



Bilancio di Sostenibilità 2024





Presentazione

“Siamo fieri di continuare a promuovere uno sviluppo sostenibile rendicontando con trasparenza i risultati raggiunti rispetto ai nostri obiettivi strategici e condividendo queste informazioni con i nostri stakeholder. Il rispetto per il territorio, la cura per le persone (siano essi dipendenti, coloro che abitano questi luoghi o wine lovers provenienti da tutto il mondo) e la sperimentazione di innovazioni tecnologiche volte allo sviluppo sostenibile sono solo alcuni dei nostri pilastri in ambito di sostenibilità.

Elemento fondamentale per noi, poiché muove il nostro operato, è l’“educazione al vino”: non basta vendere bottiglie di vino focalizzandosi solo sulla massimizzazione della redditività; è necessario far scoprire, raccontare, portare alla luce l’“invisibile del visibile” ovvero la cultura, le storie ed i Valori che questo straordinario prodotto della Terra è capace di esprimere.

E’ importante che si riesca sempre più a concepire il Vino come un prodotto buono, che assunto moderatamente è salutare, ma soprattutto come un custode di saperi e tradizioni che si tramandano da generazioni e devono essere arricchite, oggi, per le quelle future.

La visione sostenibile presentata nel Bilancio di Sostenibilità di Castello di Albola è il riflesso di una visione imprenditoriale lungimirante, quella della Famiglia Zonin, e si esprime quotidianamente nel nostro modo di fare buon vino così come nel fare impresa.”

Alessandro Gallo – Direttore ed enologo di Castello di Albola

Castello di Albola redige il presente Bilancio di Sostenibilità con l’obiettivo di rendicontare le attività svolte in materia di sostenibilità e di descrivere gli obiettivi raggiunti e i piani di miglioramento programmati.

Sommario

IDENTITA'

CHI SIAMO.....	7
POLITICA PER LA SOSTENIBILITÀ	10
IL GRUPPO ZONIN1821 E LE SUE TENUTE	11
DOVE SIAMO.....	13
I NOSTRI VINI.....	16
L'OSPITALITÀ.....	20
ARTE E CULTURA.....	21
I NOSTRI STAKEHOLDER.....	24

RELAZIONE SOCIALE

LAVORATORI	27
I NOSTRI VALORI.....	27
DIPENDENTI IN NUMERI	30
COMUNICAZIONE INTERNA	33
FORMAZIONE	34
SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO.....	34
CLIENTI E APPASSIONATI.....	35
VINO E SALUTE, DIBATTITO E TRASPARENZA	35
ALCUNI NUMERI.....	37
SICUREZZA DEL PRODOTTO.....	37
SISTEMA QUALITÀ	38
ETICHETTE.....	39
COMUNICAZIONE ESTERNA.....	39
DALLA COMUNICAZIONE AI RICONOSCIMENTI.....	42
PRIVACY	45
MODELLO ORGANIZZATIVO 231.....	45
FORNITORI.....	46
PROCESSO DI SELEZIONE E GESTIONE DEI FORNITORI.....	46
COMUNITÀ E TERRITORIO	47

RAPPORTI DI PROSSIMITÀ	47
RELAZIONI ESTERNE ED ISTITUZIONALI	48
I NUMERI DELL'OSPITALITÀ	51

AMBIENTE

LA CURA PER L'AMBIENTE	54
LIFE VitiCaSe – CARBON FARMING IN VITICOLTURA	56
BUONE PRATICHE NEL VIGNETO	58
BUONE PRATICHE DI CANTINA E IMBOTTIGLIAMENTO	61
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALI	62
BIODIVERSITÀ	62
CARBON FOOTPRINT	66
CALCOLO DELL'IMPRONTA CARBONICA	66
IMPRONTA CARBONICA AZIENDALE	66
CONFRONTO 2022-2023	68
Conclusioni	68
WATER FOOTPRINT	72
CALCOLO DELL'IMPRONTA IDRICA	72
Confronto 2022-2023	74
Area Campagna	74
Area Cantina	75
Area Imbottigliamento, impatto da filiera	75
Valori Totali	75
Conclusioni	75
MATERIE PRIME & PACKAGING	76
ENERGIA	77
ACQUA	78
SCARICHI IDRICI	78
RIFIUTI	78
OBIETTIVI E PIANO DI MIGLIORAMENTO	79
<i>Nota Metodologica</i>	86
<i>La tua opinione</i>	87



IDENTITÀ

CHI SIAMO



945 ettari di proprietà

110 ettari vigneto

800 ettari di bosco

4.000 ulivi

600.000 Bottiglie

30.000 visitatori

CASTELLO DI ALBOLA E I SUOI WINES OF ALTITUDE

Il borgo medievale di Castello di Albola sorge in cima alle splendide colline chiantigiane, in un luogo incomparabile per il fascino della storia, per le suggestioni dell'arte e per il contesto agro-paesaggistico unico e di insuperabile armonia. Nel corso della sua storia, questo gioiello del Chianti è appartenuto alle più nobili famiglie toscane, dagli Acciaiuoli ai Samminiati, dai Pazzi ai Ginori Conti e dal lontano 1979 è di proprietà della Famiglia Zonin.

Le vigne, un vero e proprio patrimonio per la cultura locale, sono collocate, in territori caratterizzati da forti pendenze, tra i 350 e 650 metri s.l.m. e godono di importanti escursioni termiche e di un microclima ideale per la produzione di vini d'eccellenza: per questo motivo i vini di Castello di Albola vengono chiamati dai Wine Lovers provenienti da tutto il mondo "Wines of Altitude".

DALLA STORIA DEL TERRITORIO A QUELLA DI CASTELLO DI ALBOLA

L'origine di Albola, lì dove la Pesa ha le sue sorgenti, sfuma nel mito della civiltà protovillanoviana ed è certo che il toponimo abbia origine etrusca. Le prime fonti della storia di Albola legate alla cultura vitivinicola si trovano nel Dizionario fisico geografico del Granducato di Toscana (1841) di Emanuele Repetti, importante un geografo, storico e naturalista italiano, che cita: "Chiamasi propriamente Albola una piaggia accreditata per i suoi vigneti, dai quali si ottengono forse i migliori vini del Chianti."

In realtà però di Albola se ne parlava già molto prima. Questo territorio venne citato per la prima volta in documenti risalenti all'XI secolo: in un documento datato 1010 l'Arcivescovo di Milano Arnolfo II concesse a un tale Gerardo l'affitto per la coltivazione di dieci mansi di proprietà della chiesa milanese. La diocesi tenne in possesso queste terre per circa tre secoli. Poi se ne conosce la dipendenza dalla Badia di Coltibuono.



Ma certo è che quando Radda - il Comune nel cui territorio si trova il Castello - diviene capitale della Lega del Chianti sotto il dominio fiorentino il Castello è già ben munito e popolato, tenuto in signoria dai nobili di Monterinaldi. A partire dall'inizio del XIV secolo, infatti, fu stabilito l'ordinamento dei territori della "Liga et societas de Chianti", sotto l'emblema del Gallo Nero e con la suddivisione nei Terzieri (località) di Gaiole, Castellina e Radda, quest'ultima località fu scelta per ospitare il quartiere

generale (Podesteria). La vera espansione di Albola e del Castello si ha con l'arrivo di uno dei rami della potentissima famiglia fiorentina degli Acciaiuoli. Alla fine del '400 Lodovico Acciaiuoli, che aspirava ad espandere i possedimenti chiantigiani essendo un "insigne dottore cittadino e avvocato fiorentino", fonda di fatto il possedimento di Pian d'Albola come lo conosciamo oggi. Nel 1515 finalmente l'Acciaiuoli riesce a comprare, oltre alla terra, anche la "Casa Vecchia" dai signori di Monterinaldi e costruisce la villa, inglobando due massicce torri, dando luogo a quell'idea di villa rinascimentale che segna tutta la nobile architettura chiantigiana.

Dal XVI secolo in poi Albola diviene uno dei possedimenti più ambiti dalle famiglie fiorentine. Lo testimonia l'interesse dei Samminiati che agli inizi del '600, estintasi la discendenza maschile degli Acciaiuoli, entrano in possesso di Pian d'Albola per via delle nozze tra Ascanio Samminiati e Caterina Acciaiuoli. A metà del '700, sarà un altro Ascanio Samminiati a fare di Pian d'Albola una sfarzosa residenza e a portare impulso alla viticoltura dando per la prima volta un progetto compiuto alla tenuta anche con notevoli opere irrigue. Alla morte del Samminiati, sempre per via di matrimonio, la proprietà passò ai Pazzi, una delle più nobili e antiche famiglie fiorentine che la tennero di fatto fino a metà dell'800. Per il secolo successivo Pian d'Albola, che nel censimento generale del Chianti del 1832 era dichiarato come uno dei pochissimi fondi autosufficienti di tutta la zona, conobbe diversi proprietari finché nel 1940 fu acquistata dal Principe Giovanni Ginori Conti ed infine, quaranta anni dopo, (dal 1979) divenne proprietà della Famiglia Zonin.

IL DIRETTORE E VIGNAIOLO: ALESSANDRO GALLO

Alessandro Gallo nasce in Piemonte ad Acqui Terme nel 1971. Dopo aver studiato alla Scuola Enologica Umberto I di Alba, nel 1997 si laurea in Chimica presso l'Università di Torino. Seguendo la sua passione per il mondo del Vino e la sua affascinante cultura millenaria, inizia a lavorare come analista in laboratorio presso l'azienda della famiglia Dezzani, nella rinomata zona del Monferrato, per poi divenirne il Direttore Tecnico. Nel 2004 avviene l'incontro con la Famiglia Zonin: affascinato dal Castello di Albola e condividendo gli autentici Valori imprenditoriali promossi dalla Famiglia, da quell'anno Alessandro Gallo è il Direttore della Tenuta. Questo luogo per lui è particolarmente speciale: "l'azienda è divenuta la sua casa" tantoché ha deciso di abitare con la moglie e i due figli proprio qui, presso l'antico cassero del XII secolo. Ospitale ed esuberante, Alessandro è lieto di accogliere sempre nuovi visitatori a Castello di Albola accompagnandoli alla scoperta di questo luogo unico e suggestivo ma anche coinvolgendoli in degustazioni dal grande carattere storico e culturale.



"Castello di Albola custodisce vigne di incredibile eleganza, dal gusto raffinato e ricercato, che rappresentano appieno il fascino e la bellezza del Chianti Classico. Credo fortemente che essere oggi winemaker non significhi solo stare in cantina, ma consista anche nel seguire con estrema cura tutti gli aspetti della filiera produttiva, dalla gestione delle vigne alla ricerca, dalla sostenibilità ambientale alla vendita, dalla promozione all'ospitalità. Dal punto di vista vitivinicolo, Radda rappresenta uno degli stili di pregio del Chianti Classico, è un'area particolarmente votata in cui le peculiarità come il sasso, la collina aspra e l'altitudine dei vigneti determinano quella dolcezza di tannini, quella struttura organolettica, quei profumi particolari che rendono eleganti, longevi e così speciali i nostri vini".

Alessandro Gallo – Direttore ed Enologo di Castello di Albola

POLITICA PER LA SOSTENIBILITÀ

Castello di Albola ispira il proprio operato ai principi dello sviluppo sostenibile. L'azienda è impegnata a contribuire attivamente al progresso economico, al benessere sociale e alla protezione dell'ambiente in cui opera, conducendo le proprie attività nel rispetto dei principi sotto riportati.

Tale politica per la sostenibilità è da intendersi integrata con il Codice Etico aziendale adottato in data 04/11/2015 e la cui revisione n° 01 del 09/12/20 è stata approvata dal CDA il 18/01/2021.

1. **Etica e Responsabilità** – Castello di Albola si impegna a svolgere le proprie attività nel rispetto degli standard etici, professionali e legali, integrando nei propri processi decisionali e di controllo gli aspetti economici, sociali e ambientali.
2. **Crescita sostenibile** – Castello di Albola si impegna ad offrire ai propri clienti servizi e prodotti ad alto valore aggiunto, che contribuiscano a migliorare il benessere del territorio e delle comunità residenti nelle aree limitrofe.
3. **Sviluppo condiviso** – Castello di Albola intende crescere adottando un modello di business e operatività volto a creare valore per i propri soci, attraverso il perseguimento di obiettivi di solidità finanziaria, redditività e sostenibilità nel lungo periodo
4. **Eccellenza e innovazione** – Castello di Albola collabora attivamente con i propri partner per sviluppare le migliori scelte produttive e impiegare le migliori soluzioni tecnologiche disponibili al fine di soddisfare pienamente le aspettative dei clienti.
5. **Tutela e valorizzazione delle persone** – Castello di Albola si impegna a creare ambienti di lavoro stimolanti e dinamici, in cui la tutela della salute e della sicurezza, il rispetto delle diversità, dei diritti umani e lo sviluppo professionale siano priorità, capaci di attirare e trattenere i migliori talenti, assicurando in tal modo il raggiungimento degli obiettivi presenti e futuri dell'azienda.
6. **Coinvolgimento della catena di fornitura** – Castello di Albola intende promuovere l'adozione di pratiche di sostenibilità presso i propri fornitori, al fine di migliorare continuamente le performance complessive delle proprie attività e contribuire alla diffusione dei principi dello sviluppo sostenibile nel settore vitivinicolo.
7. **Sviluppo socio-economico dei territori** – Castello di Albola adotta un modello di operatività orientato a contribuire alla crescita delle aree in cui opera, mediante creazione di nuova occupazione, formazione professionale, impiego di fornitori locali, iniziative a favore della comunità.
8. **Salvaguardia e protezione dell'ambiente** – Castello di Albola conduce le proprie attività individuando le migliori soluzioni in ambito tecnico e organizzativo al fine di limitare quanto più possibile i potenziali effetti negativi sull'ambiente, contribuendo attraverso le proprie attività al riutilizzo dei prodotti di scarto.
9. **Dialogo e trasparenza** – Castello di Albola si impegna a sviluppare e mantenere relazioni solide e durature con i propri stakeholder, ascoltandone le legittime aspettative e adottando idonee forme di coinvolgimento



IL GRUPPO ZONIN1821 E LE SUE TENUTE

Fondato nel 1821 a Gambellara, nel Veneto, ZONIN 1821 è un Gruppo d'eccellenza del Made In Italy divenuto noto per aver contribuito ad esportare, a livello internazionale, la cultura vitivinicola italiana ed i suoi apprezzati prodotti.

Cuore pulsante di questa realtà imprenditoriale tutta italiana è la Famiglia Zonin che da sette generazioni ed oltre duecento anni di storia coltiva, interpreta e tramanda un patrimonio culturale unico con uno sguardo sempre volto al futuro: cura del territorio, valorizzazione delle tradizioni vinicole locali, rispetto della biodiversità, sperimentazioni tecniche ma anche innovazione dei processi produttivi e sviluppo sostenibile sono gli elementi che esprimono il DNA dell'azienda.

Cultura d'impresa, innovazione tecnologica e responsabilità. Il Gruppo promuove uno sviluppo sostenibile in tutti i suoi aspetti (ambientale, economico e sociale) e dal 2022 redige annualmente il proprio Bilancio di Sostenibilità con l'obiettivo di rendicontare le attività svolte in materia di sostenibilità e di descrivere gli obiettivi raggiunti e i piani di miglioramento programmati. Tra le numerose attività poste in essere per preservare il suolo e l'ecosistema, l'azienda si impegna a limitare l'impiego dei mezzi tecnici in viticoltura, razionalizzare le risorse idriche per l'irrigazione dei vigneti, favorire l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile e pulita, tutelare la flora e la fauna locale implementando ove necessario la riforestazione.

Presente in oltre 140 Paesi nel mondo grazie al supporto di oltre 500 collaboratori che operano in Italia e in quattro filiali (Stati Uniti, Regno Unito, Cina e Svezia), il Gruppo promuove questi Valori attraverso la sinergia di marchi complementari, creati o acquisiti, nel corso della propria storia. L'azienda, con una produzione che si disloca su una superficie di oltre 4.000 ettari, produce e distribuisce non solo i vini fermi e gli spumanti a marchio ZONIN, ma anche i prestigiosi vini delle tenute italiane di Famiglia: Ca' Bolani in Friuli, Poggio Le Coste in Piemonte, Oltrenero in Lombardia, Castello di Albola e Rocca di Montemassi in Toscana, Masseria Altemura in Puglia e Principi di Butera in Sicilia.

A queste eccellenze del Made In Italy si uniscono i vini prodotti nelle due tenute estere: Barboursville Vineyards, in Virginia negli Stati Uniti e Dos Almas in Cile.

All'interno delle diverse tenute, l'attività di produzione del vino si affianca a quella dell'ospitalità: l'importanza data all'accoglienza ha un notevole significato simbolico poiché esprime il ruolo di ZONIN1821 nel promuovere l'educazione in questo settore, rispettare le diversità tipiche di ogni territorio e valorizzare i Saperi locali.

Proprio in virtù di questa visione, nella storica sede di Gambellara si trova un percorso museale, aperto a tutti i visitatori, dedicato alla cultura vitivinicola: attraverso testimonianze materiali ed immateriali gli ospiti vengono accompagnati alla scoperta di questo affascinante mondo: di particolare interesse anche la collezione di oltre 14.000 francobolli storici, quella di raffinati bicchieri per il vino e quella di levatappi.

SEDI E TENUTE AGRICOLE GRUPPO ZONIN1821

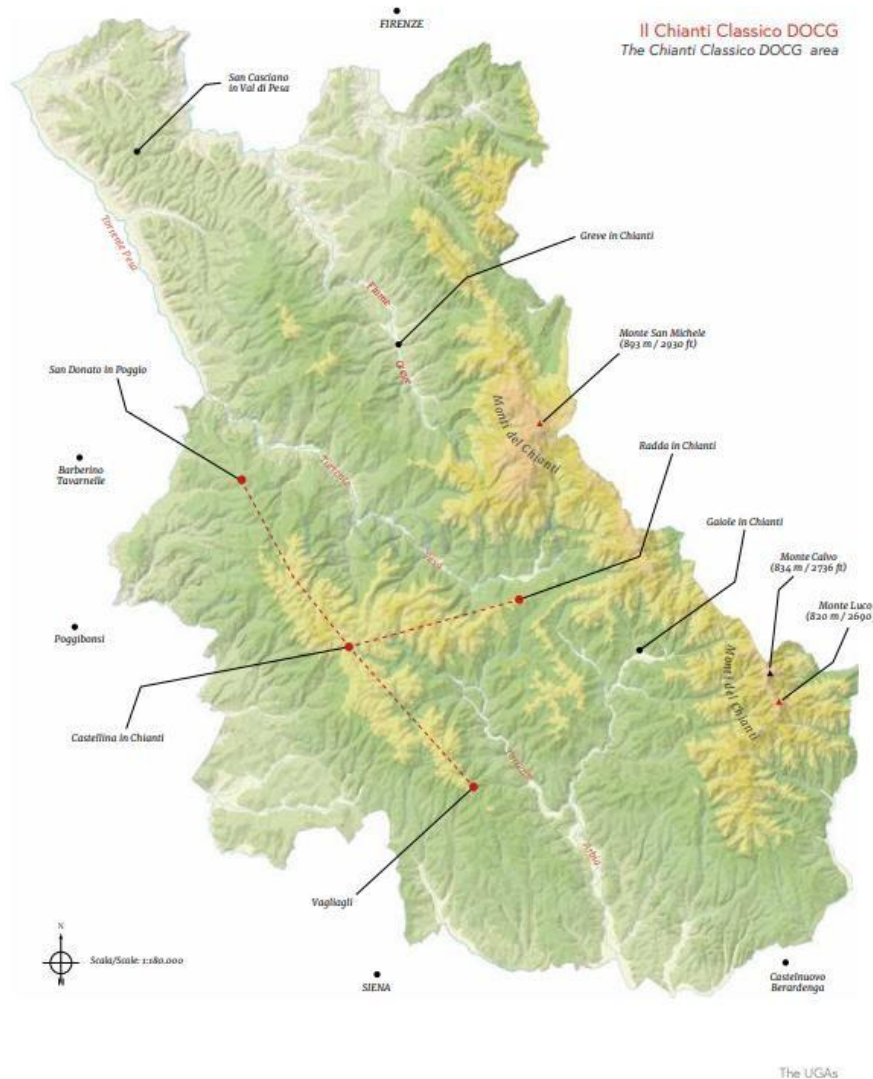


Italia	Casa vinicola Zonin	Headquarter e imbottigliamento vino
Italia	Ca' Bolani	Azienda Agricola con produzione vino
Italia	Oltrenero	Azienda Agricola con produzione vino
Italia	Castello del Poggio	Azienda Agricola con produzione vino
Italia	Castello di Albola	Azienda Agricola con produzione vino
Italia	Rocca di Montemassi	Azienda Agricola con produzione vino
Italia	Masseria Altemura	Azienda Agricola con produzione vino
Italia	Principi di Butera	Azienda Agricola con produzione vino
Usa	Barboursville	Azienda Agricola con produzione vino
Chile	Dos Almas	Azienda Agricola con produzione vino

DOVE SIAMO

Castello di Albola si trova in Toscana, una tra le più rinomate regioni italiane per la sua ricca storia, tradizione, arte, cultura e per i suoi paesaggi indimenticabili. Questa terra, oltre ad essere stata la culla della letteratura e del Rinascimento italiani, è una regione nota nel mondo per la sua antichissima storia enologica, documentata già nel VIII sec. a.C in epoca etrusca, da cui nascono alcuni dei vini italiani più celebrati nel mondo: questo territorio conta 42 DOC e 11 DOCG, diffuse in tutta la regione. La zona del Chianti Classico storico, il cui simbolo è il Gallo Nero, si estende tra Firenze e Siena, in un'area che comprende tre comuni: Radda in Chianti, Castellina in Chianti e Gaiole in Chianti. È questa la terra che Cosimo de' Medici nel 1716 riconobbe come zona di produzione del miglior vino di Toscana. In particolare, Castello di Albola è ubicato a Radda in Chianti, splendido borgo medievale cinto da caratteristiche mura, nel cuore della produzione del Chianti Classico.

5



Per capire il Chianti Classico è necessario prima di tutto inquadrare il paesaggio agricolo e le sue peculiarità. L'area di produzione del Chianti Classico misura circa 47 km dall'estremo nord all'estremo sud, mentre da est a ovest misura circa 21 km nella sua parte centrale e 27 km in quella più larga, a sud. Degli oltre 70000 ettari di superficie, solo circa 9800 sono destinati a vigneto e di questi circa 6800 alla produzione del vino Chianti Classico. La parte rimanente è riservata agli oliveti, che occupano una superficie paragonabile a quella dei vigneti, e soprattutto al bosco, che ad oggi copre circa il 62% del territorio del Chianti Classico. ¹

La natura e la biodiversità sono quindi caratteri salienti della denominazione. E non da oggi. Come si può notare dalla mappa qui accanto, il territorio del Chianti Classico è per la quasi totalità collinare e in diverse aree si può addirittura definire montuoso. La catena montuosa più importante è quella conosciuta come Monti del Chianti, che si sviluppa lungo il confine orientale della denominazione dividendola dal Valdarno. Il punto più elevato dei Monti del Chianti è il Monte San Michele, che tocca gli 893 metri sul livello del mare. Più piccola, ma non meno importante, è la dorsale che unisce San Donato in Poggio a Vagliagli, passando per Castellina in Chianti. Questa dorsale divide la parte più interna della denominazione da quella più esterna. La prima è in media più fresca, la seconda è invece più calda, sia a nord sia a sud. Le due catene principali sono poi unite da una dorsale secondaria che ha come centro il paese di Radda in Chianti. Questa dorsale rappresenta un vero e proprio spartiacque: a nord abbiamo la Val di Pesa e la Valle di Greve, che si sviluppano in gran parte in provincia di Firenze, mentre a sud abbiamo la Val d'Arbia, che si sviluppa per intero in provincia di Siena, così come del resto tutte le colline circostanti. Delle tre valli, le prime due sono quelle che posso vantare la maggiore superficie vitata, mentre la Val d'Arbia è vietata soprattutto nella sua parte più meridionale, o meglio sarebbe dire tra Quercegrossa, Monti in Chianti e San Gusmè. Tornando brevemente alle quote altimetriche, se nella parte centrale e in buona parte di quella meridionale oscillano in media fra i 300 e i 500 metri sul livello del mare, nella restante parte – ad eccezione dei Monti del Chianti – sono comprese in media fra i 300 e i 200 metri sul livello del mare. Infine, la quota massima dei vigneti destinati alla produzione di Chianti Classico è fissata a 700 metri sul livello del mare

La UGA Radda, i cui confini coincidono con quelli del comune di Radda in Chianti, può essere considerata un vero e proprio spartiacque all'interno della denominazione. Il crinale montuoso lungo cui corre la Strada Regionale 429 separa infatti due diversi bacini idrografici: a nord quello del torrente Pesa e a sud quello del torrente Arbia, un tempo classificati entrambi come fiumi e ora non più.

