodo Classico (Bianco, Rosé, Rosso, Pas Dosé, Metodo Antico, Gran Cuvée di Lambrusco) da uve Pinot Nero e Lambrusco Salamino, e una linea di frizzanti Metodo Charmat (Lambrusco Scuro, Rosé, Bianco, Pinot, Moscato). L'Organizzazione è inoltre iscritta al Registro delle imprese storiche italiane, istituito nel 2011 da Unioncamere per valorizzare le imprese che hanno trasmesso alle generazioni successive un patrimonio di esperienza e valori imprenditoriali.

II. Profilo organizzativo e governance

L'azienda è amministrata da un Amministratore Unico, Anita Lini, e vede il coinvolgimento diretto della compagine sociale — Alberto, Massimo e Fabio Lini — nella conduzione. La responsabilità commerciale è affidata ad Alicia Lini, mentre la responsabilità dell'imbottigliamento fa capo a Liliana Turcan, anche componente del team HACCP. La governance è dunque saldamente familiare, con una marcata presenza femminile e giovanile nei ruoli apicali.

Con una mission improntata ai principi della Qualità Totale e mirata a mantenere la posizione d'avanguardia raggiunta nei propri mercati, l'azienda ha scelto la certificazione di sostenibilità SOPD Equalitas quale quadro di riferimento. La Direzione si impegna a fissare obiettivi di miglioramento coerenti con la propria Politica; a realizzare e mantenere attivo un sistema di gestione, assegnando adeguate risorse; a riesaminare

periodicamente efficacia ed efficienza del sistema, attuando le azioni correttive necessarie. L'obiettivo generale è il miglioramento continuo di processi e prodotto, coinvolgendo tutte le parti interessate — personale, fornitori e comunità — nella ricerca dell'equilibrio tra soddisfazione del cliente, ottimizzazione dei costi, sicurezza, partnership e rispetto dell'ambiente.

III. Approvvigionamenti

L'azienda ha definito una politica di qualifica e gestione dei fornitori che tiene conto dei requisiti di sostenibilità: raccoglie informazioni sull'adozione di tali requisiti da parte dei fornitori e ne qualifica prodotti e servizi. Alcuni fornitori hanno dichiarato impegni di rilievo, tra cui:

- monitoraggio dei consumi di energia elettrica, acqua e gas;
- certificazioni ambientali o legate ai pilastri della sostenibilità, quali ISO 14001 e ISO 45001;
- sottoposizione ad audit SMETA 4-pillar e adozione formale di un codice etico.

Nel 2025 non si è ritenuta necessaria la qualifica di nuovi fornitori, poiché quelli storici hanno garantito qualità adeguata e sensibilità verso la sostenibilità. Con riferimento agli obiettivi misurabili, l'Organizzazione si impegna a completare la survey di qualifica dei nuovi fornitori includendo l'impegno verso la sostenibilità, a richiedere feedback sui progetti dichiarati nelle survey precedenti e a privilegiare i fornitori più "compliant" e proattivi.

B PILASTRO AMBIENTALE

L'azienda ha misurato le proprie impronte carbonica e idrica e monitora la biodiversità del suolo, i consumi di materiali, energia e acqua, le emissioni e la gestione di acque reflue e rifiuti. Di seguito i risultati per i sei ambiti previsti dallo Standard.

I. Materiali

I materiali impiegati riguardano i prodotti enologici, i detergenti e sanitizzanti e il packaging. L'Organizzazione persegue la progressiva riduzione dell'impiego di coadiuvanti e additivi, privilegiando soluzioni di tipo fisico (catena del freddo); negli ultimi anni ha inoltre conseguito un abbattimento significativo dei solfiti residui (SO₂), oggi inferiori ai 100 mg/l. I consumi di additivi e sanitizzanti sono monitorati con continuità e rapportati ai volumi di vino lavorati.

Il packaging rappresenta la voce di materiale ambientalmente più rilevante: comprende bottiglie in vetro, tappi in sughero, gabbiette, capsule, etichette, cartoni, film plastico e pallet. Come illustrato nella sezione Emissioni, la produzione degli imballaggi è la prima fonte di impatto climatico dell'azienda; la sua ottimizzazione costituisce pertanto una priorità del piano di miglioramento.

