CONTI
DEGLI AZZONI

IL VALORE CHE NASCE DAL RISPETTO

La consapevolezza delle proprie azioni in un progetto di crescita

Bilancio di Sostenibilità

Giugno 2021

DEGLI AZZONI WINES

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

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

Tante generazioni,
un solo amore... la terra

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

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

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

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

23 ettari di vigneti
170 ettari di seminativi

VINI
Prosecco DOC
Pinot Grigio IGT
Asolo Prosecco Superiore DOCG

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

VINI
Chianti DOCG
Pinot Grigio IGT
Vermentino IGT

3 ettari di vigneti
4 ettari di bosco

VINI
Trento Doc Brut Millesimato
Trento Doc Brut Rosè

Il valore composto della Sostenibilità

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

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

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

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

da sinistra Valperto, Aldobrando e Filippo degli Azzoni Avogadro Carradori

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

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

Aldobrando, Filippo e Valperto degli Azzoni Avogadro Carradori

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

HIGHLIGHTS 8

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE 10

LA SOSTENIBILITÀ STRATEGICA 12

VERSO LA B CORP 14

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

02 GLI STAKEHOLDER 36
La mappa degli Stakeholder 38

L'EMERGENZA COVID-19 40

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

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

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

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

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

08 IL VALORE AGGIUNTO 110
Valore generato e distribuito 112

NOTA METODOLOGICA 114

Highlights

Employer Branding
il benessere delle persone

Carbon Footprint
la tutela dell'ambiente

Biodiversità
la salvaguardia degli ecosistemi