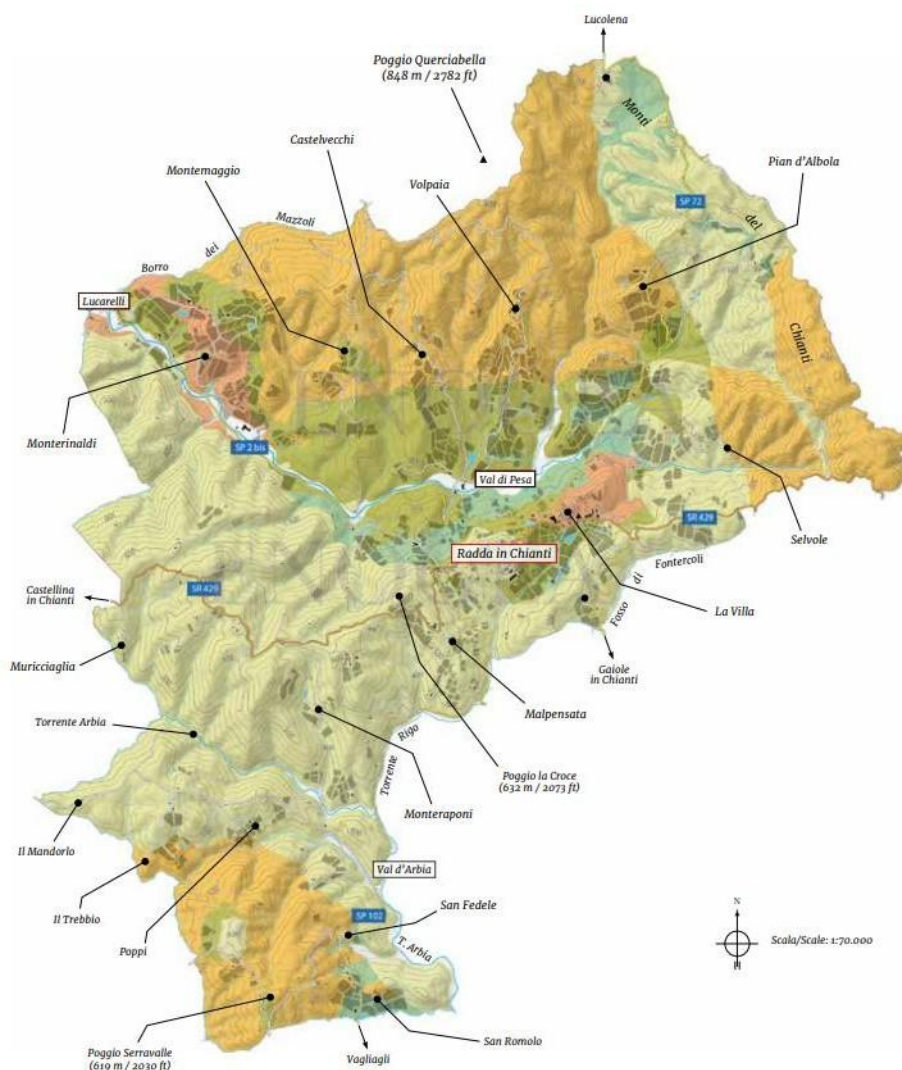
- Il bacino della Pesa è di gran lunga il più importante in termini di superficie vitata e a sua volta può essere diviso in due versanti: la Destra Pesa, che va da Petraia a Lucarelli inglobando località come Albola, Volpaia e Castelveccchi, e la Sinistra Pesa le cui vigne si concentrano soprattutto in prossimità del paese di Radda in Chianti.
- Il bacino dell'Arbia è caratterizzato invece dalla confluenza di due valli piuttosto profonde, quella del torrente Rigo e quella dell'Arbia stesso, che insieme segnano a est il confine con la UGA Gaiole. Qui, fatta eccezione per le zone in prossimità del centro abitato di Radda in Chianti, tra Malpensata e La Villa, la vigna ha una presenza quasi sporadica.

La distinzione in bacini orografici trova poi corrispondenza anche nella geologia. Infatti, lungo la valle della Pesa, i vigneti si distribuiscono in prevalenza su quattro formazioni: Macigno nella fascia di alta

¹ Fonte: L'atlante completo dei vigneti UGA del Chianti Classico di Alessandro Masnaghetti e Paolo De Cristofaro

collina, Argilliti scistose, Formazione di Sillano e Pietraforte in quella medio-bassa. Lungo le valli del Rigo e dell'Arbia netta è invece la prevalenza dell'Alberese, seguito a distanza dal Macigno, il cui peso viticolo è però limitato, e dalle Argilliti scistose, presenti soltanto all'estremo nord e all'estremo sud del bacino.

Non meno importante è poi il clima particolarmente fresco che caratterizza l'intera UGA, legato non tanto alle quote altimetriche (comunque significative) quanto alla vicinanza dei Monti del Chianti. Un clima più fresco che porta con sé una vendemmia in genere piuttosto tardiva e uno stile nei vini fatto di eleganza e di una nervosa vivacità nel frutto. In ultimo, Radda, insieme a Gaiole, è la UGA che può vantare la maggiore presenza di boschi di tutto il Chianti Classico.²



© Alessandro Masnaghetti - Tutti i diritti Riservati / All Rights Reserved

² Fonte: L'atlante completo dei vigneti UGA del Chianti Classico di Alessandro Masnaghetti e Paolo De Cristofaro

I NOSTRI VINI

DAI VIGNETI AI WINES OF ALTITUDE



Castello di Albola si estende in una posizione d'eccellenza tra le più alte colline del Chianti Classico. Qui, i suoli si caratterizzano per due forme geologiche differenti, una è l'Alberese e l'altra il Galestro: questo oltre ad assicurare un ottimo drenaggio dei terreni conferisce particolare mineralità e sapidità ai vini.

Le vigne, un vero e proprio patrimonio per la cultura locale, sono collocate, in territori caratterizzati da forti pendenze, tra i 350 e 680 metri s.l.m. e godono di importanti escursioni termiche e di un microclima ideale per la produzione di vini d'eccellenza.

- I vigneti storici di Selvole, Capaccia, Madonnino, Ellere, Marangole, Mondeggi, Sant'Ilario e Acciaiolo sono disposti ad un'altitudine tra i 350 metri e i 550 metri e prendono luce, come si dice in Chianti, "da sole a sole".
- Il vigneto simbolo di Albola è sicuramente la vigna Il Solatio che si inerpica su di una pendenza mozzafiato su un terreno di sasso tra i 600 e i 650 metri s.l.m.
- Infine, oltre i 680 metri s.l.m., ci sono le altissime vigne di Chardonnay.

Il vitigno principe è il Sangiovese, anzi, il clone di Sangiovetto che è l'antico nome del Sangiovese grosso

di Toscana, il simbolo del Chianti Classico. Un vitigno a bacca rossa di maturazione tardiva, la cui vendemmia si svolge tra l'ultima settimana di settembre e la prima settimana di ottobre. Oltre al Sangiovese, esteso su circa il 90% della superficie vitata di Castello di Albola, si coltiva anche l'altra prestigiosa "bacca rossa", il Cabernet Sauvignon, utilizzato per produrre il Super Tuscan Acciaiole. Nelle prestigiose vigne della tenuta sono coltivate anche le uve bianche dello Chardonnay, del Trebbiano e della Malvasia del Chianti Classico, indispensabili queste ultime due, per produrre il raro Vinsanto di Castello di Albola, ulteriore firma di toscantità. Per garantire un corretto e longevo mantenimento, le vigne sono coltivate a cordone speronato e guyot. Per la tutela di questo territorio, vi è un costante rinnovamento degli impianti con un'età media che conta circa vent'anni.

I maestosi vigneti, come dei veri e propri gioielli da custodire, sono circondati da uno scrigno di boschi di querce e da antichi alberi d'ulivo. Le vigne, infatti, sono attorniate da selve di querce e roverelle, punteggiate da altissimi cipressi e contornate da oliveti bellissimi dove si coltivano le cultivar di Frantoio, Leccino e Moraiolo, il blend più tipico del grande extravergine DOP di queste terre.

LA CONVERSIONE AL BIOLOGICO DI CASTELLO DI ALBOLA

Il vino biologico continua ad essere sempre di più apprezzato a livello internazionale grazie al crescente interesse dei consumatori e alla sempre maggiore attenzione dei produttori ad uno sviluppo sostenibile. Come riporta il reg. UE 848 /2018 attualmente in vigore: *"La produzione biologica è un sistema globale di gestione dell'azienda agricola e di produzione alimentare basato sull'interazione tra le migliori prassi in materia di ambiente ed azione per il clima, un alto livello di biodiversità, la salvaguardia delle risorse naturali e l'applicazione di criteri rigorosi in materia di benessere degli animali e norme rigorose di produzione confacenti alle preferenze di un numero crescente di consumatori per prodotti ottenuti con sostanze e procedimenti naturali. La produzione biologica esplica pertanto una duplice funzione sociale, provvedendo, da un lato, a un mercato specifico che risponde alla domanda di prodotti biologici da parte dei consumatori e, dall'altro, fornendo al pubblico beni che contribuiscono alla tutela dell'ambiente, al benessere degli animali e allo sviluppo rurale."*

Per semplificare possiamo dire che **l'agricoltura biologica è un metodo agricolo volto a produrre alimenti con sostanze e processi naturali**. Ciò significa che tende ad avere un impatto ambientale limitato, in quanto incoraggia a:

- _ usare l'energia e le risorse naturali in modo responsabile;
- _ coltivare la biodiversità;
- _ conservare gli equilibri ecologici regionali;
- _ migliorare la fertilità del suolo evitandone lo sfruttamento;
- _ garantire la qualità delle acque.

"Un vino è detto biologico quando proviene da uve 100% biologiche coltivate senza l'utilizzo di agenti chimici di sintesi in vigna e la cui vinificazione in cantina è avvenuta grazie all'utilizzo di prodotti enologici certificati biologici e un quantitativo limitato di solfiti." Questa definizione è ufficiale dal 2012 quando è entrato in vigore il regolamento CE 203/2012 (formalmente sostituito e aggiornato dal Reg. UE 2021/1165 a partire dal 1 gennaio 2022) che sancisce che si possa parlare di vino biologico, e non più solo di vino "proveniente da uve biologiche", grazie alla possibilità di certificare come biologico l'intero processo di vinificazione e di trasformazione delle uve.

Proprio in linea con la visione aziendale della tenuta, presentata anche nel Bilancio di Sostenibilità, **è cominciato nel 2016 il processo di conversione al biologico** grazie al quale ad inizio 2022 hanno cominciato ad essere commercializzati vini BIO che possono fare sempre più la differenza in termini ambientali, senza però rinunciare all'eccellente gusto della nostra tradizione. **Oltre all'Olio, le prime**

annate BIO prodotte sono le seguenti: Chianti Classico 2020, Chianti Riserva 2020, Santa Caterina 2019, Il Solatio 2019 e il Poggio Alle Fate 2020.



I NOSTRI WINES OF ALTITUDE

- **Chianti Classico DOCG**

Un eccellente frutto della nostra terra. Ottenuto da uve Sangiovese, questo Rosso presenta un colore rubino intenso e riflessi granati, anticipando la complessità dei suoi aromi. Al naso, si percepiscono sentori di ciliegia matura, viola e spezie, mentre il gusto avvolge il palato con una struttura elegante e una piacevole persistenza. La maturazione in botti di legno conferisce al Chianti Classico una raffinatezza unica, creando un equilibrio tra acidità vivace e tannini morbidi.

- **Chianti Classico DOCG Riserva**

Il Chianti Classico Riserva celebra il Valore del tempo e della tradizione. Questo vino offre un'esperienza sensoriale straordinaria. Ottenuto da uve Sangiovese raccolte con cura da otto vigneti selezionati, si distingue per il suo colore rosso granato intenso e profondo. Al naso, emergono complessi bouquet di frutti rossi, note speziate e leggere sfumature vanigliate, frutto di una maturazione più prolungata in botti di rovere. In bocca si presenta avvolgente, con tannini setosi e una struttura robusta, regalando un finale persistente e armonioso.

- **Santa Caterina Chianti Classico DOCG Gran Selezione**

La massima espressione del nostro territorio. Questo Rosso d'eccellenza prende il nome da un singolo vigneto, di poco più di cinque ettari, caratterizzato un suolo ricco di Galestro, esposto completamente a sud ad un'altitudine dai 500 ai 600 m. s.l.m.

Raccolto a mano, vinificato in purezza e affinato per metà in botti di rovere di Slavonia da 34 hl, mentre l'altra metà riposa in tonneau di rovere francese. L'ultima fase di affinamento avviene in bottiglia per circa 18 mesi. Questo vino si esprime nel bicchiere attraverso un grande piacere al

naso ed un sorso incisivo e interminabile. In bocca, la Gran Selezione si distingue per la sua struttura maestosa, con tannini eleganti e una persistenza avvolgente.

- **Il Solatio Chianti Classico Gran Selezione DOCG**

L'essenza suprema della viticoltura toscana. Le uve, raccolte manualmente in un vigneto di un ettaro caratterizzato da terreno di Alberese e ripidi pendii storici esposti a sud-est, dai 600 ai 650 metri sul livello del mare, conferiscono a questo pregiato Chianti Classico un carattere unico. L'affinamento si svolge inizialmente per 10-12 mesi in botti di rovere di Slavonia da 36 hl e in tonneaux, sia nuovi che di secondo passaggio. Successivamente, i vini vengono assemblati e affinano per ulteriori 6 mesi in botti di rovere di Slavonia, prima di un affinamento in bottiglia di 18 mesi. Il risultato è un Rosso dalla profonda complessità, con profumi eleganti di spezie e cuoio. In bocca, i tannini avvolgono delicatamente il palato, regalando una sensazione setosa ed elegante.

- **L'Acciaiuolo**

La purezza del Cabernet Sauvignon. Questo prestigioso e pluripremiato Rosso, che trae il suo nome dalla illustre casata degli Acciaiuoli, si distingue per la sua notevole forza espressiva. La degustazione di questo vino si manifesta come un'esperienza aggraziata e, al contempo, possente: un corpo elegante e robusto che si fonde armoniosamente con un profumo seducente.

- **Poggio alle Fate**

Un bianco d'altitudine. Proveniente da uno dei vigneti più elevati della regione, un terreno lungo e stretto che si estende per 3,2 ettari a un'altitudine di 680 metri s.l.m., il Poggio Alle Fate rappresenta un bianco che interpreta in modo esemplare le caratteristiche del terreno caratterizzato da argille, Galestro e componenti ferrose. Il mosto fiore fermenta in acciaio inox a temperatura controllata e, a metà fermentazione alcolica, viene trasferito in tonneaux di rovere francese da 500 litri. Qui completa la fermentazione alcolica, la malolattica e un affinamento di circa un anno sulle fecce, con batonnage settimanale per arricchirne complessità e struttura. Dopo l'affinamento in legno, il vino riposa in bottiglia per un periodo compreso tra 8 e 12 mesi. Le caratteristiche sensoriali di questo vino sono ricche e complesse: al naso emergono note di frutta matura, accompagnate da sfumature dolci e balsamiche. In bocca, si distinguono note minerali che si sposano con un'elevata acidità, conferendo al Poggio Alle Fate un profilo di grande finezza: la fusione di queste componenti crea un vino che esprime in modo esemplare l'identità del territorio.

- **Vin Santo del Chianti Classico DOC**

Come da tradizione non può mancare il **Vin Santo del Chianti Classico DOC**, un uvaggio prodotto da Trebbiano Toscano e Malvasia del Chianti, una raffinata interpretazione di uno dei simboli della tradizione chiantigiana. Il Vin Santo di Castello di Albola affina a lungo in piccole e preziose botticelle toscane detti "caratelli" di castagno da 100 litri.

L'OSPITALITÀ

All'interno della tenuta, l'attività di produzione del vino si affianca a quella dell'ospitalità: l'importanza data all'accoglienza ha un notevole significato simbolico poiché esprime il valore che Castello di Albola nel promuovere l'educazione alla cultura vitivinicola chiantigiana e valorizzare i Saperi locali.

La tenuta è il luogo ideale per chi desidera prendere contatto con un ambiente unico come quello del Chianti Classico, per chi vuole immergersi nella storia e per chi desidera degustare i grandi vini di questa rinomata tenuta assaporandone il fascino del terroir che li caratterizza. Oggi, con oltre 30.000 ospiti ogni anno, Castello di Albola è diventata un imprescindibile punto di riferimento per chi visita il Chianti Classico. Passione, competenza e cura dei dettagli sono gli ingredienti che guidano le proposte offerte per vivere esperienze coinvolgenti al Castello.

- **L'ENOTECA**

Nell'affascinante enoteca del Castello di Albola, tutti i visitatori hanno la possibilità di degustare ed acquistare i prestigiosi vini della Tenuta così come il buonissimo olio degli ulivi locali. Qui si possono trovare annate di particolare pregio, uniche nel loro genere, rimaste nella storia per la loro eccellenza e ricercate in tutto il mondo, così come le etichette che hanno conquistato autorevoli riconoscimenti italiani ed ambiti premi internazionali.

- **I TOUR E LE DEGUSTAZIONI**

Le opzioni per i clienti spaziano tra degustazioni e tour guidati alla scoperta dei vigneti, del borgo storico e delle cantine.

_ I più "gourmand" possono cenare nell'antico borgo di Castello di Albola assaporando le pietanze tipiche toscane nella cornice delle cantine storiche e assaggiando la selezione esclusiva di vini Cru della Tenuta.

_ Per i turisti più intraprendenti sono organizzate anche Cooking Class Experience in cui gli ospiti vengono coinvolti nella preparazione di alcune tipiche ricette toscane.



- **I SOGGIORNI - LE VILLE**

Due sono le bellissime dimore antiche che Castello di Albola offre per un soggiorno indimenticabile.

_ La prima è la settecentesca Villa Le Marangole capace di ospitare in un contesto di fascino e di eleganza rurale dodici persone in 6 camere dotate di ogni servizio. Dal patio della villa si gode una vista mozzafiato sulle vigne della proprietà, è un luogo privilegiato per osservare tutta la fattoria, come anche per partire alla scoperta del fascino assoluto del “Chiantishire”.

_ La seconda dimora storica messa a disposizione degli ospiti è Villa Crognole, costruita nel quindicesimo secolo e sapientemente restaurata. Villa Crognole offre ospitalità fino a sei persone, è comoda e accogliente, oltreché dotata di una esclusiva piscina e di una terrazza da cui si può apprezzare il paesaggio unico del Chianti Classico.

- **I SOGGIORNI - LE SUITES**

All'interno del Borgo Medievale si trovano tre bellissime Suites, che prendono il nome da alcuni dei nostri CRU (Santa Caterina, Il Solatio e Acciaiole), per un indimenticabile soggiorno toscano. Le nostre Suites situate sulle più alte colline del Chianti Classico, offrono un rifugio di raffinata serenità nel cuore di questa rinomata regione vinicola. Avvolto da vigneti ondulanti e paesaggi mozzafiato, ogni Suites è arredata con cura e dotato di comfort moderni, garantendo soggiorni esclusivi di indimenticabile bellezza. Immersi in un'atmosfera medievale, gli ospiti possono godere di esperienze enogastronomiche uniche, esplorando le cantine e assaporando i vini di Castello di Albola.

ARTE E CULTURA

- **DIALOGHI PARALLELI**



Oltre l'eccellenza del Vino. La Toscana è una nota nel mondo per la sua antichissima storia enologica ma è anche stata la culla della letteratura e del Rinascimento italiani. Il legame storico con questo territorio si esprime nella volontà della tenuta di promuovere l'Arte e la Cultura intese come aree del sapere in dialogo con la cultura vitivinicola.

Nel 2024 la tenuta ha aperto le porte alla sua seconda esposizione artistica "Dialoghi Paralleli" che ha confermato Castello di Albola nella promozione dell'Alta Cultura.

"Oltre 30.000 mila visitatori giungono ogni anno a Castello di Albola: un luogo che appassiona per la sua bellezza unica, l'architettura caratteristica del borgo medievale e la cultura vitivinicola che custodisce da generazioni. Quest'esposizione è parte di un percorso più ampio di Castello di Albola nel mondo dell'arte: un cammino volto a dar sempre più Valore al territorio e alla sua eredità, alla sua identità e alle sue tradizioni.

Noi che custodiamo questi luoghi per le generazioni future abbiamo il dovere di continuare a promuovere questi scambi così da interpretare insieme questo patrimonio senza eguali che abbiamo ereditato ...e siamo invitati a farlo mentre degustiamo un buon bicchiere di vino: un simbolo di buona convivialità, apparentemente semplice e per alcuni banale, che è capace di raccontare tante storie diverse dalla sua ma tutte di egual Valore."

Alessandro Gallo – Direttore ed Enologo di Castello di Albola

Radda in Chianti – Dal 9 Settembre fino al 31 Dicembre, Castello di Albola ospiterà la seconda esposizione del progetto "Dialoghi Paralleli": un percorso culturale, tra arte e tecnica, pittura e vino, che darà nuovamente ai visitatori, dopo la prima edizione dello scorso anno, la possibilità di scoprire, all'interno della tenuta, le opere di due artisti: Vittoria Palazzolo e Alain Bonnefoit. Il concetto dei "Dialoghi Paralleli" esprime una profonda chiave di interpretazione della contemporaneità: sono "Dialoghi Paralleli" tutte quelle conversazioni, diverse tra loro, che nel loro percorso si susseguono senza mai perdere la propria unicità; tutti quei confronti che grazie alla propria vicinanza si arricchiscono ma non disperdono la voce del proprio interlocutore. La prossimità continua data dal parallelismo, qualunque esso sia, è simbolo di rispetto, reciprocità ed apertura. La mancanza di intersezione, tipica del parallelismo, ha un forte significato simbolico: non è mancanza di incontro ma confronto costante lungo tutto il cammino. E' infatti proprio con questo spirito che l'esposizione è stata progettata a Castello di Albola: la tenuta non solo ospita un dialogo artistico, quello di Vittoria Palazzolo e Alain Bonnefoit, ma lo accoglie, se ne prender cura e lo arricchisce attraverso la propria identità. Qui, le opere che sono state create dai due artisti non raccontano solo sé stesse, ma contribuiscono ad arricchire l'esperienza estetica del visitatore all'interno del luogo che le accoglie. Non sono dunque semplici oggetti nei quali imbattersi, elementi che generano curiosità in virtù del loro "essere inaspettati" all'interno del luogo, bensì veicoli che invitano ad andare oltre: scoprire il luogo e la cultura che custodisce con occhi diversi. Sempre il tema "Dialoghi Paralleli" esprime il rapporto colloquiale tra le opere di Vittoria Palazzolo e Alain Bonnefoit: due artisti, profondamente diversi dal punto di vista del percorso e della propria tecnica artistica, ma anche profondamente interessati a cogliere il senso. All'interno del percorso esperienziale progettato a Castello di Albola, le opere offrono al visitatore diverse visioni di mondi, significati e soggetti: espressioni differenti di due diverse menti creative che si incontrano, trovano ognuna il proprio spazio specifico, e non si scontrano ma si arricchiscono nella reciprocità espositiva.

• GIULIO CINTI

In occasione dell'Annual Wine Tasting di Londra 2024, è stato presentato un innovativo progetto di collaborazione che ha unito l'Arte e la Cultura al mondo del Vino. L'iniziativa ha rappresentato un ponte tra la creatività artistica e la tradizione vitivinicola, offrendo ai partecipanti un'esperienza unica e multisensoriale. Protagonista del progetto è stato l'artista e scultore Giulio Cinti, il quale ha realizzato una serie di composizioni materiche che celebrano e rendono omaggio alla cultura vitivinicola italiana e locale. Le sue opere, caratterizzate da una profonda ricerca espressiva e da un uso innovativo dei materiali, hanno catturato l'attenzione di appassionati d'arte e di vino presenti all'evento. Durante l'Annual Wine Tasting, le creazioni di Giulio Cinti sono state esposte in un'area dedicata, suscitando grande interesse e apprezzamento. In seguito alla manifestazione, è stata avanzata l'ipotesi di esporre permanentemente le opere presso le tenute vinicole, consentendo così ai visitatori di arricchire la propria esperienza durante le degustazioni. Le opere rimarranno nelle tenute fino alla loro acquisizione da parte di collezionisti e appassionati d'arte. Particolare ispirazione per l'artista è stata fornita dalla cantina toscana di Castello di Albola, le cui tradizioni e paesaggi hanno contribuito a plasmare l'estetica e il significato delle sue



creazioni. L'iniziativa ha testimoniato il valore del dialogo tra Arte e Vino, sottolineando come queste due espressioni culturali possano fondersi per creare esperienze emozionanti e durature, capaci di coinvolgere un pubblico sempre più vasto e sensibile alla bellezza e alla tradizione.

Un ricco dialogo creativo tra vino e scultura, interpretazioni estetiche e cultura vitivinicola.

Il percorso artistico di Giulio Cinti si è sempre nutrito di temi legati all'estasi, alla liberazione degli istinti e alla celebrazione del divino attraverso il dionisiaco. La collaborazione con Castello di Albola ha dato all'artista la possibilità di esplorare questi temi con un rinnovato fervore e profondità, connettendo la propria visione estetica con il mondo del vino, simbolo di convivialità e di riti sociali condivisi che si tramandano da generazioni.