II. Energia

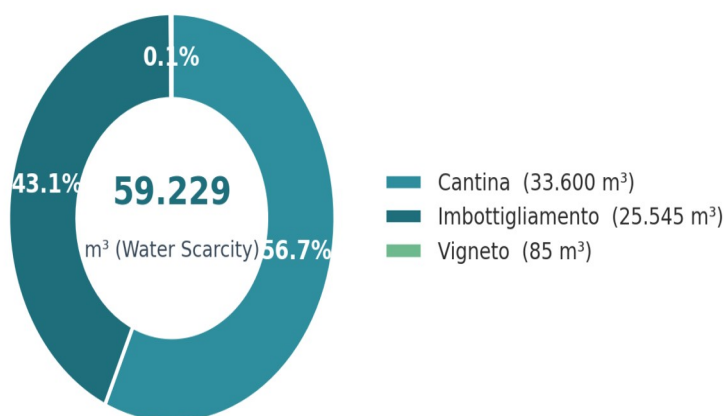
L'energia elettrica utilizzata dall'azienda proviene interamente da fonte fotovoltaica (100% rinnovabile, con certificato di origine). Nel marzo 2026 si è completata la realizzazione del nuovo impianto fotovoltaico, della potenza complessiva di 199,4 kW, progettato secondo principi di razionalizzazione e gestito da una piattaforma di ottimizzazione che governa produzione, accumulo e consumo con modalità di autoconsumo, peak shaving e ottimizzazione tariffaria. L'impianto integra inoltre sistemi avanzati di sicurezza (rilevamento e soppressione incendio, protezioni elettriche multiple, sensori multiparametro).

Il metano resta un vettore rilevante dei processi di cantina e imbottigliamento: come evidenziato dagli studi di impronta, il suo utilizzo incide in misura significativa sulle emissioni e rappresenta un'area prioritaria di efficientamento, anche attraverso il miglioramento continuo dei sistemi di refrigerazione in ambito Industria 4.0.

III. Acqua

La valutazione dell'impronta idrica (Water Footprint), condotta secondo la norma ISO 14046 con approccio LCA, misura il consumo e l'inquinamento delle risorse idriche lungo la filiera. I risultati aggiornati sono sintetizzati nel grafico seguente.

Impronta idrica - Water Scarcity per area



Ripartizione dell'indicatore Water Scarcity per area produttiva (totale 59.229,35 m³).

Attraverso la Water scarcity l'azienda misura l'impatto del consumo idrico sulla risorsa acqua in funzione della disponibilità della stessa (59.229,35 m³) ed è generato in modo diretto dai prelievi dalla rete e in modo indiretto dall'utilizzo delle materie prime. Per gli indicatori di qualità delle acque — acidificazione (2.131,21 kg SO₂eq) ed eutrofizzazione (34,08 kg PO₄eq) — l'area cantina risulta la più significativa, in ragione degli impatti indiretti connessi alla produzione degli imballaggi e all'uso di energia. Per gli indicatori di tossicità l'area vigneto è invece preponderante, a causa degli impatti indiretti legati all'impiego di fitofarmaci.

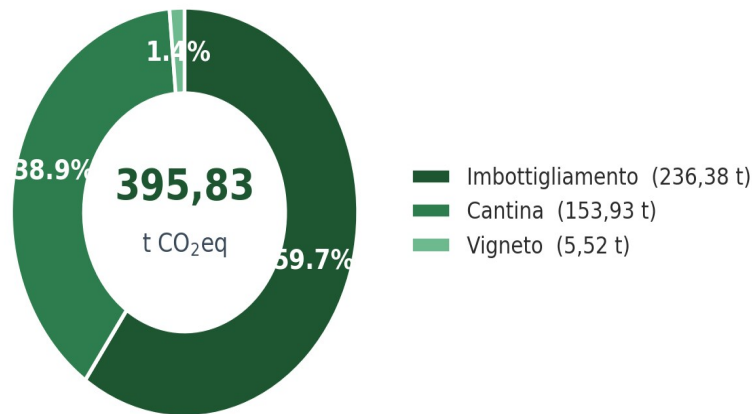
IV. Biodiversità

Lo Standard richiede la misurazione periodica della biodiversità del suolo. L'azienda, anticipando le scadenze previste, ha effettuato un nuovo rilievo nel maggio 2025, affidato allo studio Timesis, adottando l'indice QBS-ar (Qualità Biologica del Suolo basata sugli artropodi) sulla porzione di vigneto prospiciente lo stabilimento. La prima misurazione, condotta nel maggio 2022 con la metodologia Biodiversity Friend, aveva già restituito un esito "ottimo"; il cambio di metodologia consente un monitoraggio più mirato dell'ecosistema del suolo, che si è comunque confermato di alto livello.