La scultura di Dioniso, il Dio Greco della Vite, del Vino e del Delirio Mistico, è stata associata a Il Solatio: un Cru di Castello di Albola, ovvero la più alta espressione di una

territorialità, unica e diversa dalle altre, capace di custodire una cultura vitivinicola che si tramanda da generazioni. Nel processo creativo dell'artista, il vino, da simbolo della convivialità qual è per sua natura, è divenuto anche energia materica capace di esprimere il profondo percorso espressivo dell'opera stessa. Grazie alla sua espressività, quest'opera richiama lo sguardo e l'intelletto del fruitore, invitandolo a contemplarla e completarla: anche in questo caso, così come in un brindisi tra commensali, è nella relazione conviviale che si scopre l'essenza dell'altro e la relazione si arricchisce reciprocamente dando vita ad un nuovo significato.

I NOSTRI STAKEHOLDER

Gli stakeholder, in italiano “portatori d’interesse”, giocano un ruolo importante nella definizione del futuro dell’azienda. Essi sono in grado di determinare il successo di un progetto fornendo supporto, informazioni e risorse preziose sia dall’interno che dall’esterno dell’organizzazione.

Lo stakeholder è un qualsiasi individuo, un gruppo o un’organizzazione che è direttamente coinvolto da quello che accade in azienda e che ha un ruolo attivo nel concorrere al successo di un’impresa. Può trovarsi all’interno o all’esterno di questa. Con le loro decisioni, queste figure possono avere un impatto (negativo o positivo) molto importante sui progetti delle aziende. Non solo, in alcuni casi sono anche portatori di interesse chiave, in quanto il loro supporto è necessario affinché il progetto stesso esista.

Mantenere una relazione solida e costante con i propri stakeholder è per Castello di Albola molto importante per mostrare la responsabilità che l’azienda esprime nel contesto in cui opera. Attraverso l’ascolto attivo e la comprensione reciproca delle specifiche necessità, Castello di Albola può gestire anticipatamente l’insorgere di eventuali criticità e veicolare le proprie azioni in risposta agli interessi degli stakeholder.

STAKEHOLDER	ASPETTATIVE CHIAVE	STRUMENTI E CANALI DI DIALOGO
Personale <ul style="list-style-type: none"> • Dipendenti • Collaboratori • Stagisti 	Gestione responsabile del business Formazione e sviluppo professionale Ambiente di lavoro stimolante e sicuro Pari opportunità Equità di trattamento Coinvolgimento nella vita aziendale Promozione del benessere, della salute e della sicurezza Conciliazione vita personale/lavoro	Incontri e riunioni interne Colloqui Attività formativa Condivisione del codice etico
Clienti <ul style="list-style-type: none"> • GDO • Horeca • Dettaglio • Distributori internazionali 	Solidità aziendale Qualità e sicurezza del prodotto Correttezza delle informazioni Puntualità nelle consegne Risposte celeri	Incontri commerciali Condivisioni di specifiche tecniche dettagliate di prodotti E-mail con referenti interni Audit tecnici
Consumatori	Qualità e sicurezza del prodotto Trasparenza e correttezza delle informazioni	Sito internet, Social network Cantine aperte
Fornitori <ul style="list-style-type: none"> • Materie prime • Servizi • Altro 	Continuità della fornitura Rispetto delle condizioni contrattuali Coinvolgimento nella definizione degli standard relativi alla fornitura Apertura nella risoluzione di eventuali problemi	Incontri commerciali Condivisioni di specifiche tecniche dettagliate di prodotti E-mail con referenti interni Audit tecnici
Azienda	Creazione di valore Gestione trasparente e responsabile Adeguata gestione dei rischi inclusi quelli socio- ambientali	Sito web Social Media
Media e Stampa	Disponibilità e accuratezza delle informazioni	Stampa trade, stampa

		lifestyle, stampa locale, social media
Enti Pubblici	Gestione responsabile del business e pagamento di tasse e imposte	Comunicazione con uffici preposti
Comunità Locale <ul style="list-style-type: none"> • Cittadini • Scuole • Enti non profit 	Gestione responsabile del business Rispetto dell'ambiente Investimenti e sostegno alle iniziative del territorio Progetti a favore della comunità	Comunicazioni specifiche ai cittadini confinanti Cantina aperta Progetti con le scuole
Generazioni future	Rispetto dell'ambiente	Certificazioni Pubblicazione del BS

RELAZIONE SOCIALE

LAVORATORI

Il vino è fonte di conoscenza e mediazione culturale, avvicina le persone e crea un dialogo tra uomo e natura. Castello di Albola si impegna ad alimentare questo rapporto dialettico in profondità, per far sentire ogni talento a casa in un viaggio sempre più stimolante.

- **IL SINGOLO E L'AZIENDA**

Lavorare a Castello di Albola significa essere parte di qualcosa di speciale e molto più grande di sé stessi. È un'opportunità per lavorare per un marchio distribuito a livello globale, perseguendo l'eccellenza nella propria area di competenza. I collaboratori fanno parte di una famiglia allargata e, indipendentemente dal ruolo, ognuno è essenziale per perseguire la vision e gli obiettivi strategici dell'azienda.

- **L'AZIENDA ED IL SINGOLO**

L'azienda incoraggia l'originalità e la libertà espressiva dei collaboratori, sostenendone una crescita meritocratica e cercando in ogni modo di valorizzarne le competenze personali con percorsi formativi dedicati. La creazione di valore di lungo periodo è strettamente legata al capitale umano, pertanto, Castello di Albola investe costantemente nella crescita professionale delle persone e nella promozione del loro benessere.

L'azienda crede fortemente nella forza portata dalle nuove idee, nell'eterogeneità delle competenze e nella condivisione di nuove metodologie: gran parte delle persone che lavorano per Castello di Albola hanno percorso gran parte della propria carriera all'interno dell'azienda e contribuiscono, come delle vere e proprie memorie storiche, a trasmettere il know-how ed i Valori fondamentali alle risorse più giovani, che possono invece apportare una visione contemporanea e innovativa.

In un momento di grande cambiamento come quello attuale,

_ l'alta formazione,

_ la ricerca continua

_ e la capacità di interpretare i cambiamenti del mercato devono essere considerati come elementi strategici, capaci di portare innovazione all'interno delle aziende: ora più che mai emerge il Valore del pensiero divergente inteso come risposta alle sfide attuali e spinta a trovare soluzioni inaspettate.

Questo approccio strategico e l'essere parte di un Gruppo che opera a livello internazionale ha permesso a Castello di Albola di creare un solido team internazionale di esperti che ne guidano le scelte strategiche, mentre dall'altro la tenuta continua ad attrarre talenti dallo spirito dinamico in grado di cogliere le potenzialità dei nuovi orizzonti del business.

I NOSTRI VALORI

I valori aziendali sono l'insieme principale di convinzioni diffuse in un'organizzazione. Questi valori possono includere principi sui quali si basa l'azienda, la sua filosofia o le sue aspettative verso le persone che lavorano al suo interno.

I valori sono gli ideali in cui crediamo e le fondamenta della nostra vita. Su di essi basiamo la nostra esistenza, impostiamo le priorità e prendiamo le decisioni, lasciando che riflettano nell'ambiente circostante una parte di noi. I valori possono appartenere, oltre che ai singoli individui, anche a particolari raggruppamenti della società quali, ad esempio, la famiglia, lo Stato e le aziende. Nelle aziende i valori stanno alla base del lavoro delle aziende, che si evidenziano in comportamenti e modi di operare rilevanti che costituiscono i principi di fondo che guidano le singole scelte aziendali.

Una ricostruzione dei valori aiuta l'organizzazione ad avere dei punti di riferimento interni, ad aumentare i risultati nei processi di gestione del personale, ad evidenziare le esigenze dei collaboratori e i loro bisogni formativi, ad aumentare il livello di coesione necessario per realizzare gli obiettivi.

Il sistema dei valori aiuta a collegare gli obiettivi di crescita professionale dell'individuo al processo di valutazione delle performance, a pianificare al meglio tutti i processi di cambiamento, creare gruppi di lavoro coesi e produttivi e gestire meglio le dinamiche relazionali.

I valori consentono di creare un circolo virtuoso interno in cui la valorizzazione del singolo e la sua evoluzione personale portano alla crescita dell'azienda nella misura in cui ci si sente in sintonia con essa e con i suoi valori ma anche a gestire meglio e valorizzare la diversità, ad avere un'immagine pubblica positiva oltre che a comunicare in maniera chiara e diretta gli obiettivi dell'impresa.

- **FIDUCIA**

Un clima di lavoro collaborativo e trasparente, basato sulla comunicazione empatica e l'ascolto.

Il totale è maggiore della somma delle parti.

_ La nostra cultura aziendale basata sulla fiducia, incoraggia la collaborazione ed un ambiente di lavoro dinamico, creativo ed innovativo, capace di favorire sia la crescita personale sia l'evoluzione aziendale.

_ La trasparenza non è immediatezza espositiva (dire sempre quello che si pensa) ed istinto verace (devo sempre dire tutto quello che penso in ogni situazione ad ogni costo) ma l'attitudine ad esprimersi in modo opportuno, con la forma più accogliente possibile, senza essere fuori luogo: danneggiare gli altri, evitare chiacchiere inutili o provocare.

_ La trasparenza porta con sé l'integrità intesa come onestà intellettuale: un collaboratore, riconosciuto dal team, come integro intellettualmente è sincero nei confronti degli altri colleghi, onesto nei confronti dei fatti, diretto (ovvero caratterizzato da una comunicazione efficace) ed affidabile (ovvero qualcuno su cui gli altri sanno di poter contare).

- **AUTENTICITÀ**

L'attitudine dinamica ad esprimere ed essere la migliore versione di sé fondata sulla consapevolezza (la percezione di ciò che sono), l'equilibrio con il mondo esterno (dall'esterno all'interno, come accolgo ciò che accade) e l'onestà intellettuale (dall'interno all'esterno, come agisco).

La migliore versione di te stesso è quella che preferiamo.

Caratteristiche delle persone autentiche:

_ Sanno chi sono. Non sono interessate a piacere agli altri per forza, ma sono circondate da persone che le stimano. Sanno che piaceranno ad alcuni, ma non ad altri, e a loro sta bene così. Non si tratta

d'indifferenza verso la considerazione altrui: semplicemente non lasciano che questo aspetto impedisca loro di fare la cosa giusta.

_ Sono aperte mentalmente e questo le rende disponibili ed interessanti agli occhi degli altri. Nessuno desidera avere una conversazione con una persona che si è già formata un'opinione e non è disposta ad ascoltare. Sono l'esatto contrario delle persone che ti sputano addosso le loro sentenze dicendo: "sono fatta così!"

- **RESPONSABILITÀ**

Dal pensiero critico all'atto che causa effetti. Competenza, capacità di analisi, scelta e consapevolezza delle conseguenze.

Il senso del Dovere è una vera Passione.

_ La prima forma è la responsabilità delle persone. Se svolgi il ruolo di manager o se sei il coordinatore di un settore aziendale, è importante che tu ti assuma piena responsabilità dei collaboratori che lavorano per te. Questo significa saper coordinare il team, assegnare con attenzione gli incarichi, sviluppare i talenti e le potenzialità, avere cura del benessere delle persone.

_ La seconda forma riguarda la responsabilità delle proprie decisioni. Valuta con attenzione l'impatto dei tuoi gesti sulle persone e sugli obiettivi aziendali. La consapevolezza sulle conseguenze delle tue decisioni permette di intraprendere azioni concrete e coerenti con il tuo pensiero. Il tuo scopo deve essere il bene della tua azienda.

_ La terza forma è la responsabilità delle performance. Organizza il tempo e le risorse a tua disposizione in funzione degli intenti che hai fissato: assumiti la responsabilità degli obiettivi che raggiungi e dei mezzi che utilizzi. Demandare ad altri i tuoi colleghi oneri è dannoso per la tua leadership e per te stesso. Impara a non rimandare le azioni che puoi compiere nel qui e ora, non inventare false scuse e non creare alibi. Sii trasparente e chiaro con le persone con cui condividi il lavoro.

- **IMPRENDITORIALITÀ**

Una sintesi di Intraprendenza e Resilienza

Non c'è Benessere senza una sfida.

_ L'intraprendenza è la capacità di superare o migliorare costantemente le situazioni trovando soluzioni nuove e intelligenti alle nuove sfide. In un contesto aziendale, un leader o un dipendente pieno di risorse viene probabilmente identificato molto spesso come qualcuno che è in grado di "pensare fuori dagli schemi" così da accrescere il Valore del Business e generare benessere per i colleghi, i clienti, i partner e la collettività.

_ La resilienza è la capacità di adattarsi velocemente di fronte ad un contesto in costante mutamento. La resilienza consente a un leader di vedere chiaramente cosa ha (e non ha) funzionato in passato e di applicare tale conoscenza al futuro. Un leader resiliente ha la capacità di valutare le situazioni per raggiungere gli obiettivi attuali e basarsi sul passato per raggiungere gli obiettivi futuri. Quando i leader hanno la perseveranza per andare avanti in tempi difficili, sono maggiormente in grado di trasformare le crisi in scoperte e ottenere molto con pochissimo. Imparano dalle crisi, più che subirle.

Castello di Albola ha bisogno di leader al timone che possano sfruttare entrambe queste qualità per costruire un successo a lungo termine per se stessi e per gli altri.

- **INNOVAZIONE**

La propensione, la tensione, la voglia di generare Valore aggiunto.

Capovolgere il mondo per rimetterlo in piedi.

L'innovazione è un processo grazie al quale vengono introdotte nuove modalità di progettazione, di gestione, di produzione o vendita di beni o servizi: un'evoluzione capace di capovolgere il mondo per rimetterlo in piedi - un cambiamento positivo nello stato di cose esistente o l'alterazione dell'ordine delle cose stabilite per far cose nuove. Essa, in stretto rapporto reciproco con gli sviluppi della ricerca scientifica e delle conoscenze e quindi con il progresso, è un fattore determinante nella crescita economica di un Paese.

Per Castello di Albola, le innovazioni di prodotto o di processi, sono un mezzo per far meglio impresa – non un fine.

DIPENDENTI IN NUMERI

L'azienda svolge e aggiorna periodicamente un'analisi della propria forza lavoro con l'indicazione della suddivisione per età, per genere e per tipologia contrattuale.

- **NUMERO DI DIPENDENTI**

Al 31 dicembre 2024 il numero totale dei dipendenti di Castello di Albola è pari a **46 persone** di cui 1 dirigente, 11 impiegati e 34 operai.

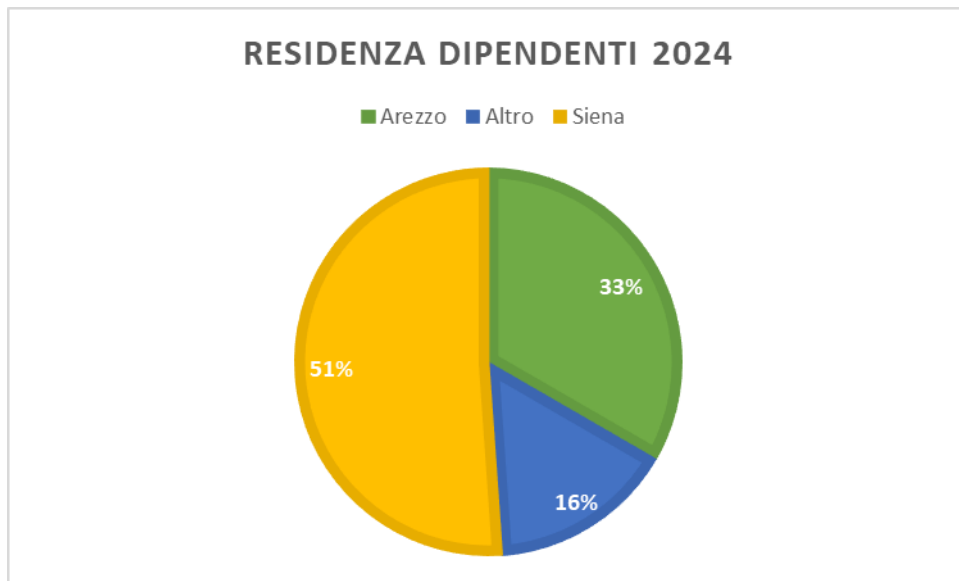
	2021	2022	2023	2024
Dirigenti	1	1	1	1
Impiegati	9	9	9	11
Operai	27	30	32	34
Totale	37	40	42	46

- **CLASSIFICAZIONE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE**

L'organico è caratterizzato da una presenza del **63% di contratti a tempo indeterminato e del 37% di contratti a tempo determinato**. Tutti i contratti a tempo determinato prevedono un periodo di lavoro superiore a 100 giorni. In genere questi collaboratori vengono assunti per lo svolgimento di mansioni agricole in campo o in cantina e nell'attività agrituristiche. Durante il periodo della gestione verde, per far fronte ai picchi di lavoro l'azienda si avvale del lavoro stagionale nel rispetto della normativa vigente nel nostro Paese. Il **96% dei dipendenti ha un contratto full time**, mentre l'**4% part time**.

- **CLASSIFICAZIONE PER RESIDENZA**

Di tutti i lavoratori presenti nell'organico aziendale il **51% risiede nella provincia di Siena**, il 33% nella provincia di Arezzo, mentre il restante 16% nelle province limitrofe (eccezion fatta per 2 dipendenti che risiedono fuori regione).



- **DIVERSITÀ DI GENERE**

Castello di Albola si caratterizza per un'**importante presenza femminile** in azienda (41% donne, 59% uomini) che non svolgono solo il ruolo di impiegate, ma anche di operaie.

	M	F
Dirigenti	1	0
Impiegati	5	6
Operai	21	13
Totale	27	19

- **CLASSIFICAZIONE PER ETÀ**

Dall'analisi dei dipendenti per fascia di età emerge che circa la metà ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (il 45%), il **22% ha un'età inferiore a 30 anni** e il 33% ha età superiore a 50 anni.

- **CLASSIFICAZIONE PER SCOLARIZZAZIONE**

Il **livello di scolarizzazione** dei lavoratori dell'azienda è **medio alto**, Castello Di Albola vanta infatti la presenza di **12 laureati**, che in totale rappresentano il 26% del totale dei dipendenti.

- **TURNOVER DEI COLLABORATORI**

L'organizzazione monitora e verifica ogni anno il **turnover** dei dipendenti, il periodo di permanenza in azienda e la motivazione dell'eventuale abbandono. **Nel 2024 sono stati assunti 3** impiegati a tempo indeterminato e sono cessati 2 contratti di lavoro a tempo indeterminato. Il tasso di turnover complessivo è stato pertanto del 11%.

- Tutti i lavoratori sono assunti in modo regolare, a seguito di richiesta individuale libera, e i rapporti di lavoro sono regolati dal **CCNL per gli operai e impiegati agricoli e florovivaisti**.

- I contratti di lavoro individuali vengono firmati dal lavoratore all'atto dell'assunzione. Copia del contratto viene consegnata al dipendente. Il responsabile del personale è disponibile per qualsiasi chiarimento in merito al contratto collettivo.
- Ogni variazione contrattuale è comunicata a tutti i dipendenti attraverso la bacheca aziendale o nel corso di apposite riunioni. Attraverso gli stessi mezzi sono esposti e divulgati i regolamenti disciplinari.
- Come previsto dalla legislazione italiana l'azienda è in regola con tutti gli adempimenti ed i versamenti previdenziali, assistenziali e assicurativi nonché con tutti gli altri obblighi previsti dalla normativa vigente.
- **Ogni persona è assunta sulla base di parametri oggettivi**, tenendo conto dell'esperienza, della formazione e abilità della persona in relazione alle funzioni che andrà a ricoprire. In caso di necessità l'azienda integra le conoscenze dei nuovi assunti con attività formative mirate. Il livello contrattuale viene assegnato sulla base della mansione svolta.
- **L'azienda non utilizza lavoratori con età inferiore ai 16 anni, e nemmeno con età inferiore ai 18 anni.**
- L'azienda **rispetta la libertà di ciascun lavoratore di aderire a sindacati** di sua scelta e il diritto alla contrattazione collettiva: eventuali adesioni ad organizzazioni sindacali non comportano alcuna conseguenza negativa o ritorsione da parte dell'azienda.
- Per assicurare la piena volontarietà di qualsiasi prestazione, l'azienda si impegna a garantire che tutti i lavoratori siano pienamente consapevoli dei diritti e doveri derivanti dal loro contratto di lavoro, svolgendo periodicamente attività di sensibilizzazione e informazione riguardo alle principali novità in materia di diritto del lavoro, responsabilità sociale, ecc.
- **Non è ammessa alcuna discriminazione** nell'assunzione, nella retribuzione, nell'accesso alla formazione, nella promozione, nel licenziamento in base a sesso, età, religione, razza, casta, nascita, ceto sociale, disabilità, origine etnica e nazionale, nazionalità, appartenenza a organizzazioni dei lavoratori, compresi i sindacati, affiliazione o opinioni politiche, orientamento sessuale, responsabilità familiare, stato civile o qualunque altra condizione da cui possano derivare discriminazione. Per evitare discriminazioni nelle assunzioni sui luoghi di lavoro l'azienda applica quanto previsto dal Codice Etico e dal Codice Disciplinare. Inoltre, ogni dipendente che si senta in qualche modo discriminato, può segnalarlo anche in maniera anonima all'Organismo di Vigilanza previsto dal Modello Organizzativo 231.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N. vertenze sindacali	0	0	0	0	0	0
N. contenziosi	0	0	0	0	0	0

- L'azienda garantisce che la **composizione dei salari e delle indennità retributive**, sia per il lavoro ordinario sia per il lavoro straordinario, vengano **indicate chiaramente** e che gli stessi vengano **erogati in piena conformità alle leggi vigenti**. Sono vietate le trattenute illegali o non autorizzate. L'azienda garantisce pari retribuzione per donne e uomini.
- Per valorizzare le risorse umane e migliorare il livello di soddisfazione dei dipendenti, Castello di Albola ha fatto rientrare nel CCNL un'assicurazione medica per tutti i dipendenti impiegati.
- Inoltre, alcuni dipendenti, secondo le loro necessità negoziate con il Direttore della Tenuta, dispongono di un'abitazione data in uso come fringe benefit.
- L'azienda rispetta le leggi nazionali e gli standard di settore applicabili in materia di orario di lavoro e di festività pubbliche.
- **L'orario di lavoro, la gestione degli ingressi e dei ritardi, è riportata nel contratto di lavoro e in regolamenti interni.**
- L'azienda da sempre ha tra i propri obiettivi quello di **favorire un ambiente di lavoro sempre più sereno e stimolante** sotto il profilo professionale e di rappresentare un punto di riferimento anche per il territorio e il contesto sociale in cui opera.
- Per avvicinare scuola e impresa e **facilitare l'inserimento dei ragazzi nel mondo del lavoro**, ogni anno l'azienda avvia con gli studenti delle scuole superiori o Università del territorio degli stage. Nel **2024 è iniziato 1 stage** presso la cantina. Lo stagista è rimasto in azienda per le ore previste nel progetto formativo che l'istituto ha stipulato con l'azienda.

COMUNICAZIONE INTERNA

Per Comunicazione interna si intende il complesso di attività - della comunicazione aziendale - finalizzate a creare una rete interna di flussi informativi e mirate, quindi, a diffondere informazioni, saperi e conoscenze e a rendere chiari e condivisi gli obiettivi di un'organizzazione complessa ai suoi dipendenti.

Ogni attività di comunicazione viene approvata dall'Ufficio della Comunicazione e della Sostenibilità del Gruppo ZONIN1821 che si avvale del supporto del personale operante in tenuta.

La comunicazione interna viene implementata principalmente attraverso:

- Il Castello di Albola Magazine ovvero una newsletter interna che ricevono periodicamente tutti i dipendenti del Gruppo e ha l'obiettivo di aggiornare tutti i dipendenti in merito alle novità aziendali e ai risultati raggiunti;
- le bacheche aziendali: strumenti di comunicazione fondamentali per informare i dipendenti e farli rimanere aggiornati con tutto ciò che ruota attorno alle dinamiche aziendali.

FORMAZIONE

La formazione svolge un ruolo chiave nel processo di valorizzazione delle persone. È, infatti, un importante strumento per sviluppare e consolidare le competenze individuali e al tempo stesso per diffondere i valori e la strategia dell'azienda, sostenendone la crescita e l'evoluzione culturale e organizzativa. Castello di Albola pianifica le attività di formazione e sensibilizzazione relative allo standard Equalitas attraverso un piano annuale di formazione legato ai temi della sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa, con l'obiettivo di sensibilizzare le persone ad adottare comportamenti che tengano in considerazione tali aspetti ed aggiornarli sui contenuti dello standard Equalitas. Annualmente vengono condivisi i risultati raggiunti e pianificate nuove attività, anche tenendo conto dell'esito delle verifiche interne ed esterne.

Nel corso dell'anno 2024 sono state eseguite diverse attività formative su vari ambiti: sicurezza sul lavoro, HACCP, carrelli elevatori, trattori agricoli e forestali, antincendio, primo soccorso, fitosanitari e altro, il cui dettaglio è riportato all'interno del documento di riesame annuale dell'azienda.