V. Emissioni

La Carbon Footprint dell'Organizzazione quantifica le emissioni di gas a effetto serra della filiera secondo lo Standard Equalitas. Le emissioni complessive ammontano a 395,83 t CO₂eq, così ripartite per area produttiva:

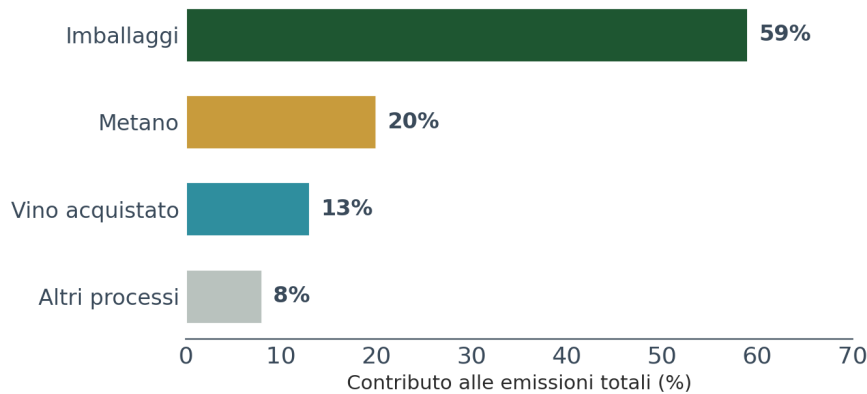
Emissioni di CO₂ per area produttiva



Emissioni di CO₂eq per area: imbottigliamento 236,38 t · cantina 153,93 t · vigneto 5,52 t.

Le emissioni per unità funzionale risultano pari a 24,48 kg CO₂eq per quintale di uva (vigneto), 0,66 kg CO₂eq per litro di vino (cantina) e 0,77 kg CO₂eq per bottiglia da 0,75 l (imbottigliamento). Non si rilevano emissioni da uso e cambiamento d'uso del suolo, poiché i terreni agricoli non hanno subito variazioni di destinazione negli ultimi 25 anni; le emissioni di origine biogenica (2.009,06 kg CO₂) incidono per meno dell'1% del totale.

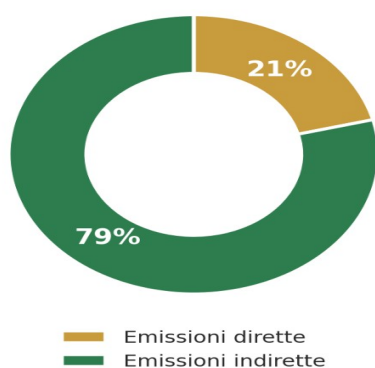
Contributo dei processi alle emissioni di CO₂



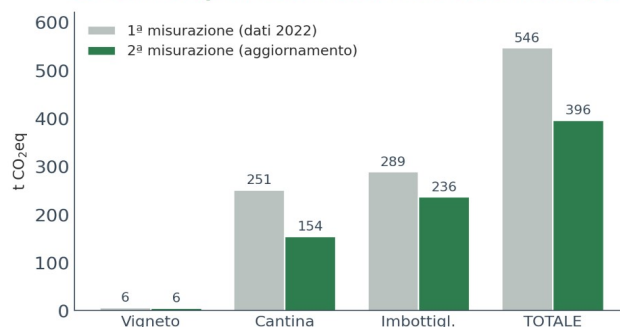
Contributo dei principali processi alle emissioni totali.

La fase di imbottigliamento è la principale responsabile delle emissioni. A livello di processo, il 59% è attribuibile all'acquisto di imballaggi (bottiglie, tappi, cartoni), il 20% all'impiego di metano e il 13% al vino acquistato; le emissioni dirette rappresentano complessivamente il 21% del totale.

Emissioni dirette e indirette



Carbon Footprint: confronto tra le due misurazioni



A sinistra: emissioni dirette e indirette. A destra: confronto tra la prima (dati 2022) e la seconda misurazione della Carbon Footprint.

Rispetto alla prima misurazione, le emissioni complessive si riducono da 546,31 a 395,83 t CO₂eq (-27,5% circa) e diminuiscono in tutte le aree anche per unità funzionale. La riduzione più marcata riguarda il vigneto, il cui impatto per quintale di uva scende da 133,37 a 24,48 kg CO₂eq: un miglioramento in larga parte legato alla maturazione del vigneto e all'incremento delle rese, oltre che all'efficienza dei processi. Gli sforzi di riduzione dovranno concentrarsi, in via prioritaria, su imballaggi, consumi di metano e approvvigionamento di vino.

VI. Acque reflue e rifiuti

Le acque reflue di processo presentano valori di scarico ampiamente entro i limiti (a titolo indicativo, dall'ultima rilevazione: SST 5 mg/l, BOD₅ 10 mg/l, COD 15 mg/l, cloruri 1 mg/l, fosforo totale 0,05 mg/l). L'azienda non gestisce direttamente l'attività di vendemmia; i rifiuti riciclabili — carta, cartone, vetro e plastica — sono conferiti ad aziende specializzate impegnate nella sostenibilità (Gruppo Iren per il vetro; Sorelle Bertani per carta, cartone e plastica). Interventi straordinari, quali la demolizione di alcune autoclavi, hanno generato una tantum rifiuti ferrosi — avviati a recupero — e poliuretano, consegnato a smaltitore autorizzato. Nell'ambito degli studi di impronta, i rifiuti prodotti risultano interamente avviati a recupero.

C PILASTRO SOCIALE

I. Salute e sicurezza dei lavoratori

La salute e la sicurezza di dipendenti e appaltatori rappresentano, prima ancora che un obbligo cogente, una priorità etica imprescindibile. Pur trattandosi di una realtà poco più che familiare, l'azienda è consapevole che anche un solo evento avverso, dati i numeri contenuti, avrebbe un impatto rilevante non solo sulla capacità produttiva, ma sul morale del team e delle famiglie. Per “tendere a zero”, i rischi per la salute e la sicurezza sono prevenuti e monitorati con regolarità, attraverso pratiche adeguate e formazione continua; al personale è richiesto di segnalare formalmente ogni nuovo potenziale punto di rischio.

II. Formazione ed istruzione

La formazione è parte integrante del sistema di gestione e del percorso di miglioramento continuo. Il piano di formazione è approvato annualmente dalla Direzione — per il biennio 2026/27 in sede di riesame — e affianca l'addestramento operativo del personale, con particolare attenzione ai temi della sicurezza sul lavoro, dell'igiene e della qualità. Le competenze del team sono valorizzate anche attraverso i percorsi di crescita interna, come testimoniato dagli inserimenti in apprendistato e dalla stabilizzazione dei rapporti di lavoro.

III. Diversità e pari opportunità

Soddisfazione del personale e turnover

Non si è resa necessaria la determinazione dell'indice di turnover — misura indiretta di soddisfazione — poiché nel corso del 2025 non si sono verificati casi di dimissioni o licenziamenti né trasformazioni di rapporti da tempo determinato a indeterminato; un operatore di cantina risulta assunto con contratto di apprendistato di 36 mesi. Il quadro conferma la stabilità occupazionale già emersa nel 2024, anno caratterizzato invece da nuovi inserimenti e da una stabilizzazione.

La soddisfazione del personale è monitorata attivamente mediante questionario sul clima e sulle condizioni di lavoro (Resoconto Questionario Clima Aziendale Lini 2026, somministrato il 7 aprile 2026). L'indagine non ha evidenziato criticità di rilievo: i punteggi sono estremamente elevati (quasi tutti 10 su 10), con la sola eccezione dei parametri relativi alla congruità dello stipendio e ai benefici economici. Su tale tema — inquadrabile nel più ampio contesto nazionale di stagnazione dei salari reali — l'azienda ha deciso di avviare una ricerca comparativa tra le proprie retribuzioni e quelle medie di aziende analoghe, utilizzando fonti ufficiali (Conflavoro PMI, AFI-IPL); i dati disponibili collocano le retribuzioni aziendali (apprendista di cantina ~1.400 € netti/mese; operatori di cantina ~1.600 € netti/mese) al di sopra della media di settore.