Sulla base dello scadenziario Sicurezza e delle esigenze aziendali sono state pianificate le attività formative per l'anno 2025 all'interno del registro formazione e/o nel software dedicato.

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO

L'azienda garantisce ai propri dipendenti e collaboratori un ambiente salubre e sicuro e adotta tutte le misure necessarie per la prevenzione di incidenti e danni alla salute, nel rispetto del D.Lgs. 81/2008.

A tale scopo Castello di Albola ha:

- messo in atto un processo di identificazione dei rischi dovuti all'attività lavorativa per la sicurezza e la salute dei lavoratori
- redatto un Documento di valutazione dei rischi in conformità alla normativa vigente
- nominato le figure chiave richieste dalla normativa (RSPP, RLS, medico competente, squadre di emergenza))
- dotato i locali di segnaletica ed estintori
- adottato misure di mitigazione dei rischi in cantina e in ogni altro luogo interno all'azienda
- formato, informato e sensibilizzato tutti i preposti e tutto il personale sul tema della salute e sicurezza e ripetuto tali attività in presenza di nuove assunzioni e cambi di mansione.

Castello di Albola cura tutti gli spazi per garantire a tutti i lavoratori un ambiente confortevole nel quale svolgere la propria attività.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N. infortuni lievi	0	1	0	0	2	0
N. infortuni gravi o gravissimi	0	0	1	0	0	0
Ore di assenza per infortuni su tot ore lavoro anno	0	0	0,8%	0,0%	0,18%	0
Ore di assenza per malattia su tot ore lavoro anno	2,2%	3,2%	2,4%	3,1%	0,39%	0,28%
Durata media degli infortuni (gravità)	0	11 giorni	55 giorni	0	21 giorni	0



CLIENTI E APPASSIONATI

L'amore per il Buon vino ci ha portato sulle tavole di numerose Famiglie in Italia e nel mondo. I brindisi con i nostri vini scandiscono autentici momenti di gioia quotidiana e celebrano quei gesti semplici che hanno un valore profondo: condivisione e convivialità, fiducia e responsabilità. Proprio in virtù di questa consapevolezza, la qualità dei nostri vini è sempre stata al centro come fosse un ringraziamento continuo dedicato ai nostri appassionati consumatori che ci hanno continuato a scegliere per generazioni e che continuano a sceglierci tutt'ora: il "far buon vino" è sempre stato per noi l'unico modo "per far impresa".

VINO E SALUTE, DIBATTITO E TRASPARENZA

- La correlazione tra consumo di vino e salute è oggetto di attenzione da lunga data. Molti studi epidemiologici italiani e internazionali hanno evidenziato che il consumo abituale e moderato di vino nell'arco della vita adulta è associato a diversi vantaggi per la salute, sia nella popolazione maschile che in quella femminile.

- Il vino è una matrice complessa che contiene componenti bioattivi ed evidenzia una “impronta digitale” fitochimica originale e non sovrapponibile a quella di altri alimenti che compongono la Dieta mediterranea.
- L’assunzione moderata di vino nell’ambito della Dieta Mediterranea contribuisce a modulare le difese antiossidanti e detossificanti endogene. Gli studi epidemiologici dimostrano che l’assunzione moderata di vino nella età adulta e per lo più durante i pasti (2 bicchieri di vino al giorno per gli uomini e 1 bicchiere per le donne) così come accade nei Paesi Mediterranei, favorisce la longevità, riduce il rischio di malattie cardiovascolari, di diabete e di disturbi cognitivi e non influenza apprezzabilmente il rischio di cancro. Pazienti con diabete che bevono alcol con moderazione, soprattutto vino, hanno meno malattie CV e minor mortalità.
- L’assunzione moderata nell’ambito della Dieta Mediterranea può contrastare l’effetto tossico del metabolismo dell’etanolo. E’ indubbio che gli astemi non devono iniziare a bere alcolici per ridurre il loro rischio di malattie cardiovascolari o di diabete o per ridurre la degenerazione cognitiva senile e per ridurre il rischio di mortalità, ma l’evidenza epidemiologica indica che non c’è motivo di suggerire a coloro che bevono vino con moderazione di smettere di farlo.
- L’assunzione moderata di vino nell’ambito della Dieta Mediterranea contribuisce a modulare le difese antiossidanti e detossificanti endogene. Gli studi epidemiologici dimostrano che l’assunzione moderata di vino nella età adulta e per lo più durante i pasti (2 bicchieri di vino al giorno per gli uomini e 1 bicchiere per le donne) così come accade nei Paesi Mediterranei, favorisce la longevità, riduce il rischio di malattie cardiovascolari, di diabete e di disturbi cognitivi e non influenza apprezzabilmente il rischio di cancro. Pazienti con diabete che bevono alcol con moderazione, soprattutto vino, hanno meno malattie CV e minor mortalità.
- L’assunzione moderata nell’ambito della Dieta Mediterranea può contrastare l’effetto tossico del metabolismo dell’etanolo. E’ indubbio che gli astemi non devono iniziare a bere alcolici per ridurre il loro rischio di malattie cardiovascolari o di diabete o per ridurre la degenerazione cognitiva senile e per ridurre il rischio di mortalità, ma l’evidenza epidemiologica indica che non c’è motivo di suggerire a coloro che bevono vino con moderazione di smettere di farlo.

Fonte: “Moderate Wine Consumption and Health: A Narrative Review”, pubblicato sulla prestigiosa rivista *Nutrients*, come parte del numero speciale “Effects of Wine and Soft Drinks on Human Health”.

ALCUNI NUMERI

I vini prodotti da Castello di Albola vengono commercializzati da Casa Vinicola Zonin, che monitora e gestisce eventuali reclami provenienti dal mercato.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Litri venduti	762.123	530.524	507.315	542.402	417.193	444.838

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Litri venduti						
Italia	215.505	180.675	135.893	176.262	131.603	115.759
Europa	69.413	65.644	52.025	129.418	92.655	78.575
Mondo	477.208	284.205	319.397	236.722	192.935	250.505
	762.126	530.524	507.315	542.402	417.193	444.838

Litri x canale	2019	2020	2021	2022	2023	2024
DETTAGLIO	72.544	33.340	43.441	56.493	56.879	49.927
GDO	113.819	133.583	69.768	47.691	56.543	48.506
INGROSSO	29.143	13.752	22.685	25.234	18.182	17.327
	215.505	180.675	135.893	129.418	13.1603	115.759

SICUREZZA DEL PRODOTTO

Qualità e sicurezza sono garantiti innanzitutto dall'esperienza e dalla competenza del personale interno che da anni lavora in azienda. Castello di Albola lavora seguendo le regole e i comportamenti previsti dal proprio manuale HACCP e dallo standard Equalitas sulla sostenibilità della filiera vitivinicola.

Castello di Albola ha predisposto un piano di analisi che monitora tutti i parametri previsti dalla legge in ogni fase della lavorazione dalla verifica delle uve in ingresso al prodotto imbottigliato.

Le analisi vengono eseguite:

- in parte dal laboratorio interno alla cantina, secondo il piano di analisi interno definito.
- per la maggior parte dal laboratorio centrale di Casa Vinicola Zonin, secondo il piano di analisi interno definito.
- per alcuni parametri specifici l'azienda affida a laboratori esterni certificati (esempio pesticidi etc..)

Il laboratorio di Casa Vinicola Zonin è iscritto al circuito di ring test.

Vino	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Numero campioni analizzati	273	119	180	142	59	88
Numero parametri analizzati	5200	2300	3960	3384	1239	2640

Nel 2024 non ci sono stati contenziosi con i clienti di rilevante importanza.

SISTEMA QUALITÀ

Castello di Albola adotta un sistema qualità in conformità a quanto previsto dallo standard Equalitas, per il quale ha conseguito la certificazione. Il sistema di gestione include anche la gestione delle non conformità interne, la tracciabilità dei prodotti, il piano dei controlli analitici e quanto necessario a garantire l'applicazione dello standard.

La selezione di qualifica dei fornitori e la gestione dei reclami è invece affidata a Casa Vinicola Zonin mediante un contratto di service.

Con frequenza annuale sono effettuate verifiche ispettive interne sul sistema di gestione della sostenibilità, che si estendono agli attori dell'intera filiera con l'obiettivo di verificare l'applicazione dei requisiti dello standard ed evidenziare le aree di miglioramento rispetto ai requisiti. L'audit interno previsto per l'anno 2024 è stato effettuato il 11/03/2024, a seguito dell'applicazione dei nuovi requisiti previsti dalla revisione n°4.2 dello standard Equalitas. Da tale audit non sono emerse non conformità.

Annualmente un ente terzo indipendente, CSQA, effettua la verifica per il rinnovo della certificazione. In funzione dell'esito dell'autocontrollo e degli esiti delle verifiche ispettive Castello di Albola definisce e adotta azioni di miglioramento rispetto a tutte le tematiche previste dal presente standard.

In data 04/04/2024 Castello di Albola ha subito l'audit da parte di CSQA secondo lo standard Equalitas, per il modulo OS. A seguito dell'audit sono state rilevate 13 fra NC e SM per il modulo OS, come da evidenza del PAC rilasciato. Le evidenze sono state tutte chiuse e la gestione è stata formalizzata direttamente all'interno dei PAC.

ETICHETTE



Per l'azienda dare informazioni chiare e veritiere sul prodotto è un aspetto molto importante, per questo le etichette dei prodotti forniscono tutte le informazioni richieste dalla normativa.

Molte informazioni aggiuntive dei prodotti rispetto a quelle riportate sulle etichette sono riportate nelle schede prodotto pubblicate nel sito aziendale: classificazione, uve, zona di produzione, epoca di vendemmia, modalità di raccolta, clima dell'anno di riferimento delle uve, tipologia di terreno, densità di impianto, resa per ettaro, metodo di allevamento, vinificazione e affinamento, note di degustazione, abbinamenti gastronomici, gradazione alcolica, temperatura di servizio, formati disponibili, potenziale di invecchiamento, prima annata di produzione, numero bottiglie prodotte e simbolo della certificazione Equalitas.

Nel 2024 non si sono verificati casi di non conformità su etichette ed imballaggi, né su altre questioni di veridicità della comunicazione aziendale.

COMUNICAZIONE ESTERNA

Al fine di promuovere il patrimonio enologico, agronomico e culturale che l'azienda custodisce, Castello di Albola ha definito una serie strutturata di flussi e processi, non solo interni, ma anche verso l'esterno che sono caratterizzati:

- dal **principio della trasparenza** delle informazioni diffuse secondo il quale tutte le informazioni sono giustificate dalle fonti, di facile comprensione e verificabili;
- dal **principio della massimizzazione** della visibilità attraverso l'integrazione di strumenti di comunicazione e leve differenti che ne rafforzano la diffusione delle informazioni;
- dal **principio della coerenza** basato sull'organizzazione coesa ed interdipendente delle informazioni diffuse attraverso i diversi canali di comunicazione.

Nell'ambito della comunicazione d'impresa, per Comunicazione esterna si intende quel complesso di attività e flussi comunicativi che dall'organizzazione vanno verso pubblici esterni, che siano clienti, fornitori, stakeholder, opinione pubblica, istituzioni.

Gli obiettivi della comunicazione esterna implementata da Castello di Albola sono:

- creare o migliorare la brand awareness, ossia rendere consapevoli i pubblici esterni rispetto alla proposta di valore del brand;

- veicolare storia, valori, mission, vision e cultura aziendali attraverso una comunicazione che è in genere detta brand communication;
- mostrare il commitment dell'azienda, sia verso temi di interesse pubblico e per cui questa può avere all'attivo progetti di CSR, sia nel caso di eventi o premi che mettano in luce la reputazione dell'azienda per esempio.

La comunicazione esterna, per la quale il tema della sostenibilità è un asset fondamentale, viene implementata principalmente attraverso:

- il sito aziendale albola.it nel quale è pubblicato ed è possibile visionare il Bilancio di Sostenibilità aziendale;
- il sito di Gruppo zonin1821.com;
- i canali digitali (Instagram, Facebook e LinkedIn);
- la pagina LinkedIn @ZONIN1821Group;
- comunicati stampa volti a generare editoriali sulla stampa specializzata, trade e lifestyle;
- interviste al Direttore della Tenuta o ai membri della Famiglia pubblicate sulle pubblicazioni nazionali ed internazionali;
- la candidatura dei vini della tenuta a concorsi di degustazione;
- la partecipazione a fiere ed eventi di settore di carattere nazionale ed internazionale volti a promuovere la cultura vitivinicola, la sostenibilità e il Made in Italy.

Due esempi di attività di comunicazione esterna volte a promuovere l'impegno di Castello di Albola nell'ambito della sostenibilità:

_ un articolo pubblicato dalla testata Italia Oggi Focus

_ un post su LinkedIn @CastelloDiAlbola

Bio e sostenibilità: i pilastri di Castello di Albola

Cultura, rispetto del territorio e formazione delle nuove generazioni

Castello di Albola si estende, a Radda in Chianti, per oltre 800 ettari, di cui 113 vitati e gode di una posizione d'eccellenza tra le più alte colline del Chianti Classico. Le vigne, un vero e proprio patrimonio per la cultura locale, sono coltivate in terreni caratterizzati da forte pendenza (tra i 350 e 650 metri s.l.m.) e usufruizione di eccezionale fertilità di un'eccezionale idratazione per la produzione di vini di grande qualità che vengono chiamati vini di Albola. La tenuta non è solo un simbolo dell'eccellente espressione enologica di questo territorio, ma anche promotrice attiva di sostenibilità e responsabilità etica.

LA SALVAGUARDIA DEL TERRITORIO E I VINI BIOLOGICI

Castello di Albola conduce le proprie attività salvaguardando le migliori risorse in ambito agronomico ed enologico al fine di limitare quanto più possibile i possibili effetti negativi, conosciuti all'interno dell'impresa, sull'ambiente. Per questo motivo, la tenuta non solo si è convertita interamente al regime biologico, ma implementa anche tecniche per la tutela della biodiversità, come l'interminato, il sovrappasto, la tecnica delle colture associate e la gestione dei numerosi affari boschivi che contraddistinguono la tenuta.

Per questo motivo, la tenuta non solo si è convertita interamente al regime biologico, ma implementa anche tecniche per la tutela della biodiversità, come l'interminato, il sovrappasto, la tecnica delle colture associate e la gestione dei numerosi affari boschivi che contraddistinguono la tenuta.



La tenuta Castello di Albola si trova sulle colline del Chianti Classico

PROGETTI SPERIMENTALI E SVILUPPO DI TECNICHE PER TRATTARE IL CANTINO
Proprio in virtù di questa visione sostenibile, Castello di Albola ha aderito a LIFE VITICOL, un progetto sperimentale dedicato al Carbon farming e all'adozione di tecniche di gestione del suolo volte ad aumentare la capacità del sistema viticolo di catturare e trattenere il carbonio atmosferico. Un progetto molto ambizioso, sviluppato in collaborazione con diversi attori del sistema tra i quali Innova Line e CREA, che ha tra i suoi obiettivi quello di aumentare gli stock del carbonio agricolo nel suolo, ridurre le emissioni di gas serra e contribuire al controllo dei cambiamenti climatici.

Fondamentale anche l'implementazione ed integrazione di nuove tecnologie nella creazione di un database sulle pratiche agronomiche alla programmazione di uno strumento informativo per la stima dello stock di Carbonio, credibile e verificabile. Non da ultimo, l'integrazione della piattaforma digitale con tecnologia blockchain.

UNA VISIONE SOSTENIBILE CHE SI ESPRIME ATTRAVERSO LE PERSONE
Castello di Albola si impegna per contribuire al progresso economico, al benessere sociale

e alla protezione dell'ambiente in cui opera. L'azienda, infatti, ha tra i propri obiettivi quello di creare ambienti di lavoro stimolanti e dinamici, in cui la tutela della salute e della sicurezza, il rispetto delle diversità e lo sviluppo professionale siano priorità, così come ottenere e trattenere i migliori talenti al fine di raggiungere gli obiettivi presenti e futuri dell'azienda. In linea con questo approccio, Castello di Albola adotta un modello di opera-tiltà orientato a contribuire alla crescita delle aree in cui opera, mediante creazione di nuove occupazioni, formazione professionale, impiego di fornitori locali e iniziative volte a valorizzare la comunità locale. Inoltre, l'azienda che fa riferimento parte dell'Associazione dei Vitigni di Radda in Chianti, si impegna a sviluppare e mantenere relazioni solide e durature con i propri portatori di interesse, ascoltandone le legittime aspettative e adottando efficaci forme di coinvolgimento.

L'ACADEMY PER PROMUOVERE LA CULTURA VITIVINICOLA TRA I GIOVANI

A grandi valori etici, si aggiunge anche l'impegno attivo nella formazione delle nuove generazioni attraverso la promozione di sostenibilità, cultura vitivinicola, bene responsabile, ma anche i valori del Made in Italy. In quest'ottica, Castello di Albola ha istituito la sua Academy. Un progetto che prevede attività didattiche e progetti interattivi organizzati in collaborazione con università ed enti formativi tra i quali l'Università di Firenze, l'Università di Camerino, la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e l'Università di Siena.

Tutti gli interventi di sostenibilità e di promozione sociale sono basati su dati e informazioni che non sono da considerarsi come garanzia di sostenibilità e qualità e non da considerarsi come

Bio e sostenibilità: i pilastri di Castello di Albola

Cultura, rispetto del territorio e formazione delle nuove generazioni

Castello di Albola si estende, a Radda in Chianti, per oltre 800 ettari, di cui 113 vitati e gode di una posizione d'eccellenza tra le più alte colline del Chianti Classico. Le vigne, un vero e proprio patrimonio per la cultura locale, sono coltivate in terreni caratterizzati da forte pendenza (tra i 350 e 650 metri s.l.m.) e usufruizione di eccezionale fertilità di un'eccezionale idratazione per la produzione di vini di grande qualità che vengono chiamati vini di Albola. La tenuta non è solo un simbolo dell'eccellente espressione enologica di questo territorio, ma anche promotrice attiva di sostenibilità e responsabilità etica.

LA SALVAGUARDIA DEL TERRITORIO E I VINI BIOLOGICI

Castello di Albola conduce le proprie attività salvaguardando le migliori risorse in ambito agronomico ed enologico al fine di limitare quanto più possibile i possibili effetti negativi, conosciuti all'interno dell'impresa, sull'ambiente. Per questo motivo, la tenuta non solo si è convertita interamente al regime biologico, ma implementa anche tecniche per la tutela della biodiversità, come l'interminato, il sovrappasto, la tecnica delle colture associate e la gestione dei numerosi affari boschivi che contraddistinguono la tenuta.



La tenuta Castello di Albola si trova sulle colline del Chianti Classico

PROGETTI SPERIMENTALI E SVILUPPO DI TECNICHE PER TRATTARE IL CANTINO
Proprio in virtù di questa visione sostenibile, Castello di Albola ha aderito a LIFE VITICOL, un progetto sperimentale dedicato al Carbon farming e all'adozione di tecniche di gestione del suolo volte ad aumentare la capacità del sistema viticolo di catturare e trattenere il carbonio atmosferico. Un progetto molto ambizioso, sviluppato in collaborazione con diversi attori del sistema tra i quali Innova Line e CREA, che ha tra i suoi obiettivi quello di aumentare gli stock del carbonio agricolo nel suolo, ridurre le emissioni di gas serra e contribuire al controllo dei cambiamenti climatici.

Fondamentale anche l'implementazione ed integrazione di nuove tecnologie nella creazione di un database sulle pratiche agronomiche alla programmazione di uno strumento informativo per la stima dello stock di Carbonio, credibile e verificabile. Non da ultimo, l'integrazione della piattaforma digitale con tecnologia blockchain.

UNA VISIONE SOSTENIBILE CHE SI ESPRIME ATTRAVERSO LE PERSONE
Castello di Albola si impegna per contribuire al progresso economico, al benessere sociale



Tutti gli interventi di sostenibilità e di promozione sociale sono basati su dati e informazioni che non sono da considerarsi come garanzia di sostenibilità e qualità e non da considerarsi come


Castello di Albola
 285 follower
 2m •

IL NOSTRO MANIFESTO

Lieti di condividere con tutti i nostri appassionati questo articolo pubblicato su [ItaliaOggi](#).

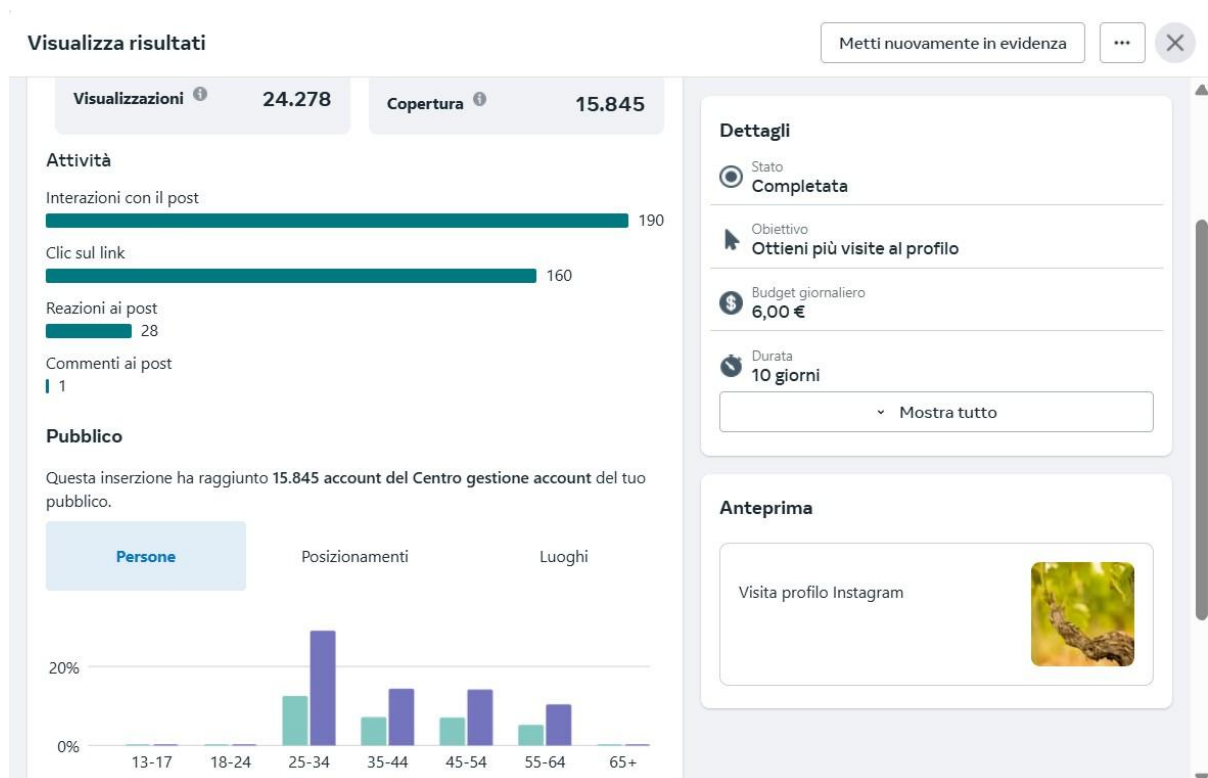
Centrali sono gli elementi chiave che definiscono l'identità della nostra azienda e il nostro posizionamento strategico:

- _ l'eccellenza dei [#WinesOfAltitude](#) (tra i quali spicca il prestigioso Il Solatio) e il processo di conversione al biologico;
- _ la strategia di sostenibilità ambientale che stiamo implementando;
- _ il nostro Bilancio di Sostenibilità redatto in conformità con lo standard EQUALITAS;
- _ la partecipazione a programmi scientifici sperimentali come [LIFE VitiCaSe](#);
- _ le lezioni e i progetti accademici, organizzati in collaborazione con università locali, per contribuire alla

I NOSTRI COMUNICATI DIGITALI

Nel corso del 2024, abbiamo effettuato alcuni investimenti in campagne pubblicitarie al fine di accrescere la visibilità della nostra tenuta, dei nostri **Wines of Altitude** e di sostenere e promuovere le iniziative di sostenibilità da noi intraprese.

Ecco un esempio di ADV su un post dedicato alla Sostenibilità legato alla giornata mondiale del Suolo:



DALLA COMUNICAZIONE AI RICONOSCIMENTI

I PREMI ED I RICONOSCIMENTI DEI NOSTRI VINI NEL 2023

Questo territorio, vocato da generazioni alla produzione di Vino, dà vita a vini prestigiosi apprezzati in tutto il mondo che continuano a ricevere, anno dopo anno, ambiti trofei e autorevoli riconoscimenti che sanciscono il Valore della cultura vitivinicola e del Made In Italy che esprimono.