Indicatori di pari opportunità

Nell'ottica di promuovere le pari opportunità e un'equa distribuzione delle mansioni, l'Organizzazione monitora i seguenti indicatori: differenza salariale uomo-donna (assente: gli inquadramenti dipendono dal ruolo e non dal genere; in produzione operano una donna e due uomini, negli uffici due donne e un uomo al quinto livello); presenza di donne e giovani nei ruoli direzionali (Amministratore Unico, responsabile commerciale e responsabile imbottigliamento sono donne); assunzioni di giovani e donne nell'ultimo quinquennio (indicatore poco applicabile per la dimensione ridotta e il basso turnover); rinunce o demansionamenti a seguito di maternità/paternità (nessun caso); utilizzo dei congedi parentali per genere (nessun caso, a fronte dell'unica paternità, che ha interessato un dipendente socio).

IV. Rapporti con la comunità locale

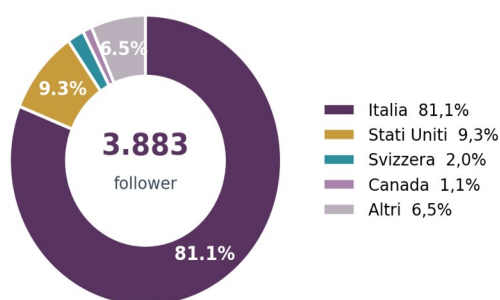
Il contesto territoriale in cui l'azienda opera genera vantaggi logistici e occupazionali riconosciuti dai vicini e dalla comunità. Consapevole dell'ingombro dei mezzi di trasporto impiegati, l'azienda mantiene un dialogo attivo con il vicinato: nel periodo gennaio-febbraio 2024 sono state somministrate ai due vicini confinanti lettere informative a firma del titolare e questionari volti a valutare il recepimento degli sforzi di riduzione dell'impatto ambientale e la qualità del rapporto con la comunità. Non sono stati segnalati problemi; la survey sarà reiterata nel 2026.

L'azienda promuove inoltre la valorizzazione del territorio attraverso percorsi didattici e visite scolastiche — Scuola Alberghiera di Correggio e Liceo Economico San Tommaso di Correggio, cui si sono aggiunti nel 2024 studenti dell'Istituto Tecnologico Agrario di Piacenza — vissute come un vero investimento culturale. In quanto impresa storica a conduzione familiare da quattro generazioni e rappresentante di un'identità emiliana, LINI910 considera l'apertura alla clientela (visite guidate, degustazioni tecniche, accoglienza di gruppi, iniziative come "Cantine Aperte") parte integrante della propria strategia di comunicazione e del legame con il territorio. In tale prospettiva si colloca anche il ventennale impegno per la rivalutazione del Lambrusco di qualità, oggi condiviso con partner attivi nella divulgazione e distribuzione.

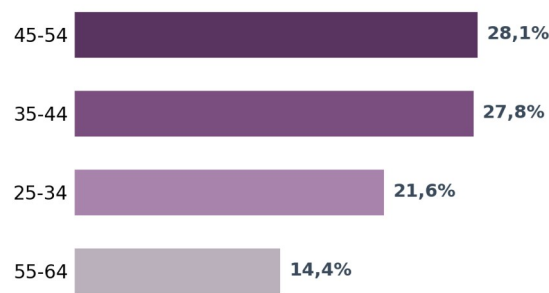
Comunicazione e presenza digitale

La comunicazione digitale rappresenta per LINI910 uno strumento di relazione e di diffusione culturale, coerente con la missione di valorizzazione del territorio e del Lambrusco di qualità. Il profilo Instagram @lini910 conta 3.883 follower e 579 contenuti pubblicati, con una crescita costante e organica (+29 follower tra marzo e aprile e +21 tra aprile e maggio 2026). Un dato particolarmente significativo è l'ampia quota di visualizzazioni provenienti da utenti non ancora follower — pari al 63% ad aprile e al 77% a maggio 2026 — indice di una buona capacità dei contenuti di raggiungere pubblici nuovi oltre la community consolidata.

Pubblico Instagram per area geografica



Pubblico per fascia di età



Composizione del pubblico social per area geografica e per fascia di età (fonte: Instagram Insights, 2026).

L'analisi del pubblico offre uno spunto strategico rilevante. Sul piano geografico l'audience social è prevalentemente italiana (81,1%), seguita da Stati Uniti (9,3%), Svizzera (2,0%) e Canada (1,1%): una composizione per molti versi speculare rispetto alle vendite, concentrate invece sull'export nordamericano. Il canale digitale svolge dunque oggi soprattutto una funzione di presidio identitario e culturale sul mercato domestico — coerente con l'impegno ventennale per la rivalutazione del Lambrusco — lasciando al contempo intravedere un potenziale ancora ampio verso i mercati esteri di riferimento.

Spunto per il miglioramento: in sinergia con i fondi OCM e con lo sviluppo di contenuti in lingua inglese a supporto degli importatori, il rafforzamento della presenza digitale sui pubblici statunitense e canadese può accrescere la brand awareness proprio nei principali mercati di destinazione, allineando comunicazione e strategia commerciale.

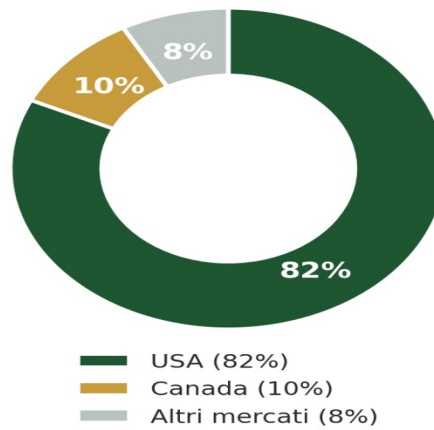
Sul piano demografico il pubblico si distribuisce in modo equilibrato tra le fasce 25-64 anni — con prevalenza delle fasce 45-54 (28,1%) e 35-44 (27,8%) — e tra i generi (uomini 53,2%, donne 46,8%): un profilo maturo e trasversale, coerente con il posizionamento premium del brand. L'engagement medio per contenuto (circa 75 “mi piace”, 6 commenti e 528 visualizzazioni) conferma una relazione di qualità con una community selezionata e affine ai valori della cantina.

D PILASTRO ECONOMICO

I. Performance economiche

Nel 2025 l'export ha rappresentato il 62% del fatturato, in flessione dell'8,18% rispetto all'esercizio precedente — un andamento in controtendenza rispetto agli ultimi anni, riconducibile a congiunture internazionali di difficile gestione per una realtà di dimensioni medio-piccole. Oltre il 92% dell'export è riconducibile al Nord America, con gli Stati Uniti all'82% e il Canada al 10%. Il primo semestre 2026 registra, rispetto al medesimo periodo del 2025, una contrazione del fatturato complessivo del 6,07%, con l'export al 63% (USA 47%, Canada 5%).

Composizione dell'export 2025



Composizione geografica dell'export 2025.

I dati sull'andamento stagionale sono condivisi con tutto il personale nella riunione annuale verbalizzata su temi socio-economici (tenutasi il 25 maggio 2026). Sul fronte degli strumenti di sostegno, nel 2025 la Cantina ha ottenuto un riscontro positivo per i fondi OCM, rinnovati e destinati al potenziamento delle attività promozionali e commerciali sui mercati internazionali, con particolare attenzione a eventi esperienziali, formazione e brand awareness.

Monitoraggio della soddisfazione del cliente e dei mercati

L'azienda svolge un'attività continuativa di monitoraggio della soddisfazione del cliente e dell'evoluzione dei mercati attraverso visite periodiche presso importatori, distributori, punti vendita, operatori horeca e partner commerciali nei principali Paesi di esportazione. Ogni missione commerciale è documentata da un report consuntivo strutturato — attività svolte, incontri, feedback di clienti e operatori, analisi del mercato locale, andamento delle vendite e delle opportunità, criticità e azioni di follow-up — che consente di monitorare nel tempo la qualità delle relazioni, il posizionamento dei prodotti e l'efficacia delle attività promozionali. Le informazioni raccolte sono condivise internamente e orientano la pianificazione delle attività commerciali e degli investimenti promozionali. Nel periodo 2025-2026 sono stati prodotti, quale evidenza oggettiva, i report delle missioni negli Stati Uniti (New York, California, Chicago, Seattle), in Canada (Vancouver) e di altri incontri internazionali.