VINO	CLASSIFICAZIONE	ANNATA	CONCORSO	MEDAGLIA/ PUNTEGGIO
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	International Wine & Spirit Competition	94 Silver medal
Il Solatìo	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	International Wine & Spirit Competition	91 Silver medal
Chianti Classico Riserva	Chianti Classico DOCG Riserva	2021	The Global Organic & Vegan Wine Masters	Gold Medal
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	The Global Sangiovese Masters	Gold Medal
Il Solatìo	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2019	Sommelier Wine Awards	Gold Medal
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	Decanter World Wine Awards	Gold medal
Chianti Classico	Chianti Classico DOCG	2022	Wine Enthusiast	92 Points
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2019	Wine Enthusiast	94 Points
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	JamesSuckling.com	93 Points
Poggio alle Fate	Toscana IGT	2022	JamesSuckling.com	91 Points
Chianti Classico	Chianti Classico DOCG	2022	JamesSuckling.com	91 Points
Chianti Classico Riserva	Chianti Classico DOCG Riserva	2021	JamesSuckling.com	92 Points
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	JamesSuckling.com	94 Points
Il Solatìo	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	JamesSuckling.com	93 Points
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	The WineHunter Award	Award Gold
Il Solatìo	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	The WineHunter Award	Award Gold
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	Sommelier Edit Awards	91 Points
Il Solatìo	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	Sommelier Edit Awards	92 Points
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	Sommelier Edit Awards	92 Points
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	WINEMAG.IT	94 Points
Il Solatìo	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	WINEMAG.IT	92 Points

Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	WOW! The Italian Wine Competition	Oro WOW!
Chianti Classico Riserva	Chianti Classico DOCG Riserva	2021	WinesCritic.com	94 Point
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	WinesCritic.com	94 Point
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	WinesCritic.com	93 Point
Il Solatio	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	WinesCritic.com	93 Point
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	Guida Essenziale ai Vini d'Italia - Doctor Wine	95 Points
Poggio alle Fate	Toscana IGT	2022	Falstaff	92 Punti Falstaff Wein Guide Italy
Acciaiuolo	Toscana IGT	2020	Falstaff	93 Punti Falstaff Wein Guide Italy
Santa Caterina	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	Falstaff	92 Punti Falstaff Wein Guide Italy
Il Solatio	Chianti Classico DOCG Gran Selezione	2020	Falstaff	92 Punti Falstaff Wein Guide Italy

Ecco due esempi di premi ottenuti:



PRIVACY

Una privacy policy – o informativa privacy – è un documento che descrive il modo in cui un'entità (come un'organizzazione, il proprietario di un sito web, ecc.) raccoglie, tratta, divulga e protegge i dati di utenti, clienti e (se applicabile) dipendenti. È un requisito legale per molte leggi sulla privacy (come il GDPR, Regolamento generale sulla protezione dei dati personali) e il suo scopo è quello di aumentare la trasparenza, l'affidabilità e la responsabilità nel trattamento dei dati personali.

L'azienda ha implementato quanto necessario all'adeguamento al GDPR. Nessun reclamo riconducibile all'ambito privacy è stato segnalato nel 2024.

MODELLO ORGANIZZATIVO 231

Il Modello 231 è un documento che descrive una serie di procedure aziendali volte a garantire la prevenzione della commissione di reati, per cui l'azienda potrebbe essere ritenuta responsabile, nell'adempimento di tutte le mansioni previste durante lo svolgimento della propria attività lavorativa. L'adozione di un Modello 231 prevede, inoltre, da parte dell'azienda, la nomina di un ODV (Organismo di Vigilanza), che ha il compito di verificare l'efficienza del Modello e la sua effettiva applicazione.

Castello di Albola ha adottato un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo sec. D.Lgs 231/01, comprensivo di un codice etico, adottato il 04/11/2015 con delibera firmata da parte dei soci.

L'adozione del nuovo Modello è stata comunicata a tutti i dipendenti.

Il 09/12/20 tale modello è stato completamente aggiornato con la revisione n°1, approvata dal CDA di Castello di Albola il 11/01/21.

A fronte delle recenti modifiche intervenute nella normativa di riferimento, tra le quali la gestione Whistleblowing, in data 17/11/23 il CDA ha approvato la revisione n°2 del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo di Castello di Albola.

FORNITORI

Trovare fornitori affidabili è fondamentale per il successo di un'azienda e, se ben strutturata, l'attività di qualifica permette realmente di generare valore.

Ci sono molte ragioni per cui investire tempo e risorse nella creazione di un processo di qualifica dei fornitori solido:

- Evitare di collaborare con fornitori non affidabili o non qualificati
- Garantire la qualità dei prodotti o servizi forniti al cliente finale
- Ridurre il rischio di perdite finanziarie
- Mantenere la propria reputazione aziendale

Un processo di qualifica dei fornitori consiste in una serie di attività che mirano a garantire che i fornitori soddisfino i criteri e gli standard specifici dell'azienda. Questi criteri e standard includono, per esempio, elementi come la qualità dei prodotti o servizi forniti, la conformità alle norme di sicurezza e ambientali, la capacità di soddisfare le esigenze di produzione dell'azienda, la capacità di fornire prodotti o servizi in modo tempestivo e la strategia di sostenibilità dei partner.

Un processo di qualifica dei fornitori ben strutturato include una valutazione iniziale dei fornitori, seguita da un monitoraggio continuo per assicurarsi che i fornitori mantengano i criteri e gli standard nel corso della collaborazione.

Proprio per questo motivo, Casa Vinicola Zonin ritiene la selezione dei fornitori un elemento strategico per lo sviluppo del business ed in virtù di ciò ha definito una politica di qualifica e gestione dei fornitori che si estende a tutte le sue Tenute e tiene conto anche dei requisiti di sostenibilità.

PROCESSO DI SELEZIONE E GESTIONE DEI FORNITORI

- Attraverso un contratto di service Castello di Albola affida la selezione e la qualifica dei fornitori a Casa Vinicola Zonin, la cui procedura è stata integrata all'interno del sistema di gestione di Castello di Albola conforme allo standard Equalitas.
- Nel questionario di qualifica utilizzato da Casa Vinicola Zonin per la selezione dei suoi fornitori vengono richieste specifiche informazioni circa le certificazioni possedute e diversi quesiti negli ambiti qualità, sicurezza, ambiente e sostenibilità, etica. Ai fornitori viene assegnato un punteggio più o meno alto sulla base del possesso di tali informazioni.
- Casa Vinicola Zonin si occupa anche della gestione delle eventuali non conformità ai fornitori per gli eventuali materiali difettosi forniti a Castello di Albola.
- Casa Vinicola Zonin esegue frequenti audit ai fornitori sulla base della propria valutazione del rischio e di quanto previsto dalle certificazioni possedute (ISO 9001:2015, BRCGS, IFS, Lavoro sicuro, Biologico).

COMUNITÀ E TERRITORIO

“ABITARE IL TERRITORIO” COME VALORE SOCIALE



“Abitare il territorio” è un concetto interpretabile sotto vari aspetti: urbanistico, sociologico, antropologico, demografico, etologico, ma anche in termini economico aziendali. “Abitare [dal lat. habitare, propr. «tenere», frequent. di habere «avere»] il territorio (dal lat. territorium, der. di terra)” può essere inteso come il rapporto fra le imprese-aziende ed il territorio in logica di responsabilità sociale e quindi, per approccio economico aziendale, anche come fattore critico di successo per sviluppare un differenziale competitivo delle imprese e del territorio.

In Italia, alla luce della teoria sui territori, sulle aree e specificatamente sui distretti industriali e sullo sviluppo locale, si è sempre pensato che le imprese avessero rapporto funzionale con il territorio quindi “abitavano il territorio”. In questa dimensione il rapporto fra territorio e imprese e fra tutti gli attori è un insieme di fattori sociali e ci sono rapporti dinamici fra gli shareholders-stakeholders interni dell’impresa (proprietà, dipendenti, management, familiari e così via) con gli shareholders-stakeholder istituzionali esterni (pubblica amministrazione, imprese clienti, associazioni e così via).

Alla luce di questa consapevolezza, Castello di Albola intrattiene ottimi rapporti sia con le istituzioni locali sia con le associazioni presenti nella zona e promuovere il Territorio attraverso la propria partecipazione ad associazioni locali, sponsorizzazioni in occasione di eventi che coinvolgono la comunità e attività di comunicazione che amplificano la Valore di Radda in Chianti.

RAPPORTI DI PROSSIMITÀ

- Castello di Albola si dimostra sempre aperto ed attento alle esigenze dei confinanti e dei vicini di casa, che possono sentirsi liberi di rivolgersi direttamente al personale dell’azienda in caso di necessità.
- Nessuna segnalazione importante è mai pervenuta all’azienda dai cittadini del Comune di Radda in Chianti.
- Ogni tre anni l’azienda predispone un questionario scritto con il quale sollecita i residenti confinanti a fornire informazioni utili per migliorare i rapporti di convivenza. Nel 2023 sono stati inviati i questionari ai 3 principali confinanti, i quali riportano, da un lato, che le attività della cantina non creano disagio alla comunità limitrofa e, dall’altro, che l’azienda è sufficientemente

aperta e attenta alle esigenze della comunità in cui è inserita. Uno degli intervistati sottolinea come punti di forza di Castello di Albola l'ospitalità, la competenza e l'accoglienza. Nel 2024 non essendoci stati cambi sostanziali nella gestione dei rapporti con il vicinato i questionari non sono stati inviati.

- Castello di Albola garantisce l'accesso ai visitatori disabili nelle principali aree aziendali. Dal parcheggio al punto vendita della Tenuta e al Wine Bar l'accesso è possibile grazie alla predisposizione di una rampa in muratura che ha eliminato la barriera architettonica costituita dai gradini.
- In azienda è presente e a disposizione un bagno per disabili.
- Nel corso di tutto il 2024 si sono tenuti vari eventi diurni e serali che hanno coinvolto i residenti delle zone limitrofe così come ospiti provenienti da tutto il mondo.



Albola Summer Event - 2024

RELAZIONI ESTERNE ED ISTITUZIONALI

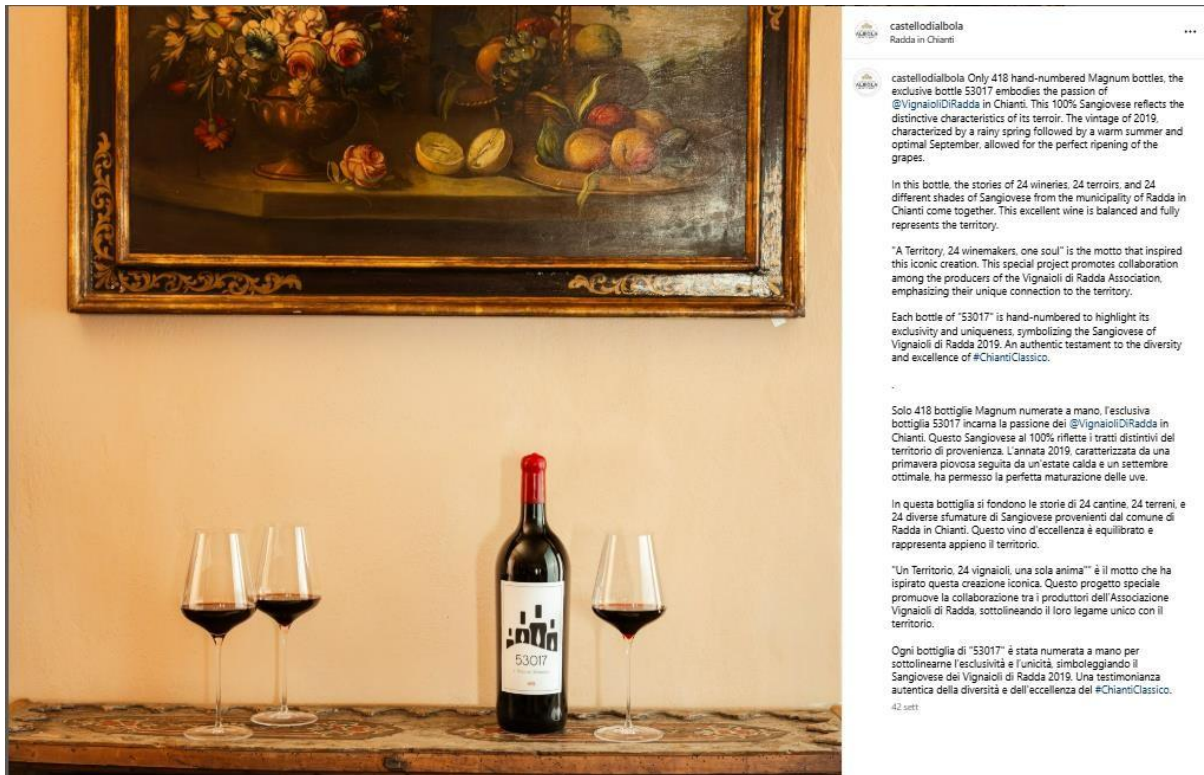
- Castello di Albola è parte dell'Associazione dei “**Vignaioli di Radda**” che ha come scopo principale la diffusione della cultura vitivinicola di Radda in Chianti presentando strumenti, provvedimenti e politiche che sostengano la viticoltura, ed in particolare la produzione di vino di qualità.

Nel corso del 2024, la tenuta:

_ si è occupata della gestione enologica e di confezionamento del “Vino dei Vignaioli di Radda”: un blend che esprime l'identità di 25 cantine, 25 terreni e 25 sfumature di Sangiovese provenienti dal comune di Radda in Chianti;

_ ha partecipato alla cena dei “Vignaioli di Radda” invitando giornalisti nazionali con i quali è in contatto così da promuovere il Valore di questa associazione locale;

_ ha promosso sui propri canali digitali il vino dei “Vignaioli di Radda” quale un'eccellenza dell'identità territoriale locale che non è in conflitto con i vini prodotti dalla tenuta.



CASTELLO DI ALBOLA ACADEMY

DALLA ZONIN1821ACADEMY ALLA CASTELLODIALBOLAACADEMY

La #ZONIN1821Academy è un progetto corporate, nato nel 2023 (che si è arricchito nel 2024 e si sta strutturando sempre più nel 2025) che ha come obiettivo quello di:

- garantire una formazione interdisciplinare,
- favorire il teamworking
- e il rafforzamento del senso di appartenenza

all'interno e all'esterno dell'azienda, così da valorizzare quei 4 pilastri fondamentali che esprimono la mission e la vision del Gruppo ZONIN1821, ovvero:

Persone
Sostenibilità
Made in Italy
Sapere vitivinicolo

Grazie a questo progetto corporate:

- **INTERNAME**
se da un lato, clusterizzando la popolazione aziendale secondo mansioni, aree di competenza e talento individuale, l'azienda eroga dei corsi in diverse aree del sapere, tra le quali conoscenza della lingua inglese, sostenibilità ambientale e responsabilità sociale, cultura corporate e business strategy.
- **ESTERNAME**
dall'altro, anche grazie al supporto di propri brand ambassador, l'azienda fornisce supporto attivo agli agenti per la formazione dei clienti così da facilitare lo sviluppo del business nelle principali geografie.
- Non da ultimo, **tra gli obiettivi principali dell'Academy, vi è la formazione delle nuove generazioni.** Attraverso un piano strutturato di lezioni e progetti organizzati in collaborazione con i docenti delle più importanti Università italiane ed internazionali, l'azienda vuole:
 - _ da un lato, condividere i propri saperi e la propria cultura aziendale,
 - _ mentre dall'altro, dar vita ad un dialogo a più voci con gli studenti così da rafforzare le loro competenze critiche e la loro capacità di analisi.

METODOLOGICAMENTE: Il metodo è basato su un approccio interdisciplinare e dialogico, così da arricchire maggiormente la cultura individuale e le capacità di analisi trasversali, mentre viene evitato un approccio didascalico, unidirezionale e frontale. Inoltre, per ogni collaborazione con i docenti e gli studenti, viene identificato un percorso made-to-measure di volta in volta unico così che la collaborazione sia costruita sulle necessità formative degli studenti.

MULTIDISCIPLINARIETA': I corsi universitari che vengono selezionati per questo progetto sono eterogenei tra loro: il presupposto educativo è che i quattro pilastri trattati (People, Sostenibilità, Cultura Vitivinicola e Made in Italy) siano declinabili e valorizzabili in tutti i diversi percorsi di laurea. Da quelli più economici, a quelli focalizzati sul mondo vitivinicolo ma anche quelli umanistici.

TEAM COINVOLTO: I volti che partecipano a questi progetti, a seconda della propria conoscenza e con la volontà di creare anche all'interno employer branding e uno spirito sempre partecipativo, vanno dalla Famiglia Zonin, al CEO Pietro Mattioni, ai manager della prima linea a quelli della seconda linea. Nel 2024 tra i principali progetti implementati dall'Academy e focalizzati su Castello di Albola si segnalano:

Università di Camerino - Master in Wine Export Management e gli studenti del CL in Scienze Gastronomiche dell'Università degli Studi di Camerino

Luca Petrelli – Docente di Riferimento

Scuola Superiore Sant'Anna – Master in Vini Italiani e Mercati Mondiali

Docente di Riferimento – Alessandro Balducci Delegato AIS Pisa

Università di Siena – Corsi di Demografia e Disuguaglianze Territoriali ed Economia dello Sviluppo Locale presso il Dipartimento di Scienze Politiche

Cinzia Buccianti – Docente di Riferimento

Inoltre, sempre nel 2024, il Team di Castello di Albola ha supportato gli studenti nei seguenti percorsi di tesi:

Caterina Benvenuti – Tesi sul Marketing Esperienziale con CDA come Case History
Degree in Management and Governance at the **Department of Business and Legal Studies at the Università di Siena**

Greta Fermi - Corso di laurea Magistrale in **Scienze dell'Economia presso l'Università degli Studi di Firenze** con un'interessante tesi volta ad analizzare e promuovere uno sviluppo sostenibile nel settore vitivinicolo.

Particolarmente importante durante questi incontri è la promozione di una cultura del “bere responsabile” così da dar Valore, attraverso la moderazione e la consapevolezza, a quei saperi antichi che si sono tramandati nel tempo e rendono il nostro vino così speciale: bere responsabilmente è un atto di cultura per sé e per gli altri.

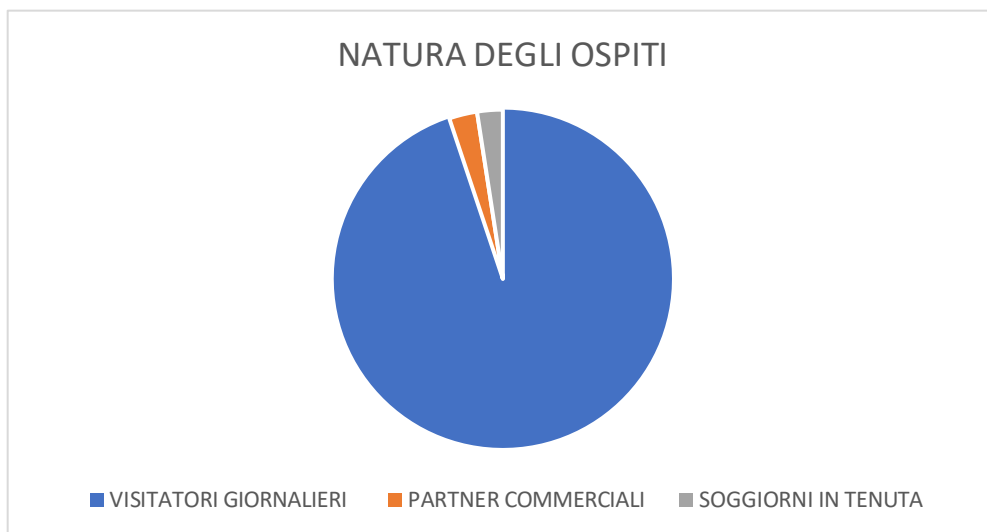


Università di Camerino - Master in Wine Export Management e gli studenti del CL in Scienze
Gastronomiche dell'Università degli Studi di Camerino

I NUMERI DELL'OSPITALITÀ

Nel corso del 2024, Castello di Albola ha accolto i propri ospiti, nazionali ed internazionali, per l'intera durata dell'anno solare: da inizio gennaio fino a fine dicembre.

- La tenuta ha accolto circa 30,000 visitatori annuali, 850 partner commerciali e 680 ospiti che hanno soggiornato in tenuta.



- Dal punto di vista della provenienza dei visitatori giornalieri, anche nel corso del 2024 sono stati accolti numerosi visitatori esteri (provenienti principalmente da Stati Uniti, Inghilterra ed Europa Continentale) ma anche italiani giunti a Radda in Chianti per scoprire la cultura locale. Il numero di visitatori stranieri è legato, non solo all'interesse dei visitatori per questa importante regione vitivinicola ma anche alle attività di branding che la tenuta implementa a livello internazionale (attraverso la partecipazione a concorsi vitivinicoli, la pubblicazione di editoriali e le campagne di social media).



AMBIENTE

LA CURA PER L'AMBIENTE



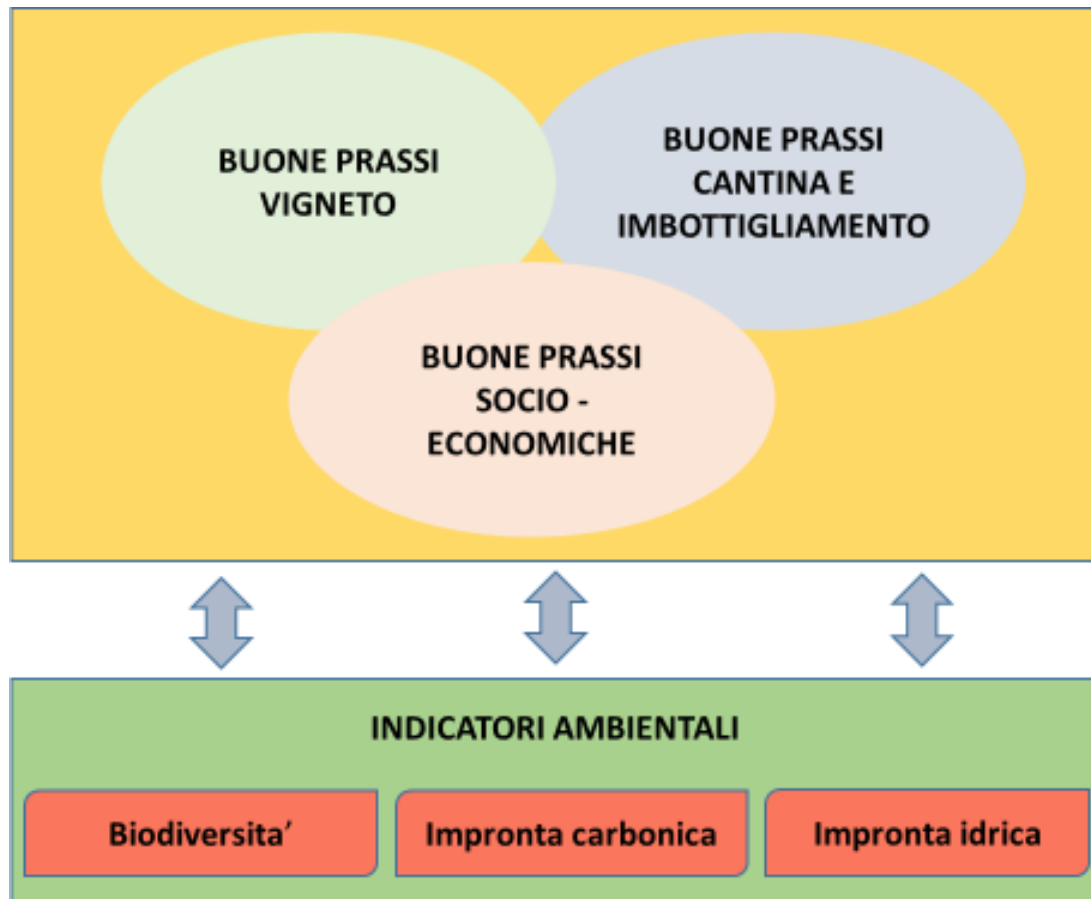
Acqua, terra, territorio, energia sono i pilastri alla base della filosofia di sostenibilità ambientale dell'azienda.

Cuore pulsante di questa realtà imprenditoriale tutta italiana è la Famiglia Zonin che da sette generazioni ed oltre duecento anni di storia coltiva, interpreta e tramanda un patrimonio culturale unico con uno sguardo sempre volto al futuro: cura del territorio, valorizzazione delle tradizioni vinicole locali, rispetto della biodiversità, sperimentazioni tecniche ma anche innovazione dei processi produttivi e sviluppo sostenibile sono gli elementi che esprimono il DNA dell'azienda.

La **certificazione Equalitas ottenuta dall'azienda**, risulta un importante riconoscimento al percorso di sostenibilità intrapreso in questi anni. La scelta di adottare lo Standard ha avuto ed ha lo scopo di tradurre in elementi tangibili la filosofia aziendale.

- Nell'approccio ambientale, lo Standard prevede requisiti oggettivi e verificabili attraverso la definizione di buone pratiche e di indicatori.
- Di fatto, con l'adozione dello stesso, l'azienda si impegna nella gestione ambientale di tutte le attività e in tutti gli aspetti legati agli impatti che la stessa produce sui sistemi naturali (terra, aria, acqua, ecosistemi, biodiversità), sulle categorie ambientali di input (energia e acqua) e quelle di output (emissioni in aria, in acqua e rifiuti).

- Secondo quanto previsto dallo standard Equalitas, **gli indicatori ambientali quali Biodiversità, Impronta Carbonica, Impronta Idrica** sono il risultato di tutte le buone pratiche ambientali.
- Inoltre, la determinazione di valori numerici non ha lo scopo di confronto tra diverse aziende e/o prodotti, ma rappresenta un parametro interno che permette di monitorare la propria realtà e definire gli ambiti di miglioramento in tema di sostenibilità ambientale.



Per il triennio di validità della certificazione, l'azienda si è impegnata a **soddisfare i requisiti** che regolamentano lo standard, garantendo così l'approccio graduale, continuativo ed efficace.

A sostegno della corretta applicazione di tali requisiti e della evidenza di aree di miglioramento rispetto agli stessi, con frequenza annuale, sono effettuate verifiche ispettive interne sul sistema di gestione della sostenibilità, che si estendono agli attori dell'intera filiera. In funzione dell'esito dell'autocontrollo e degli esiti delle verifiche ispettive l'azienda definisce e adotta azioni di miglioramento pianificate rispetto a tutte le tematiche previste dallo standard.

Inoltre, per tutte le fasi di produzione sono predisposte e documentate **buone pratiche di lavorazione**. Attraverso attività di sensibilizzazione, formazione, affiancamento, l'azienda si impegna a trasmettere e **divulgare le buone pratiche individuate, affinché diventino patrimonio di tutti** coloro che lavorano nei vari reparti. Durante il riesame annuale tali pratiche vengono riesaminate e valutate al fine di verificarne l'adequatezza rispetto agli obiettivi e programmi definiti.

2024	ha totali	ha biologico	Incidenza a biologico (%)
Tenuta	945	119,5	12,5%
vigneto	110	110	100%
Uliveto	9,5	9,5	100%
Bosco	800		

LIFE VitiCaSe – CARBON FARMING IN VITICOLTURA



LIFE VitiCaSe

Castello di Albola ha aderito a LIFE VitiCaSe: un progetto dalle caratteristiche uniche in Europa e all'avanguardia a livello mondiale dedicato al Carbon Farming in viticoltura, caratterizzato da una serie di pratiche agricole e di gestione del suolo volte ad aumentare la capacità dell'ecosistema vitivinicolo di catturare e trattenere il carbonio atmosferico.

Gli obiettivi del progetto?

- Aumentare gli stock del carbonio organico nel suolo
- Ridurre le emissioni di gas serra
- Contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici

Il progetto vede Image Line come capofila di una cordata di centri di ricerca, tra i quali il CREA Agricoltura e Ambiente (CREA-AA) e CREA Politiche e Bioeconomia (CREA-PB), alcune cantine in Toscana e Veneto, associazioni di agricoltori, PMI innovative e società di consulenza.

Le attività del progetto comprendono:

- Creazione di un database sulle pratiche agronomiche
- Creazione di uno strumento informatico per la stima dello stock di Carbonio, credibile e certificabile
- Validazione del sistema tramite analisi di campo



- Implementazione del sistema in 4 vigneti pilota di 3 aziende agricole (Castello di Albola, Poderi Ducali Ruffino e Società Agricola San Felice)
- Certificazione dei Crediti di Carbonio grazie al supporto di Carbon Credit Consulting, loro notarizzazione tramite blockchain e collocazione su piattaforme di scambio
- Monitoraggio dei risultati tecnici ed economici
- Trasferimento e replica del sistema

Una piattaforma digitale che integrerà i più innovativi algoritmi basati sugli standard internazionali condivisi dalla comunità scientifica avrà il compito di agevolare la corretta gestione delle pratiche agricole ed il calcolo del carbonio stoccato nel suolo, al fine di quantificarlo e permettere la certificazione di Crediti di Carbonio.

BUONE PRATICHE NEL VIGNETO

I numeri di Castello Di Albola

Proprietà: 945 ettari di cui 110 vitati

Clima: Continentale

Temperatura: inverno < 4°-5°C – estate ~ 30°C

Altitudine: 350-680 metri sul livello del mare

Suolo: terreno di argilla e calcare con un buon drenaggio

Metodo di allevamento: Cordone Speronato, Guyot, doppio Capovolto toscano

Densità: 5.000 piante per ettaro

Varietà: Sangiovese, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Canaiolo, Trebbiano Toscano, Malvasia del Chianti.

Bottiglie prodotte: 600.000

Numero visitatori annuali: 30.000



Secondo lo standard Equalitas, gli **ambiti di intervento** per l'adozione di buone pratiche di vigneto sono:

- GESTIONE SUOLO
- GESTIONE DELLA FERTILITÀ
- IRRIGAZIONE
- GESTIONE DELLA PIANTA
- GESTIONE DELLA DIFESA
- GESTIONE DELLA VENDEMMIA
- GESTIONE DELLA BIODIVERSITÀ
- SCELTA DI NUOVI IMPIANTI E MANUTENZIONE

L'azienda nell'anno 2024 ha ottenuto i seguenti risultati e ha implementato le seguenti attività:

- **INERBIMENTO**

La tecnica colturale dell'inerbimento, nota anche come pacciamatura viva, consiste nel lasciar crescere temporaneamente o permanentemente sul terreno vitato l'erba spontanea, o più frequentemente erba seminata, e di controllarne lo sviluppo mediante tre-cinque sfalci annui con apposite macchine.

I vantaggi sono:

- **Riduzione erosione.** Acqua e vento sono i maggiori fattori abiotici che determinano l'erosione del terreno; la presenza di una copertura erbacea nell'interfila, soprattutto nei terreni ad elevata pendenza, riduce o può addirittura annullare la perdita di terreno e/o i fenomeni franosi che sempre più spesso si verificano.
- **Aumento e conservazione della sostanza organica.** La presenza di un cotico erboso permanente e regolarmente tagliato ha indubbi vantaggi anche sulla fertilità del terreno; migliora, infatti, il trasferimento del fosforo e del potassio negli stadi più profondi del terreno. Inoltre, la presenza dell'erba sfalciata lasciata in loco permette, oltre ad aumento della fertilità del terreno, di creare un pacciamatore organico che permette di ridurre (soprattutto durante il periodo estivo) l'evaporazione dell'acqua dal terreno.
- **Aumento della portanza.** La presenza di un terreno inerbito, rispetto ad uno non inerbito, è l'aumento della portanza del terreno; questo si traduce nella possibilità di entrare in campo tempestivamente dopo le piogge per effettuare i trattamenti necessari o la raccolta dei prodotti.
- **Biodiversità.** La presenza permanente di specie erbacee permette l'aumento della presenza di insetti utili, pronubi, predatori o parassitoidi di numerosi insetti dannosi all'agricoltura.

L'inerbimento può essere fatto sia con un cotico erboso naturale che artificiale, può essere di durata permanente o temporanea e può riguardare tutta la superficie del vigneto o solo l'interfila.

- **SOVESCIO**

Il sovescio è una pratica agronomica che consiste nella semina di una coltura erbacea con essenze in purezza o consociate, destinata ad essere sfalciata e successivamente interrata in funzione dell'arricchimento di sostanze organiche del terreno. In alternativa, può essere sfalciata e poi

lasciata a copertura della superficie come pacciamatura o come protezione del terreno dall'azione del sole.

I vantaggi sono:

- **Vantaggi chimici:** il sovescio aumenta la materia organica e quindi la disponibilità di nutrienti organici. Se utilizzato come coltura di copertura (cover crop), riduce la lisciviazione dell'azoto durante gli inverni freddi e piovosi. Inoltre, se gestito correttamente, il sovescio di leguminose può fornire decine, se non centinaia, di chilogrammi di azoto organico. Invece, il sovescio di graminacee garantisce l'arricchimento di carbonio. Riassumendo, la scelta delle essenze e un buon bilanciamento della composizione dei sovesci consente di mantenere un buon rapporto Carbonio/Azoto nel terreno.
- **Vantaggi fisici:** Grazie all'allelopatia e all'ombreggiamento, il sovescio tiene sotto controllo le erbe infestanti, impedendone lo sviluppo e quindi la riproduzione. Inoltre, il sovescio riduce l'erosione del suolo: lo strato vegetale rende più difficile l'erosione del suolo da parte del vento e della pioggia. Inoltre, la materia organica del sovescio stabilizza la struttura del suolo.
- **Vantaggi biologici:** Gli essudati radicali e la materia verde incorporata, forniscono cibo agli organismi viventi del suolo, come i lombrichi, e all'intera componente macro e microbica. Sono un elemento chiave per la fertilità del suolo.

• CONFUSIONE

SESSUALE

La confusione sessuale è una tecnica di contenimento degli insetti basata sulla distribuzione in campo dell'analogo sintetico del feromone sessuale della specie che si vuole confondere, in modo che i maschi non riescano a localizzare le femmine: ne risulta una diminuzione degli accoppiamenti e, di conseguenza, anche della densità di popolazione della generazione successiva.

I vantaggi sono:

- Più sicura per l'uomo e più sostenibile per l'ambiente. I feromoni sintetici sono costituiti da sostanze chimiche che si trovano in natura; quindi, sono meno tossici degli insetticidi tradizionali. Grazie alla loro bassa tossicità, i prodotti per la confusione sessuale avranno tempi di rientro molto bassi o nulli.
- Sicura per gli insetti utili. I feromoni sono intraspecifici e quindi hanno un impatto minimo o nullo sulle specie non bersaglio, compresi gli insetti utili.
- Gestione della resistenza. L'utilizzo di questi strumenti aggiuntivi unitamente a quelli tradizionalmente usati per la lotta integrata può ridurre la pressione selettiva.

• HUMUS E CONCIMI ORGANICI

I concimi organici sono ottenuti a partire da organismi viventi, animali o vegetali. La sostanza organica va a rivitalizzare i suoli impoveriti e degradati, rendendo i terreni più facilmente lavorabili.

L'impiego di sostanze organiche è una scelta vantaggiosa perché contribuisce ad apportare sensibili quantità di sostanze naturali al terreno favorendo l'attività della microflora e microfauna del suolo con effetti positivi sull'attività radicale. I concimi organici sono inoltre scelta obbligatoria in agricoltura biologica nella quale è vietato per legge l'impiego di qualsiasi prodotto di origine chimica.

- **GESTIONE DI UN LAGO ARTIFICIALE**

La gestione di un lago artificiale interno alla tenuta in prossimità dei vigneti permette di utilizzare l'acqua per l'irrigazione dell'orto e del giardino aziendale.

- **INSERIMENTO DI STAZIONI METEO**

L'inserimento di stazioni meteo all'interno delle vigne permette di seguire in tempo reale le precipitazioni e i cambiamenti al fine di poter intervenire repentinamente sui filari con gli adeguati trattamenti evitando lo spreco del prodotto e scegliendo quello più adatto ad ogni evenienza.

I prodotti utilizzati per i trattamenti consentiti dal regime biologico che contengono degli adesivanti (Pinolene) hanno maggiore resistenza al dilavamento (25 mm), per cui sapere quanti millimetri di pioggia ci sono stati in una giornata ci permette di sapere se siamo coperti, quindi non trattiamo, o se siamo costretti a farlo

BUONE PRATICHE DI CANTINA E IMBOTTIGLIAMENTO

Perfettamente armonizzata nel paesaggio e scavata nella roccia, **la cantina** è distribuita su due livelli: uno esterno a nord, destinato alla vinificazione delle uve ed alle aree tecniche, e uno sotterraneo destinato per due terzi a preservare i vini in tini di acciaio termo-controllati da un sistema computerizzato e per un terzo all'affinamento dei vini rossi in barriques. Le storiche cantine sotterranee dell'antico borgo medioevale, dalle tradizionali volte edificate nel tempo dalle nobili famiglie dei Samminiati, dei Pazzi e dei principi Ginori Conti sono tornate a vivere per affinare in grandi botti di rovere di Slavonia e preziosi tonneaux i grandi rossi.

Secondo lo standard Equalitas, gli **ambiti di intervento** per l'adozione di buone pratiche di cantina e imbottigliamento sono:

- RACCOLTA, VINIFICAZIONE E IMBOTTIGLIAMENTO
- DETERSIONE E SANITIZZAZIONE LOCALI E ATTREZZATURE
- PACKAGING
- PIANO RIUTILIZZO ACQUE REFLUE DEPURATE
- PIANO CONTENIMENTO RIFIUTI

L'azienda **nell'anno 2024** ha ottenuto i seguenti risultati, certificati secondo quanto previsto dallo standard, e ha implementato le seguenti attività di miglioramento:

- **Staff competente e qualificato** che segue tutte le fasi produttive, confrontandosi a livello tecnico con i migliori esperti del settore dal vigneto alla cantina;
- **Costante assaggio delle uve** nel campo che integra le analisi chimico/fisiche per valutare la componente fenolica, la maturità tecnologica e valuta la componente aromatica;
- **Data di raccolta conforme ai tempi di carenza dei trattamenti previsti nella fase di gestione a verde;**
- **Valutazione delle condizioni operative e dei criteri** che stanno alla base delle scelte delle operazioni di:

- fermentazione alcolica/ macerazione, attraverso degustazioni sul mosto ed eventuali analisi;
- fermentazione malolattica, monitorando con l'utilizzo di kit enzimatici specifici;
- assemblaggio delle masse e affinamento in legno, valutando gli obiettivi enologici;
- controlli pre-imbottigliamento;
- imbottigliamento, una volta confermata la stabilità e le caratteristiche sensoriali del vino;
- **Separazione delle linee di produzione** per valorizzare gli investimenti svolti in vigneto e quindi le uve destinate alle migliori selezioni aziendali;
- Registrazione di ogni singola aggiunta, travaso o taglio effettuato lungo tutte le fasi produttive;
- **Stoccaggio del prodotto finito** in locali non condizionati artificialmente;
- **Costante controllo analitico** dei prodotti attraverso il laboratorio interno, quello centrale di Gambellara e laboratori esterni accreditati;
- Pulizia costante e programmata di tutti gli ambienti di lavoro nell'ottica della **razionalizzazione dei consumi**.

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALI

Si riporta una sintesi dei risultati ottenuti dagli indicatori ambientali di Equalitas a livello di organizzazione:

- **BIODIVERSITÀ**
- **IMPRONTA CARBONICA**
- **IMPRONTA IDRICA**

e ulteriori approfondimenti su componenti ambientali specifiche, quali:

- **MATERIE PRIME**
- **ENERGIA**
- **ACQUA**
- **SCARICHI IDRICI E RIFIUTI**

BIODIVERSITÀ

L'insieme di piante, animali e microrganismi che vivono nel vigneto costituiscono la biodiversità di quella specifica parte di territorio. L'equilibrio risultante dalla vita e dall'abbondanza di questo insieme è in grado di influire sulla capacità del suolo di resistere ai cambiamenti e di mantenersi in salute.


L'indicatore di Biodiversità previsto dallo standard Equalitas valuta gli aspetti ambientali applicando le procedure previste dagli "Indici di Biodiversità", messi appunto nel 2010 da WBA, World Biodiversity Association Onlus per la valutazione della conservazione della biodiversità in agricoltura, all'interno del protocollo "**Biodiversity Friend**".




La valutazione della qualità ambientale dell'agrosistema avviene rilevando la presenza di particolari organismi, definiti **indicatori biologici**, in quanto presentano: elevata sensibilità verso gli inquinanti, larga diffusione sul territorio, scarsa mobilità e capacità di accumulare sostanze inquinanti nei loro tessuti.

Ci sono tre indici di riferimento che valutano il livello di qualità e Biodiversità esistenti relativamente alle componenti aria, acqua e suolo:

Indice di Biodiversità Lichenica (IBL-bf)	Indice di Biodiversità Acquatica (IBA-bf)	Indice di Biodiversità del Suolo (IBS-bf)
---	---	---

Indice di Biodiversità Lichenica (IBL-bf)	
<p>Il calcolo dell'indice si basa sulla presenza e frequenza di licheni epifiti rilevati sulle cortecce di alberi presenti in campagna.</p> <p><i>(Valori IBL * 45 sono soddisfacenti)</i></p>	<p>Tenuta Castello Di Albola</p> <p>Valore medio IBL-bf</p> <p>104</p>
	<p>I rilievi sono stati eseguiti su due appezzamenti di terreno distanti tra loro.</p> <p>I risultati ottenuti hanno evidenziato una elevata Biodiversità Lichenica con un valore medio dell'indice che ha superato la soglia di 100. Nelle due stazioni sono state rilevate, di media, 11 specie diverse, a testimonianza di una varietà floristica molto elevata. Tutte le stazioni campionate hanno fornito risultati largamente soddisfacenti. Pertanto, si ritiene che gli interventi agronomici in azienda relativamente alla tutela della qualità dell'aria siano in linea con i criteri di sostenibilità ambientale richiesti dal Protocollo BF.</p> <p>I risultati dell'attività svolta hanno permesso di constatare che le comunità licheniche dei luoghi monitorati sono nel complesso molto buoni, rispecchiando una comunità omogenea, ben distribuita e complessa nelle composizioni e nel loro valore intrinseco, mantenendo un numero medio (11) di specie ritenuto molto buono. Con tale valore, pari ad una media IBL-bf di 104 punti, si ritiene ottemperato il requisito dell'indicatore, da attribuirsi all'intera area investigata. Si confermano pertanto i risultati ottenuti nelle campagne di monitoraggio 2029 e 2021.</p>

Indice di Biodiversità Acquatica (IBA-bf)	
<p>Il calcolo dell'indice si basa sulla presenza nelle acque superficiali di macroinvertebrati acquatici con diverse tolleranze all'inquinamento (plecotteri, efemerotteri, molluschi, anellidi, ecc).</p> <p><i>(Valori IBA * 30 sono accettabili)</i></p>	<p>Tenuta Castello Di Albola</p> <p>Valore medio IBA-bf</p> <p>64</p>
	<p>I rilievi sono stati eseguiti su due torrenti differenti e un invaso artificiale. I risultati ottenuti, con un valore medio di 64, pongono l'indicatore IBA-bf rilevato nella fascia di ottimo.</p> <p>Alcune stazioni hanno rivelato la presenza di una biocenosi acquatica caratterizzata da una buona diversità tassonomica con un numero di specie elevato; queste condizioni sono state riscontrate sempre in acque correnti sotto copertura forestale. Per concludere, dalle indagini effettuate sui corsi d'acqua dei siti indagati, si può dedurre che gli impatti antropici di varia natura nei territori considerati non sembrano raggiungere livelli tali da determinare alterazioni significative della qualità delle acque superficiali.</p> <p>Si confermano i risultati ottenuti nelle indagini effettuate negli anni 2017, 2018 e 2021.</p>

Indice di Biodiversità del Suolo (IBS-bf)	
<p>Il calcolo dell'indice si basa sulla analisi di campioni di terreno nei quali viene rilevata la presenza di invertebrati del suolo (anellidi, collemboli, acari, isopodi, miriapodi, insetti, ecc.).</p> <p><i>(Valori IBA * 100 sono soddisfacenti)</i></p>	<p>Tenuta Castello Di Albola</p> <p>Valore medio IBS-bf</p> <p>172</p>



I campionamenti effettuati sui suoli dell'azienda hanno evidenziato, in generale, uno stato delle comunità endogee soddisfacente con un valore medio di IBS-bf (172) di molto superiore al minimo richiesto (100).

I risultati dell'attività svolta denotano uno stato di conservazione dei suoli di livello complessivamente ottimo, riconducibile, nei casi dei valori più elevati, a condizioni edafiche adatte ad ospitare una comunità biologica complessa; tra queste di rilevante importanza i Lumbricidi, rilevati in tutti i campioni e con numerosità mediamente elevate (4-6 esemplari per campione). In base a tali risultati si ritiene che nell'area in parola l'impatto antropico sulla variabile suolo derivante dalle attività agricole sia da ritenere limitato.

CARBON FOOTPRINT

CALCOLO DELL'IMPRONTA CARBONICA

Il calcolo dell'impronta carbonica stima la quantità di gas a effetto serra emessa nell'ambito della filiera produttiva vitivinicola.

Tutti i gas vengono trasformati, per convenzione, in **unità equivalenti di anidride carbonica (CO₂)**, il principale gas ad effetto serra presente in atmosfera, per questo si parla di "calcolo dell'impronta carbonica" o "Carbon Footprint".

Il calcolo delle emissioni è realizzato seguendo le indicazioni della norma UNI ISO 14064:2012 (impronta carbonica aziendale). Raccolti i dati necessari, si stimano le emissioni attraverso l'utilizzo del software Simapro 9.0.0.33 e della banca dati Ecoinvent.

Tramite la moltiplicazione del dato per un coefficiente o "Fattore di emissione" espresso in unità di CO₂-equivalente per unità di prodotto, si genera il valore di "**Emissioni totali**" espresso in CO₂-eq.

La raccolta e l'elaborazione dei dati si esegue per **ambiti**, che distinguono la tipologia di emissioni in base alle modalità con le quali le stesse avvengono:

ambito 1	emissioni dirette , come quelle da uso di carburanti fossili
ambito 2	emissioni indirette relative alla fonte energetica
ambito 3	altre emissioni indirette , ad esempio per l'utilizzo di materie prime (vetro, cartone, ecc) durante il cui processo produttivo vengono generate emissioni.

e per **settori** produttivi aziendali, distinti in:

Vigneto (campagna)	Cantina	Imbottigliamento (confezionamento)
------------------------------	----------------	--

IMPRONTA CARBONICA AZIENDALE

Per realizzare il calcolo dell'impronta carbonica aziendale si considerano tutte le attività aziendali svolte nel corso di un arco temporale di un anno, valutandone le emissioni.

Si chiama "**unità funzionale**" (UF) l'unità di misura presa come riferimento per rapportare il dato di emissioni totali aziendali a un elemento produttivo unitario. Le **inclusioni** rappresentano le fonti emissive.

In particolare, per i settori produttivi considerati, secondo quanto dettato dallo standard Equalitas:

Settore	UF	Inclusioni
---------	----	------------

Vigneto	chilo di uva	Energia elettrica e termica consumata, carburante, refrigeranti, consumi fitofarmaci e concimi, rifiuti, acqua consumata, trasporti.
Cantina	litro di vino	Energia elettrica e termica consumata, carburanti, refrigeranti, acqua consumata, uve, mosti, e vini in ingresso, additivi, rifiuti, trasporti.
Imbottigliamento	bottiglia da 0,75 litri	Energia elettrica e termica consumata, carburanti, refrigeranti, acqua consumata, vini in input, additivi, packaging e imballaggi, rifiuti, trasporti.

Come previsto dal disciplinare, l'aggiornamento dello studio nell'anno 2023, ha considerato le attività che contribuiscono per più del 10% all'impatto generato. In particolare, i dati aggiornati sono stati i seguenti:

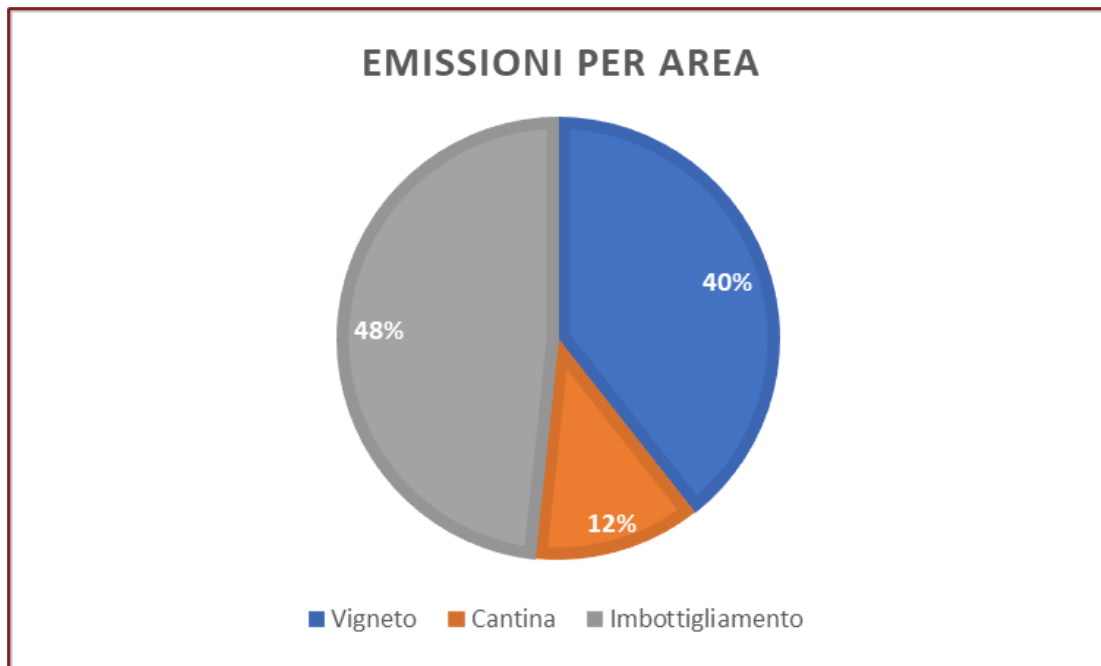
- Consumo di Energia Elettrica
- Consumo di Carburante (i.e. gasolio agricolo, ecc.)
- Consumo di carburanti per impianti fissi (GPL)
- Consumo di Bottiglie
- Consumo di Bag in Box

Si riportano di seguito le stime quantitative delle emissioni aziendali in tonnellate totali emesse e come kg per unità funzionale, distinte per area e con il dettaglio delle attività produttive.