Obiettivi strategici

La strategia commerciale è orientata a una crescita progressiva e misurabile, fondata sul rafforzamento delle relazioni esistenti e sul presidio costante dei mercati di riferimento, privilegiando gli investimenti dove sono già presenti relazioni operative e opportunità concrete. Tra i traguardi del 2025-2026: il consolidamento nel monopolio canadese LCBO (Ontario) e l'avvio del percorso con la SAQ (Québec); il rafforzamento sul mercato statunitense con affiancamento agli importatori, masterclass, degustazioni ed eventi; e l'ingresso della gamma LINI910 nella catena Whole Foods Market. Tra le attività pianificate figurano il proseguimento dello sviluppo in Canada, l'espansione verso Messico, Regno Unito e Svizzera e la valutazione della partecipazione a Vinitaly USA – New York (ottobre 2026). Nonostante l'incertezza degli scenari internazionali e la volatilità legata ai dazi, il posizionamento distintivo del prodotto e la reputazione costruita nel tempo consentono di mantenere una visione fiduciosa e progettuale.

Obiettivi raggiunti e miglioramenti programmati

In coerenza con il requisito 5.6.2.1 dello Standard, la tabella seguente rendiconta lo stato degli obiettivi di sostenibilità, distinguendo i risultati raggiunti dai miglioramenti programmati. Il piano è coerente con gli hotspot ambientali emersi dagli studi di impronta (imballaggi, energia/metano, acqua e fitofarmaci).

Ambito	Obiettivo / azione	Target	Stato
Biodiversità	Misurazione dell'indice di biodiversità del suolo (QBS-ar), in anticipo sulla scadenza triennale.	Esito ≥ buono	Raggiunto
Carbon Footprint	Seconda quantificazione delle emissioni di GHG e confronto con la rilevazione precedente.	Riduzione vs 2022	Raggiunto
Water Footprint	Seconda quantificazione dell'impronta idrica, con inclusione della gestione vigneto.	Nuova baseline	Raggiunto
Energia	Realizzazione del nuovo impianto fotovoltaico (199,4 kW) e autoconsumo ottimizzato.	Impianto attivo	Raggiunto
Comunità locale	Somministrazione periodica del questionario ai vicini confinanti.	Feedback vicini	Prog. 2027
Imballaggi	Alleggerimento delle bottiglie e incremento del materiale riciclato (1ª voce di emissione, 59%).	Riduzione impatto	Programmato
Metano / energia	Efficientamento dei processi termici e di refrigerazione (20% delle emissioni).	Riduzione consumi	Programmato
Acqua	Monitoraggio e contenimento dei prelievi idrici diretti in cantina.	Riduzione prelievi	Programmato
Fitofarmaci	Razionalizzazione dell'impiego in vigneto (principale fonte di tossicità).	Riduzione impatto	Programmato
Fornitori	Qualifica dei nuovi fornitori con criteri di sostenibilità e feedback sugli impegni.	Survey completata	In corso
Comunicazione digitale	Rafforzare la presenza digitale sui mercati esteri (USA, Canada) con contenuti in lingua inglese.	Crescita reach estero	Programmato
Soddisfazione cliente	Monitoraggio continuo tramite report consuntivi delle missioni commerciali nei mercati esteri.	Report per missione	In corso
Dimensione sociale	Ricerca comparativa sulle retribuzioni e monitoraggio del clima aziendale.	Benchmark salari	In corso

Verifiche interne: almeno una volta l'anno sono svolte verifiche interne su tutti i reparti e gli ambiti del modulo "Organizzazione" dello Standard SOPD. Dalle verifiche 2025 sono scaturite alcune raccomandazioni, tutte affrontate e risolte, a conferma di un sistema organizzativo ben gestito e diffuso a tutti i livelli.

Principali rischi connessi all'operatività

- **Rischio di liquidità:** la società finanzia i propri impegni con gli introiti delle vendite e si avvale di linee di credito presso primari istituti.
- **Rischio di credito:** adeguatamente coperto da assicurazione e da svalutazioni dirette per i crediti di dubbia esigibilità; il rischio è contenuto dall'assenza di concentrazioni su pochi clienti.
- **Rischio di cambio:** non rilevante, data l'esiguità delle poste espresse in valute diverse dall'euro.
- **Condizioni generali dell'economia:** la situazione economico-finanziaria risente dell'andamento dei principali indicatori macroeconomici e della politica internazionale, ivi inclusa la volatilità legata ai dazi.
- **Rapporti con i dipendenti:** non si rilevano rischi particolari, a fronte di un clima aziendale positivo e di una bassa rotazione.
- **Politica ambientale:** i rischi sono connessi alla natura dell'attività produttiva; la Direzione è particolarmente attenta a sicurezza, controlli sull'inquinamento, smaltimento di rifiuti e acque reflue. La società non è mai stata ritenuta responsabile di reati ambientali.