Area	Totale t CO ₂ eq	n° UF	Unità Misura	Emissioni - Kg CO ₂ eq/UF
Vigneto	355,65	5.968	q uva	59,59
Cantina	110,944	417.600	Litro di vino	0,26
Imbottigliamento	436,18	933.454	Bottiglie vendute	0,47
Emissioni totali	902,78			

Il calcolo dei valori medi suddetti non può essere confrontato con altre aziende, a causa delle peculiarità aziendali, come ad esempio la produzione di Bag in Box. Inoltre, il calcolo delle UF delle bottiglie è stato fatto trasformando tutte le bottiglie vendute in UF equivalenti da 0,75 litri.

Si riporta di seguito la ripartizione percentuale per ambiti delle emissioni totali per area considerata.



Circa la metà delle emissioni sono da attribuire all'imbottigliamento dato l'alto consumo di packaging per il numero di bottiglie vendute dall'azienda.

Il 40% delle emissioni sono da attribuire al vigneto dovuto al consumo di gasolio dei mezzi agricoli.

CONFRONTO 2022-2023

	Emissioni 2022 (t. CO ₂ eq.)	Emissioni 2023 (t. CO ₂ eq.)	Variazione %
Vigneto	115,17	110,94	-4%
Cantina	388,60	355,65	-8%
Imbottigliamento	448,75	436,18	-3%
Totale	952,52	902,77	-5%

Le emissioni del 2023 sono in diminuzione rispetto ai valori registrati nel 2022. Si registra per la prima volta, infatti, una diminuzione delle emissioni in tutte e 3 le aree considerate, per un totale del -5% globale.

La diminuzione più consistente, -8%, si è avuta nella fase di imbottigliamento come conseguenza di un minor utilizzo di packaging dovuto a un minor numero di imbottigliamenti effettuati.

Conclusioni

Le emissioni di CO₂ sono state generate principalmente dalla produzione e combustione di gasolio nella fase agricola, dall'acquisto di vino, dall'uso di fertilizzanti e dalla produzione del packaging utilizzato dall'azienda (bottiglie, tappi, etichette, bag in box ecc.).

Eventuali obiettivi di miglioramento e/o riduzione delle emissioni dovrebbero concentrarsi su tali processi/elementi.

Perché misuriamo le nostre emissioni nell'atmosfera

L'effetto serra è un fenomeno naturale che ha permesso la vita sul pianeta Terra e che consente di avere temperature idonee per la sopravvivenza della maggior parte degli esseri viventi. Esso è la conseguenza della presenza dell'atmosfera attorno alla Terra, che consente di filtrare una quota di radiazione pericolosa proveniente dal Sole (i raggi UV); la restante parte viene captata dalle piante per svolgere la fotosintesi ed una parte assorbita dalla Terra per poi essere rilasciata sotto forma di raggi infrarossi (utili per il riscaldamento del Globo). Qui entra in gioco ancora una volta l'atmosfera che cattura buona parte dei raggi infrarossi rifrangendoli verso la Terra attenuando il fenomeno di dispersione di calore verso l'Universo (per questo motivo definito "effetto serra").

Le attuali concentrazioni di gas serra nell'atmosfera sono a livelli mai raggiunti negli ultimi 650.000 anni; il gas serra più importante è l'anidride carbonica (CO₂), che costituisce circa il 77% delle emissioni globali di GHG (Green House Gases, IPCC, 2007; ISAC-CNR, 2009).

Da molti anni si parla di **cambiamento climatico globale** come una delle sfide più gravi e complesse che l'uomo debba affrontare. Le variazioni del sistema climatico terrestre e in particolare il riscaldamento globale sembrerebbero, secondo molti studiosi, collegate ad un aumento della concentrazione dei GHG in atmosfera.

È indubbio inoltre che le emissioni siano correlate ai consumi energetici, soprattutto dei combustibili fossili, il cui consumo va ad intaccare sempre più le riserve, determinando un aumento del costo dell'energia ed una mobilitazione delle riserve di Carbonio stipate nella profondità della Terra.

Per queste ragioni è necessario **essere consapevoli delle proprie emissioni di GHG e quindi misurarle nei cicli produttivi, al fine di gestire l'efficienza di filiera, l'impatto ambientale ed eventuali conseguenze sull'effetto serra.**

La World Commission on Environment and Development nel 1987 ha espresso questo concetto di sostenibilità: *"L'umanità ha la possibilità di rendere sostenibile lo sviluppo, cioè di far sì che esso soddisfi i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere la capacità delle generazioni future di rispondere ai loro"*.

È indispensabile quindi garantire uno sviluppo economico compatibile con l'equità sociale, in regime di equilibrio ambientale ed in modo da rispettare la sostenibilità economica dell'impresa.

RISK MANAGEMENT SUL CLIMATE CHANGE

Nel corso del 2024, l'azienda ha cominciato una prima analisi qualitativa sui rischi fisici e di transizione così da identificare le aree di rischio e mappare le prime strategie di mitigazione e di adattamento.

- **RISCHI FISICI E DI TRANSIZIONE**

In relazione alle emergenze e criticità legate al cambiamento climatico (che sono co-causate da eccessive emissioni di CO₂e a livello globale), ZONIN1821 ha già cominciato internamente ad identificare ed analizzare quali potrebbero essere i principali rischi fisici e di transizione: è, infatti, fondamentale individuare e valutare efficacemente il potenziale impatto dei rischi climatici sul business così da, prenderne consapevolezza e poi porre in essere delle azioni correttive.

- **RISCHI FISICI** ovvero quelli legati agli impatti fisici acuti e cronici dei cambiamenti climatici. Tra di essi si segnalano:

- _ aumento delle gravità di eventi meteorologici estremi, come grandinate e periodi di siccità;
- _ cambiamenti nei modelli di precipitazione e variabilità estrema dei modelli meteorologici annuali;
- _ aumento delle temperature medie che potrebbero, ove fossero eccessivi, rendere difficoltosa la coltivazione della vite;

Dal punto di vista finanziario questi rischi potrebbero causare:

- _ riduzione del valore degli asset aziendali;
- _ riduzione del fatturato derivante dalla diminuzione della capacità produttiva;
- _ aumento dei costi operativi derivanti dalla necessità di intervento per mitigare i danni causati dal cambiamento climatico ai vigneti;
- _ aumento dei costi di capitale, legati ai danni alle strutture;
- _ aumento dei premi assicurativi e potenziale riduzione della disponibilità di assicurazioni su beni in luoghi "ad alto rischio".

- **RISCHI DI TRANSIZIONE** ovvero quelli al passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio. Tra di essi si segnalano:

- _ **Rischi Normativi** ovvero possibile aumento del prezzo delle emissioni di gas serra, obblighi e regolamentazione dei prodotti e dei servizi esistenti ed esposizione a controversie legali;
- _ **Rischi Tecnologici** tra i quali costi di transizione verso tecnologie a basse emissioni;
- _ **Rischi di Mercato** ovvero aumento del costo delle materie prime, incertezza nei segnali del mercato e cambiamento del comportamento dei clienti;
- _ **Rischi Reputazionali** tra i quali cambiamenti nelle preferenze dei consumatori o stigmatizzazione del settore (considerando che secondo il Climate Watch del 2020 l'agricoltura causa il 18,4% delle emissioni globali di CO₂e).

Dal punto di vista finanziario questi rischi potrebbero causare:

- _ aumento dei costi operativi (maggiori costi di conformità o aumento dei premi assicurativi);
- _ riduzione della domanda di prodotti e servizi a seguito di multe o sentenze che potrebbero costringere l'azienda ad aumentare il prezzo dei propri prodotti;
- _ spese di ricerca e sviluppo in tecnologie nuove e alternative da implementare in vigneto;
- _ variazioni improvvise ed inaspettate dei costi energetici;
- _ aumento dei costi di produzione dovuto alla variazione dei requisiti di produzione (per esempio per il trattamento dei rifiuti);
- _ riduzione dei ricavi causati da impatti negativi sulla gestione e sulla pianificazione della forza lavoro (ad esempio, attrazione e mantenimento dei dipendenti).

Considerando le implicazioni finanziarie causate dai rischi fisici e di transizione, nel corso del 2025, il progetto verrà approfondito attraverso un reporting ancora più puntuale dei rischi e delle opportunità e un assesment tool (sviluppato dalla società di consulenza KPMG) che consiste nell'assegnare un livello di MAGNITUDO e PROBABILITA' ai diversi eventi.

L'obiettivo è quello di approfondire con maggior analisi quantitative queste riflessioni qualitative così da identificare il potenziale impatto finanziario e porre in essere delle manovre correttive specifiche (alle quali allineare gli investimenti futuri).

- **ADATTAMENTO E MITIGAZIONE**

In relazione a questi rischi fisici e di transizione, la tenuta ha già identificato delle azioni di adattamento e mitigazione.

- L'ADATTAMENTO si riferisce all'adattamento agli impatti inevitabili dei cambiamenti climatici, riducendo la vulnerabilità e l'esposizione ai loro effetti negativi e sfruttando i potenziali benefici. Tra queste azioni si segnalano:
 - _ monitoraggio e ricerca sull'evoluzione dell'andamento delle temperature così da implementare processi preventivi di gestione dei vigneti;
 - _ misure preventive e precauzionali da implementare a livello agronomico ed enologico.
- La MITIGAZIONE si riferisce alla riduzione delle emissioni di gas serra (riduzione del carbonio) e/o all'eliminazione dall'atmosfera dei gas che intrappolano il calore (sequestro del carbonio). Tra queste azioni si segnalano:
 - _ implementare delle strategie di riduzione degli sprechi e di efficienza energetica;
 - _ valutare la possibilità di inserire le innovazioni tecnologiche volte alla produzione di energia rinnovabile;
 - _ conversione della flotta auto aziendale al green;
 - _ e continuare un'ottima gestione degli oltre 800 ettari circa adibiti a boschi, uliveti e pascoli che si vanno a sommare ai circa 110 ettari di vigneti.

In merito a questo ultimo punto, si segnala una ricerca del 2010 realizzata dall'Università di Firenze (coordinata da Giovanni Mattii, professore di Viticoltura della Facoltà di Agraria dell'Università di Firenze) in collaborazione con un'azienda viticola toscana che ha dimostrato l'impatto ambientale positivo delle viti: cento ettari assorbono 1.500 tonnellate di anidride carbonica e aiutano a mantenere l'aria pulita.

Sebbene si ipotizza che il grado di assorbimento e rilascio possa variare in relazione a diversi fattori legati allo stato vegetativo della vite (tra i quali, caratteristiche del terreno, altitudine, abbondanza o meno di acqua e anni della vite), potremmo comunque affermare che i soli 110 ettari vitati dell'azienda (esclusi gli oltre 800 ettari adibiti a boschi e uliveti) possano assorbire circa 1650 tonnellate di anidride carbonica.

WATER FOOTPRINT

CALCOLO DELL'IMPRONTA IDRICA

L'impronta idrica rappresenta lo strumento per quantificare gli impatti ambientali legati all'acqua.

L'impronta idrica di un singolo, una comunità o di un'azienda, analizzata secondo l'analisi del ciclo di vita (ISO 14040:2006 e 14044:2006) e coerentemente ai criteri della norma ISO 14046:2014, **stima gli impatti su vari indicatori, per descrivere nel modo più approfondito possibile gli effetti delle nostre attività.**

Il calcolo della **Water Footprint**, secondo la ISO 14046, si basa sul concetto di studio del **ciclo di vita** (LCA, life cycle assessment) e prevede la quantificazione degli impatti e dei consumi relativi sia all'acqua direttamente utilizzata per produrre il prodotto in oggetto, sia ai consumi e inquinamenti indiretti derivanti cioè dalla produzione delle materie prime e input utilizzati per la produzione del prodotto in studio.

A partire dalle indicazioni dello Standard Equalitas sono stati raccolti i dati relativi alle attività di **vigneto, cantina e imbottigliamento/confezionamento** e sono stati stimati gli effetti sulla disponibilità di acqua del territorio, sull'eutrofizzazione, l'acidificazione e sulla possibile tossicità verso l'uomo e l'ambiente.

Si chiama **"unità funzionale" (UF)** l'unità di misura presa come riferimento per rapportare il dato di emissioni totali aziendali a un elemento produttivo unitario. Le **inclusioni** rappresentano le fonti emissive.

Si riportano di seguito le unità funzionali, prodotte per area di indagine, con il dettaglio delle inclusioni nelle specifiche aree, secondo a quanto riportato nello Standard.

Settore	UF	n°UF	Inclusioni
Vigneto	chilo di uva	5513 su 105,6 Ha	Energia elettrica e termica consumata, carburante, refrigeranti, consumi fitofarmaci e concimi, rifiuti, acqua consumata, trasporti.
Cantina	litro di vino	386.000	Energia elettrica e termica consumata, carburanti, refrigeranti, acqua consumata, uve, mosti, e vini in ingresso, additivi, rifiuti, emissioni, trasporti.
Imbottigliamento	bottiglia da 0,75 litri	827.620	Energia elettrica e termica consumata, carburanti, refrigeranti, acqua consumata, vini in input, additivi, packaging e imballaggi, rifiuti, trasporti.

Sono stati considerati tutti i consumi idrici aziendali; i quali comprendono:

- Consumi di acqua per effettuare i trattamenti in vigna;
- Consumi di acqua di lavaggio delle botti utilizzate per i trattamenti in vigna
- L'azienda non ha effettuato irrigazioni
- Consumi idrici della cantina ottenuti da contatore
- Quota di acqua emessa in aria per evapotraspirazione dei vigneti aziendali.

L'aggiornamento del calcolo effettivo degli impatti è stato effettuato attraverso i software Ecoinventi versione 3.5 e software Simapro 9.0.0.33 che consentono di ottenere valori finali per ciascuna delle categorie di impatto richieste dallo standard e di seguito elencate:

Water Scarcity	Valuta i consumi idrici in relazione alla disponibilità idrica di una specifica area di indagine. Non si considera la qualità dell'acqua.
Aquatic Acidification	Quantifica gli impatti sul livello di acidificazione delle acque.
Freshwater Eutrophication	Quantifica la diminuzione della biodiversità acquatica derivante dall'eutrofizzazione di nutrienti nell'aria, nell'acqua e nel suolo.
Aquatic Ecotoxicity	Quantifica il potenziale impatto sugli ecosistemi acquatici dovuti alle emissioni inquinanti.
Human Toxicity	Quantifica il potenziale impatto sulla salute umana da malattie cancerogene e non cancerogene dovute alle emissioni inquinanti nell'aria, nell'acqua e nel suolo. Per un'impronta idrica viene preso in considerazione solo l'impatto sull'acqua.
Ecotoxicity	Quantifica il potenziale impatto sugli ecosistemi dovuti alle emissioni inquinanti.

È importante sottolineare come i valori assoluti indicati in tutte le tabelle a seguire, rappresentino esclusivamente un valore di riferimento per l'azienda per poter monitorare e computare i miglioramenti nel tempo derivanti dalle misure implementate. **Essi non consentono quindi di effettuare confronti con aziende e realtà differenti, in relazione alla intrinseca specificità di ciascun contesto** (ad esempio, la produzione di Bag in Box che non rientrano nel computo delle bottiglie).

Di seguito, si riportano le stime quantitative delle emissioni aziendali per unità funzionale, distinte per area e con il dettaglio delle attività produttive calcolate per l'anno 2023.

Impact category 2023	Unit	Campagna	Cantina	Imbottigliamento	Totale
WSI	m3	786,91	1.261,87	23.598,60	25647,38
Aquatic acidification	kg SO2 eq	2.700,38	245,22	3.039,62	5985,22
Freshwater eutrophication	kg P eq	157,47	73,10	87,46	318,03
Human toxicity, cancer	CTUh	1,56E-05	6,06E-06	7,86E-05	0,00010
Human toxicity, non cancer	CTUh	1,58E-06	7,64E-06	7,89E-06	1,71E-05
Ecotoxicity	CTUe	8.997,23	56.115,39	37.977,02	103089,6

Area Campagna

Impact category	Unit	Totale	Total/1 q uva
Water Scarcity Index	m3	786,91	0,132
Aquatic acidification	kg SO2 eq	2.700,38	0,452
Freshwater eutrophication	kg P eq	157,47	0,026
Human toxicity, cancer	CTUh	1,56E-05	2,61E-09
Human toxicity, non cancer	CTUh	1,58E-06	2,65E-10
Ecotoxicity	CTUe	8.997,23	1,507

Area Cantina

Impact category	Unità	Totale	Impatto per 1 l vino
Water Scarcity Index	m3	1.261,87	0,003
Aquatic acidification	kg SO2 eq	245,22	0,001
Freshwater eutrophication	kg P eq	73,10	0,00017
Human toxicity, cancer	CTUh	6,06E-06	1,45E-11
Human toxicity, non cancer	CTUh	7,64E-06	1,83E-11
Ecotoxicity	CTUe	56.115,39	0,134

Area Imbottigliamento

Impact category	Unità	Totale	Impatto per bottiglia da 0,75
Water Scarcity Index	m3	23.598,60	0,025
Aquatic acidification	kg SO2 eq	3.039,62	0,003
Freshwater eutrophication	kg P eq	87,46	9,37E-05
Human toxicity, cancer	CTUh	7,86E-05	8,42E-11
Human toxicity, non cancer	CTUh	7,89E-06	8,45E-12
Ecotoxicity	CTUe	37.977,02	0,041

Confronto 2022-2023

Area Campagna

Impact category	Unit	2022	2023	Differenza
WSI	m3	0,0385	0,132	>100%
Aquatic acidification	kg SO2 eq	0,209	0,452	>100%
Freshwater eutrophication	kg P eq	0,00206	0,026	>100%
Human toxicity, cancer	CTUh	2,00E-10	2,61E-09	>100%

Human toxicity, non cancer	CTUh	2,37E-11	2,65E-10	>100%
Ecotoxicity	CTUe	0,069	1,507	>100%

Area Cantina

Impact category	Unit	2022	2023	Differenza
WSI	m3	0,00267	0,003	12%
Aquatic acidification	kg SO2 eq	0,00290	0,001	-66%
Freshwater eutrophication	kg P eq	0,00026	0,00017	-35%
Human toxicity, cancer	CTUh	6,56E-11	1,45E-11	-78%
Human toxicity, non cancer	CTUh	2,13E-11	1,83E-11	-14%
Ecotoxicity	CTUe	0,202	0,134	-34%

Area Imbottigliamento, impatto da filiera

Impact category	Unit	2022	2023	Differenza
WSI	m3	0,00068	0,025	>100%
Aquatic acidification	kg SO2 eq	0,00428	0,003	-30%
Freshwater eutrophication	kg P eq	0,00010	9,37E-05	-6%
Human toxicity, cancer	CTUh	1,01E-10	8,42E-11	-17%
Human toxicity, non cancer	CTUh	8,41E-12	8,45E-12	0%
Ecotoxicity	CTUe	0,020	0,041	>100%

Valori Totali

Impact category	Unit	2022	2023	Differenza
WSI	m3	1.807,28	25647,38	>100%
Aquatic acidification	kg SO2 eq	5.823,69	5985,22	3%
Freshwater eutrophication	kg P eq	195,29	318,03	63%
Human toxicity, cancer	CTUh	1,10E-04	0,00010	-9%
Human toxicity, non cancer	CTUh	1,53E-05	1,71E-05	12%
Ecotoxicity	CTUe	44.892,65	103089,6	>100%

Conclusioni

Dall'analisi degli indicatori di Water Footprint emerge che la scarsità idrica (consumo di acqua) è generata quasi esclusivamente dai prelievi diretti di acqua, mentre per gli indicatori di qualità delle acque (acidificazione, eutrofizzazione ed ecotossicità) le fasi di produzione del packaging, il consumo di energia elettrica e l'uso di gasolio incidono in larga misura. Infine, per la tossicità umana, l'uso di pesticidi nel vigneto incide notevolmente nell'impatto generato.

Qualsiasi azione di miglioramento dovrebbe incentrarsi su questi processi.

MATERIE PRIME & PACKAGING

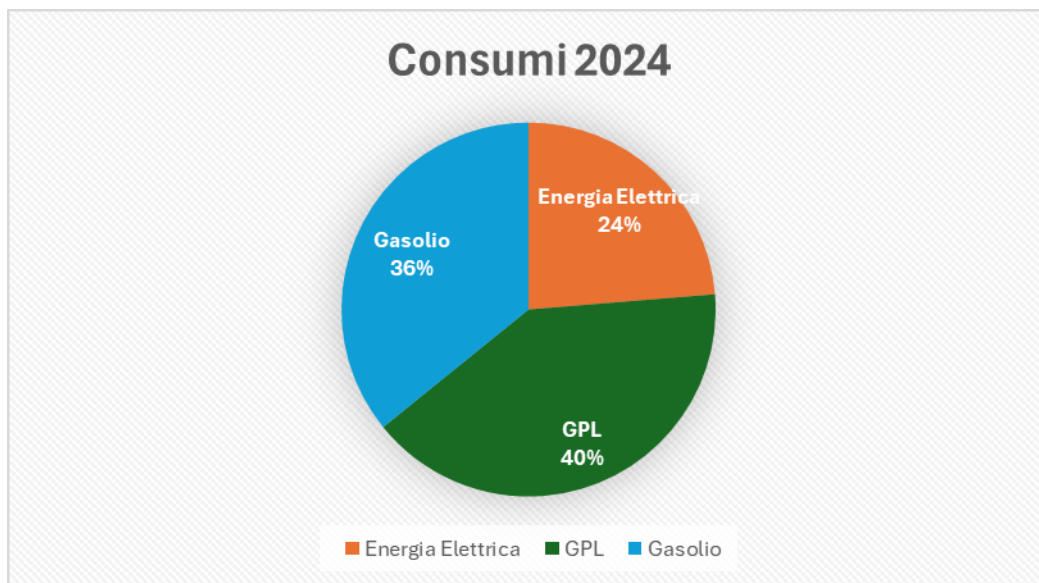
- I vini prodotti dalla Castello di Albola possono essere venduti in bottiglia in diversi formati ad es: 0.75, 1,5 o 3 l.
- Con **cadenza annuale**, l'organizzazione valuta la **tipologia di packaging** utilizzata e le possibili eventuali alternative, al fine di individuare, all'interno della stessa tipologia o di altre ritenute compatibili, quelle che possono ridurre i consumi idrici e/o energetici in base a criteri oggettivi. Inoltre, l'azienda effettua la scelta della tipologia di packaging considerando la capacità di preservare nel tempo le caratteristiche qualitative del prodotto anche in funzione della sua destinazione d'uso, della richiesta del cliente e delle modalità di vendita.
- Per i vini prodotti da Castello di Albola, sono stati scelti componenti con materiali ad impatto ambientale ridotto dove possibile, ad esempio, compatibilmente alle esigenze dei mercati di destinazione le bottiglie vengono acquistate anche nelle versioni alleggerite, i tappi in sughero ed i cartoni prevalentemente da fornitori certificati FSC.

Annualmente l'azienda mette in atto le dovute azioni al fine di rivalutare l'adeguatezza del sistema di gestione della sostenibilità e degli obiettivi definiti e provvede all'eventuale aggiornamento se necessario, nell'ottica del miglioramento continuo.

ENERGIA

I consumi energetici aziendali sono suddivisi tra energia elettrica, metano e gasolio.

CONSUMI DI ENERGIA PER FONTE 2024	
Energia Elettrica	370.495,9 KWh
GPL	90.272 Lt
Gasolio	56.569,7 Lt



I consumi di **energia elettrica** si verificano per lo più nelle **attività e nei processi produttivi di cantina** come pigiatura, vinificazione, condizionamento dei locali e attrezzature elettriche. Le altre attività che consumano energia elettrica sono quelle relative al normale funzionamento, **soprattutto l'illuminazione, del centro aziendale, degli uffici, della foresteria e degli appartamenti aziendali, per il condizionamento dei locali, attrezzature elettriche, dei processi produttivi di pigiatura, vinificazione.**

Il **gasolio** è utilizzato per le vetture aziendali e per i mezzi agricoli.

Nel periodo del 2016-2017 sono state compiute **diverse azioni volte alla riduzione dei consumi e all'efficientamento energetico**: sono stati installati dei dispositivi per il monitoraggio energetico di diversi quadri elettrici che alimentano luci, compressori, linee pigiatura, vinificatori, al fine di valutare eventuali inefficienze e sprechi.

Nel corso del 2020 le lampade di illuminazione della cantina sono state sostituite con luci a led per migliorare l'efficienza energetica, ridurre i consumi ed i costi di manutenzione. ■

ACQUA

Gran parte del consumo idrico totale nella tenuta è generato dalle attività di cantina e dall'imbottigliamento. La restante parte è per le attività di uso civile.

Nel 2024 non è stata effettuata irrigazione dei vigneti aziendali, ma sono stati consumati **505 mc** di acqua derivata da **pozzo artesiano** per le attività di cantina e di imbottigliamento. Il prelievo di acqua da pozzo è regolarmente autorizzato e monitorato con **analisi chimico fisiche a cadenza periodica**.

L'acqua prelevata dall'acquedotto viene invece utilizzata solo in parte nei processi produttivi in cantina. Una piccola percentuale di acqua è recuperata attraverso un sistema artigianale per il recupero delle acque di lavaggio dei mezzi dopo i trattamenti.

SCARICHI IDRICI

Gli **scarichi idrici** dell'azienda, sia civili che di processo, si immettono in diverse **fosse Imhoff**, non essendo presente la fognatura. Sono presenti 5 punti di scarico, che a loro volta alimentano delle vasche di sedimentazione al termine delle quali è presente un tubo drenante, che assolve alla funzione di sub-irrigazione.

Una volta all'anno vengono analizzate le acque reflue dei 5 punti di scarico da laboratorio esterno accreditato.

L'azienda, inoltre, utilizza un **sistema di recupero** delle acque di lavaggio degli atomizzatori. In una piazzola appositamente dedicata è presente un circuito di raccolta dell'acqua che prevede una vasca di recupero che consente il riutilizzo dell'acqua.

RIFIUTI

Lo **stoccaggio dei rifiuti** avviene in aree protette dall'azione del dilavamento, all'interno di opportuni contenitori che vengono identificati con cartelli che ne identificano il codice CER assegnato; in questo modo si evita che possano essere commessi errori di identificazione e che i rifiuti di tipologia diversa non vengano mescolati assieme.

Nel 2024 la totalità dei rifiuti prodotti è stata destinata al **recupero**.

Percentuali aggiornate al 2024:

- Rifiuti speciali 52,3%
- Carta 20,6%
- Imballaggi in plastica 27,1%

OBIETTIVI E PIANO DI MIGLIORAMENTO

Castello di Abola si impegna a migliorare la propria sostenibilità sia in termini di buone prassi che di risultati ottenuti dagli indicatori ambientali attraverso la **definizione di alcuni obiettivi che si propone di raggiungere per l'anno 2025.**

OBIETTIVI QUANTITATIVI 2020 – valutazione raggiungimento

n°	OBIETTIVO/ATTIVITA'	INCA RICA TO	COME ATTUARE OBIETTIVO/AT TIVITA' /	INDICAT ORE	INDICAT ORE VALORE 2019	NOTE SU VALORE 2019	INDICAT ORE VALORE PREVIST O 2020	INDICATORE VALORE 2020	TEMPI PREVIST I	VALORE RAGGIUNT O AL 31/12/20
1/20	Sostenere la comunità locale assumendo persone dalla comunità per l'esecuzione delle attività di campagna, anziché affidarle a cooperativa esterna	DA	Assumere dipendenti temporanei dalla comunità locale	Sostegno della comunità	0	Manodopera campagna affidata a cooperativa esterna	9	Manodopera campagna per la gestione del verde, affidata a dipendenti interni assunti dalla comunità locale	12/2020	9
2/20	Risparmio economico attraverso l'autoproduzione dei semi necessari al sovescio	AGRO	Autoproduzione semi per sovescio da sempre acquistato da fornitori	Risparmio economico	100% acquisto esterno	Produzione interna Favino	0% acquisto esterno	Autoproduzione di segale, orzo, pisello e favino utilizzati per il sovescio	12/2020	20% acquisto esterno

Obiettivo 01/20: al 31/12/20 l'obiettivo relativo all'assunzione diretta di n°9 persone dalla comunità locale per lo svolgimento delle attività di campagna, è stato raggiunto al 100%.

Obiettivo 02/20: l'autoproduzione di semi per sovescio è stata raggiunta all'80%, si rimanda pertanto l'obiettivo per completamento entro l'anno 2021.

OBIETTIVI QUANTITATIVI 2021 – valutazione raggiungimento

n°	OBIETTIVO/ATTIVITA'	INCA RICA TO	COME ATTUARE OBIETTIVO/ATTIVITA' /	INDICATORE	INDICAT ORE VALORE 2020	NOTE SU VALORE 2020	INDICAT ORE VALORE PREVIST O 2021	INDICATORE VALORE 2020	TEMPI PREVISTI	VALORE RAGGIUNTO AL 31/12/2021
2/20	Risparmio economico attraverso l'autoproduzione dei semi necessari al sovescio	AGRO	Autoproduzione semi per sovescio da sempre acquistato da fornitori	Risparmio economico	100% acquisto esterno	Produzione interna Favino	20% acquisto esterno	Autoproduzione di segale, orzo, pisello e favino utilizzati per il sovescio	12/2021	100% autoprodotta
1/21	Sostenere la comunità locale assumendo persone dalla comunità	DA	Assumere dipendenti temporanei specializzati per la campagna e fornire un supporto al lavoro dell'agronomo	Sostegno della comunità e risorsa aggiuntiva per collaborazione agronomo	0	Agronomo impegnato in tutti gli aspetti della gestione agricola	1	Dipendente assunto dalla comunità locale e fornire collaborazione all'agronomo	12/2021	100% assunto 1 dipendente e dalla comunità locale

2/21	Migliore gestione del vigneto, anche dal punto di vista della sostenibilità	DA	Consulenza di tecnici in supporto alle risorse interne	Miglioramento efficienza e qualità operazioni vigneto	0	Nessuna collaborazione	1	Formalizzazione di una specifica consulenza con società esterna	12/2021	100% avviata collaborazione con 1 soc. esterna.
3/21	Migliore gestione degli aspetti enologici	DA	Consulenza di tecnici in supporto alle risorse interne	Miglioramento efficienza dei processi e qualità del prodotto finale	0	Nessuna collaborazione	1	Formalizzazione di una specifica consulenza con enologo esterno	12/2021	100% avviata collaborazione con consulente enologico

Obiettivo 02/20: raggiunta autoproduzione semi per sovescio al 100%

Obiettivo 01/21: assunto un dipendente dalla comunità locale in supporto all'agronomo.

Obiettivo 02/21: avviata collaborazione con una società esterna per le attività di Campagna.

Obiettivo 03/21: avviata collaborazione con un nuovo consulente enologico.

OBIETTIVI QUANTITATIVI 2022– valutazione raggiungimento

n°	OBIETTIVO/ATTIVITÀ	INCARICATO	COME ATTUARE OBIETTIVO/ATTIVITÀ /	INDICATORE	INDICATORE VALORE 2021	NOTE SU VALORE 2021	INDICATORE VALORE PREVISTO 2022	INDICATORE VALORE 2022	TEMPI PREVISTI	VALORE RAGGIUNTO AL 31/12/2022
01/22	Migliorare le competenze interne	DA	Avviare corsi di formazione specifica per funzione (es. corso pianificazione produzione)	Aumento competenze specifiche	0	Nessun corso specifico effettuato	Almeno 1 corso avviato	Avviare corso per addetti alla pianificazione della produzione	12/2022	100% Svolto corso di "Gestione del Cliente"
02/22	Migliorare la comunicazione locale	DA	Aumentare il numero di riviste ed eventi che incentivano la partecipazione locale	Aumentare la conoscenza dell'azienda sul territorio	1 rivista e 15 eventi	Avviata collaborazione con n°1 rivista locale ed organizzati 15 eventi	2 riviste e 20 eventi	Avviare la collaborazione con N°2 riviste ed organizzare n°20 eventi	12/2022	100% Avviate collaborazioni con 3 riviste e organizzati più di 20 eventi
03/22	Migliorare la produttività	DA	Aumentare i vigneti produttivi	Miglioramento produttività vigneti	Ettari 2021 produttivi: 103,727	N° ettari produttivi	Ettari 2022 produttivi: 106,265	Aumento del 2,4% la produttività	12/2022	100% Aumentati i vigneti produttivi 108,43ha
04/22	Produrre vini sostenibili attraverso la creazione di una linea specifica di vini in Anfora destinati esclusivamente al territorio locale	DA	Creazione linea vini in anfora	Miglioramento la gamma dei prodotti	0	Nessun vino in anfora prodotto	1	Creazione di almeno 1 vino in anfora	12/2022	100% Prodotto 1 vino in anfora: "Marangole"

Obiettivo 01/22: svolto il corso "gestione del cliente".

Obiettivo 02/22: Avviate collaborazioni con 3 riviste e organizzati più di 20 eventi.

Obiettivo 03/22: Aumentati i vigneti produttivi 108,43 ha.

Obiettivo 04/22: Prodotto 1 vino in anfora: “Marangole”

OBIETTIVI QUANTITATIVI 2023 – valutazione raggiungimento

n°	OBIETTIVO/ATTIVITA'	INCARICATO	COME ATTUARE OBIETTIVO/ATTIVITA' /	INDICATORE	INDICATORE VALORE 2022	NOTE SU VALORE 2022	INDICATORE VALORE PREVISTO 2023	INDICATORE VALORE 2023	TEMPI PREVISTI
01/23	Rafforzare la comunicazione locale	DA	Aumentare il numero di riviste ed eventi che incentivano la partecipazione locale	Aumentare la conoscenza dell'azienda sul territorio	2 riviste e 20 eventi	Avviata collaborazione con n°2 rivista locale ed organizzati 20 eventi	3 riviste e 25 eventi	Avviare la collaborazione con N°3 riviste ed organizzare n°25 eventi	12/2023 Abbiamo avviato la collaborazione con 3 riviste e organizzato 25 eventi
02/23	Migliorare la gestione del lavoro in campagna	DA	Sostituzione di macchine agricole	Sostituzione di n°1 macchina agricola vecchia con una macchina nuova	0	Nessun nuovo mezzo agricolo acquistato	Almeno 1 nuova macchina agricola	Acquisto di almeno n°1 macchina agricola nuova in sostituzione di una vecchia	100% Acquistato 1 nuova macchina agricola
03/23	Miglioramento strutture di accoglienza	DA	Ottimizzare le attività di accoglienza clienti	Migliorare il layout della bottaia	0	Nessun opera di ammodernamento della struttura ricettiva	Miglioramento della bottaia	Migliorare il layout della bottaia per ottimizzare le attività di accoglienza clienti	100% Ottimizzate le attività di accoglienza con creazione della bottigliera
04/23	Migliore gestione del vigneto, anche dal punto di vista della sostenibilità	DA	Acquisto di nuove centraline meteo	Migliore accuratezza delle informazioni raccolte	0	Nessuna centralina meteo di proprietà dell'azienda	N° nuove centraline meteo	Acquisto di 2 nuove centraline meteo in 2 anni	0% Non sono state acquistate nuove centraline meteo

Obiettivo 01/23: 12/2023 Abbiamo avviato la collaborazione con 3 riviste e organizzato 25 eventi

Obiettivo 02/23: Acquistato 1 nuova macchina agricola

Obiettivo 03/23: Ottimizzate le attività di accoglienza con creazione della bottigliera.

Obiettivo 04/23: Non sono state acquistate nuove centraline meteo

OBIETTIVI QUANTITATIVI 2024

n°	OBIETTIVO/ATTIVITÀ	INCARICATO	COME ATTUARE OBIETTIVO/ATTIVITÀ	INDICATORE	INDICATORE VALORE 2023	NOTE SU VALORE 2023	INDICATORE VALORE PREVISTO 2024	INDICATORE VALORE 2024	TEMPI PREVISTI
01/24	Rafforzare la comunicazione locale sulla stampa vitivinicola per contribuire ad accrescere la visibilità della cultura locale.	DA	Aumentare il numero di comunicati stampa inviati e le visite in tenuta dei giornalisti che scrivono su pubblicazioni del vino.	Numero di pubblicazioni sulla stampa cartacea o digitale.	5	Pubblicazioni sulla stampa vitivinicola	10 pubblicazioni	+50% degli editoriali	12/2024 100%
02/24	Rafforzare la comunicazione locale sulla stampa lifestyle per contribuire ad accrescere la visibilità del territorio di Radda in Chianti.	DA	Aumentare il numero di comunicati stampa inviati e le visite in tenuta dei giornalisti che scrivono su pubblicazioni lifestyle.	Numero di pubblicazioni sulla stampa cartacea o digitale.	5	Pubblicazioni sulla stampa Lifestyle	10 pubblicazioni	+50% degli editoriali	12/2024 100%
03/24	Rafforzare la promozione digitale della tenuta e del suo territorio in area Toscana.	DA	Definire l'allocatione degli investimenti digitali rispetto agli investimenti	Visualizzazioni	ND	Non monitorato in modo strategico	200.000 visualizzazioni	Raggiungimento di 300K visualizzazioni nel corso dell'anno	12/24 150 %
04/24	Aumentare il coinvolgimento della comunità locale agli eventi della tenuta.	DA	Aumentare il numero di invitati e rafforzare la promozione locale.	Numero di partecipanti	100 partecipanti	Partecipanti della comunità locale durante gli eventi estivi	120 partecipanti	+20% dei partecipanti rispetto all'anno precedente	12/2024 100%
05/24	Rafforzare la promozione dei vini Biologici della tenuta	DA	Partecipazione a concorsi di degustazione e awards	Numero di partecipazioni	NM	Non monitorato	15 degustazioni	Candidare i vini della tenuta a 15 degustazioni	12/14 100%
06/24	Migliorare la gestione del lavoro in campagna	DA	Adesione al progetto europeo LIFE VitiCaSe	Aumento di assimilazione di carbonio nel suolo	ND	Nessuna adesione a progetti europei di gestione del carbonio	Adesione al progetto LIFE VitiCaSe	Aumento assimilazione di carbonio nel suolo per migliorare la gestione del campo	12/2024 100%
07/24	Miglioramento strutture di accoglienza	DA	Ottimizzare le attività di accoglienza clienti	Migliorare il layout della bottaia	0	Nessun'opera di ammodernamento della struttura ricettiva	Miglioramento della bottaia	Migliorare il layout della bottaia per ottimizzare le attività di accoglienza clienti	12/2024 100%
08/24	Attivazione di un piano di formazione interna per i dipendenti di Castello di Albola	DA	Attivazione di un corso d'inglese per i dipendenti ed un corso di formazione sulla Sostenibilità	Numero di ore	ND	Non erogate queste ore di formazione tramite academy	100 ore (somma delle ore uniche per dipendente)	Erogare 32 ore di formazione dei dipendenti	12/2024 32%
09/24	Migliore gestione del vigneto, anche dal punto di vista della sostenibilità	DA	Installazione di nuovi Puffer per la confusione sessuale degli insetti	Numero di ettari trattati a confusione sessuale	0	Aumento di 8,5 ha di utilizzo della confusione sessuale	N° nuovi ettari gestiti tramite confusione sessuale	8,5 ha in più rispetto al 2023	12/2024 100%

Obiettivo 01/24: Le principali news che ci hanno permesso di realizzare l'obiettivo sono la pubblicazione del bilancio di sostenibilità, le nuove annate dei vini biologici della tenuta e le interviste al Direttore Alessandro Gallo.

Obiettivo 02/24: L'obiettivo è stato raggiunto grazie alle relazioni implementate per coinvolgere la stampa food che segue e promuove la cultura enogastronomica italiana.

Obiettivo 03/24: Grazie alle campagne digitali FB/IG che sono state implementate abbiamo raggiunto oltre 300.000 visualizzazioni dei nostri contenuti digitali focalizzati su Radda in Chianti, il nostro percorso sostenibile e il biologico.

Obiettivo 04/24: Grazie al nostro ricco calendario estivo di eventi e incontri abbiamo coinvolto la comunità locale e ancor più le istituzioni.

Obiettivo 05/24: Al fine di promuovere i nostri vini biologici, abbiamo partecipato a 15 concorsi di degustazione e awards, nazionali ed internazionali.

Obiettivo 06/24: La partecipazione al Progetto Life Viticase ci ha permesso di partecipare ad uno studio sperimentale, di durata pluriennale, con altri portavoce della nostra industria, studiosi e ricercatori. Il progetto come da programma continuerà anche nel 2025 e 2026.

Obiettivo 07/24: Abbiamo migliorato la gestione della nostra struttura ricettiva, creando un nuovo spazio dedicato all'accoglienza, così da gestire meglio i flussi di turisti nazionali ed internazionali al fine di offrire un miglior servizio e comfort ai nostri ospiti e appassionati.

Obiettivo 08/24: In merito alle attività di formazione, l'obiettivo è ancora in fase di sviluppo. Obiettivo di miglioramento previsto per il 2025 e il 2026 è erogare delle attività di formazione interna in merito alla sostenibilità, corsi di inglese così da rafforzare le competenze dei collaboratori.

Obiettivo 09/24: È stato raggiunto con successo l'obiettivo di installazione di nuovi puffer per la confusione sessuale degli insetti così da garantire una sempre maggiore tutela della biodiversità.

OBIETTIVI QUANTITATIVI 2025

n°	OBIETTIVO/ATTI VITA'	INCARICA TO	COME ATTUARE OBIETTIVO/ATTIV ITA'/?	INDICATO RE	INDICATO RE VALORE 2024	NOTE SU VALO RE 2024	INDICATO RE VALORE PREVISTO 2025	INDICATO RE VALORE 2025	TEMPI PREVIS TI
01/2 5	Rafforzare la comunicazione locale sulla stampa vitivinicola per contribuire ad accrescere la visibilità della cultura locale.	DA	Aumentare il numero di comunicati stampa inviati e le visite in tenuta dei giornalisti che scrivono su pubblicazioni del vino.	Numero di pubblicazioni sulla stampa cartacea o digitale.	10 pubblicazioni		12 pubblicazioni	+20%	12/20 25
02/2 5	Rafforzare la promozione digitale della tenuta e del suo territorio in area Toscana.	DA	Definire l'allocatione degli investimenti digitali rispetto agli investimenti	Visualizzazioni	300k		600k visualizzazioni	+50%	12/20 25
03/2 5	Implementare le comunicazioni in ambito di sostenibilità sulla piattaforma LinkedIn aziendale	DA	Comunicazioni tramite post sulla piattaforma LinkedIn di pratiche sostenibili adottate dall'azienda	Numero di post	2		4 post	+50%	12/20 25

04/25	Implementare le comunicazioni in ambito di sostenibilità sulla piattaforma Instagram e Facebook	DA	Comunicazioni tramite post sulla piattaforma Instagram e Facebook di pratiche sostenibili adottate dall'azienda	Numero di Post	4		6 post	+50%	12/2025
05/25	Aumentare il coinvolgimento locale agli eventi della tenuta	DA	Aumentare il numero di invitati e rafforzare la promozione locale	Numero di partecipanti	120 partecipanti		150	+25%	12/2025
06/25	Coinvolgimento delle nuove generazioni tramite l'academy aziendale	DA	Collaborazioni con università italiane ed internazionali per promuovere sostenibilità, made in Radda e cultura vitivinicola	Numero di lecture o interventi	4		5	+25%	12/2025
07/25	Attivazione di un piano di formazione interna per i dipendenti di Castello di Albola	DA	Attivazione di un corso di inglese per i dipendenti e un corso di formazione sulla sostenibilità	N. di ore erogate	32 ore erogate ai dipendenti		100 ore (somma delle ore uniche erogate)	Erogazione delle ore di formazioni	12/2025
8/25	Migliorare la gestione dei lavori in campagna	DA	Nuovo progetto agronomico Vitis4Value volto alla promozione di un compost da dedicare a 1 ha	Partecipazione al progetto	ND		1	Partecipazione al progetto e produzione di un compost da dedicare ad 1 ha	12/2025
9/25	Miglioramento promozione sostenibilità nei confronti dei turisti	DA	Miglioramento dei touch point all'interno del Castello di Albola per promuovere la visione sostenibile aziendale	Inserimento o touch point	ND		4	Inserimento dei touch point per promuovere la sostenibilità	12/2025

OBIETTIVI QUALITATIVI

Oltre al conseguimento degli obiettivi quantitativi l'azienda si prefigge anche degli obiettivi qualitativi che porteranno ad un miglioramento degli indicatori ambientali, quali ad esempio quelli previsti per la biodiversità che nell'anno in oggetto rappresentano comunque un buon punto di partenza per lo svolgimento delle misurazioni successive, nonché sugli indicatori Water Footprint e Carbon Footprint.

In particolare:

AMBITO	COSA VOGLIAMO FARE NEL 2025
Vigneto	Aumentare la dotazione di sostanza organica mediante l'uso periodico di compost, letame e altri concimi organici.

Vigneto	Procedere all'inerbimento semipermanente delle interfile, con semina di essenze autoctone polifite. Abbiamo aderito proprio in questa ottica alla Mis. 10.1.1 della Regione Toscana (inerbimento colture permanenti).
Vigneto	Limitare le lavorazioni superficiali del suolo (che favoriscono le perdite di acqua) e procedere alla semina di specie erbacee miglioratrici.
Vigneto	Formazione riguardante le pratiche agronomiche, con la collaborazione di consulenti specializzati.
Cantina e Imbottigliamento	Installazione di valvole dosatrici sui singoli punti di accesso all'acqua all'interno della cantina, per cercare di minimizzarne gli spechi.
Cantina e Imbottigliamento	Diminuzione del consumo di frigoriferi, sostituendo la refrigerazione con l'utilizzo di prodotti a base di cellulosa per la stabilizzazione chimica dei vini.
Carbon Footprint	Aumentare l'impegno, la formazione e quindi la sensibilità del personale aziendale , per effettuare una raccolta dati più specifica per singolo aspetto della filiera, al fine di ottenere un calcolo dell'impronta più corretto e dettagliato.
Water Footprint	Interventi migliorativi sul sistema di trattamento dei reflui di cantina , apportando maggior stoccaggio e ossigenazione con conseguente creazione di fanghi attivi e relativo abbattimento COD/BOD.
Comunicazione alla Stampa e KOL	Valorizzazione dell'Heritage di brand Castello di Albola, dei suoi Wines Of Altitude e del suo territorio.
Digitalizzazione	Rafforzamento delle attività digitali così da massimizzare la visibilità del brand ma anche delle attività di sostenibilità implementate e del territorio di Radda in Chianti. In aggiunta al Team Comunicazione del Gruppo ZONIN1821, una risorsa aziendale è dedicata all'implementazione della strategia di integrazione digitale (website – social media – e-commerce – dem).

Nota Metodologica

Il processo di raccolta e rendicontazione dei dati è iniziato nel 2016, quando Casa Vinicola Zonin ha deciso di far aderire alcune delle sue Tenute allo Standard Equalitas, tra le quali Castello di Albola.

Equalitas è una società privata costituita dai rappresentanti della filiera vitivinicola: Federdoc, Unione Italiana Vini, CSQA Certificazioni Srl, Valoritalia, 3Avino, Gambero Rosso.

Lo Standard Equalitas nasce dall'esigenza di condividere - per il settore vitivinicolo - una visione ed un approccio omogeneo alla sostenibilità ed utilizza l'approccio moderno ed integrato alla sostenibilità secondo i tre pilastri:

- **Sociale:** capacità di garantire condizioni di benessere umano (i diritti umani, le pratiche di lavoro, le pratiche operative leali, tutela dei consumatori, coinvolgimento e lo sviluppo della comunità, la qualità culturale e la salubrità del prodotto e del suo gesto di consumo).
- **Ambientale:** capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse naturali
- **Economico:** capacità di generare reddito e lavoro

Lo Standard prevede l'obbligo per l'azienda di redigere il Bilancio di Sostenibilità annuale che ha lo scopo di rendicontare le attività svolte in materia di sostenibilità, gli obiettivi raggiunti ed i miglioramenti programmati, da qui è partito questo progetto.

LINEE GUIDA

Per la stesura di questo documento sono state adottate come riferimento:

- Linee guida del GRI – Global Reporting Initiative - www.globalreporting.org
- Linee guida GBS – Gruppo di Studi per il Bilancio Sociale – www.gruppobilanciasociale.org
- Standard Equalitas - www.equalitas.it

PERIMETRO DEL DOCUMENTO

Sono rendicontate in questo documento tutte le attività eseguita da Castello di Albola.

I dati e le informazioni qualitative e quantitative dell'ambito sociale, dell'ambito economico ed ambientale, fanno riferimento all'esercizio 2024. La certificazione è stata rilasciata da Equalitas nel 2024. La revisione della certificazione è prevista per Aprile 2025.



Con questa certificazione **Castello di Albola** può ritenersi **un'organizzazione sostenibile** intesa come: sostenibilità dei processi aziendali lungo l'intera filiera produttiva, dal vigneto all'imbottigliamento, con rilevanza verso le risorse umane e tecnologiche che consentano di monitorare e ottimizzare gli impatti ambientali, sociali ed economici.

La tua opinione

Ricevere impressioni e giudizi da parte di un numero elevato di soggetti interessati al miglioramento della nostra gestione è per noi molto importante.

Invitiamo pertanto tutti i lettori a presentare osservazioni, suggerimenti e domande sia su questo Bilancio di Sostenibilità che sull'attività di Castello di Albola, utilizzando i seguenti riferimenti:

Castello di Albola

Via Pian d'Albola, 31

53017 Radda in Chianti (SI)

tel. + 39 0577 738019

fax. +39 0577 738793

info@albola.it

www.albola.it

Vi ringraziamo molto per averci dedicato il vostro tempo e restiamo in attesa di indicazioni da parte vostra.

Documento redatto il 14/04/2025