

The background features a series of concentric, slightly irregular circles in a dark brown color, creating a ripple effect. In the center, there is a faint, light-colored map of Italy.

LIBRANDI

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020



*“La Calabria racchiude in sé un mondo di
incomparabile bellezza.*

*Da questo paesaggio unico noi Librandi traiamo da
sempre ispirazione per incarnare la tradizione
enologica di una zona storicamente vocata alla
coltivazione della vite.*

*Mossi da questo interesse, abbiamo scelto di
tradurre in maniera oggettiva quella che da sempre
è la filosofia aziendale mediante l'adozione dello
standard Equalitas.”*

Famiglia Librandi

IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ TERRITORIO CALABRIA AUTENTICA

Racchiusa tra due mari, la Calabria offre un paesaggio mutevole e senza eguali, dalle cime impervie e i boschi rigogliosi nell'entroterra, fino alle chiare spiagge delle sue coste.

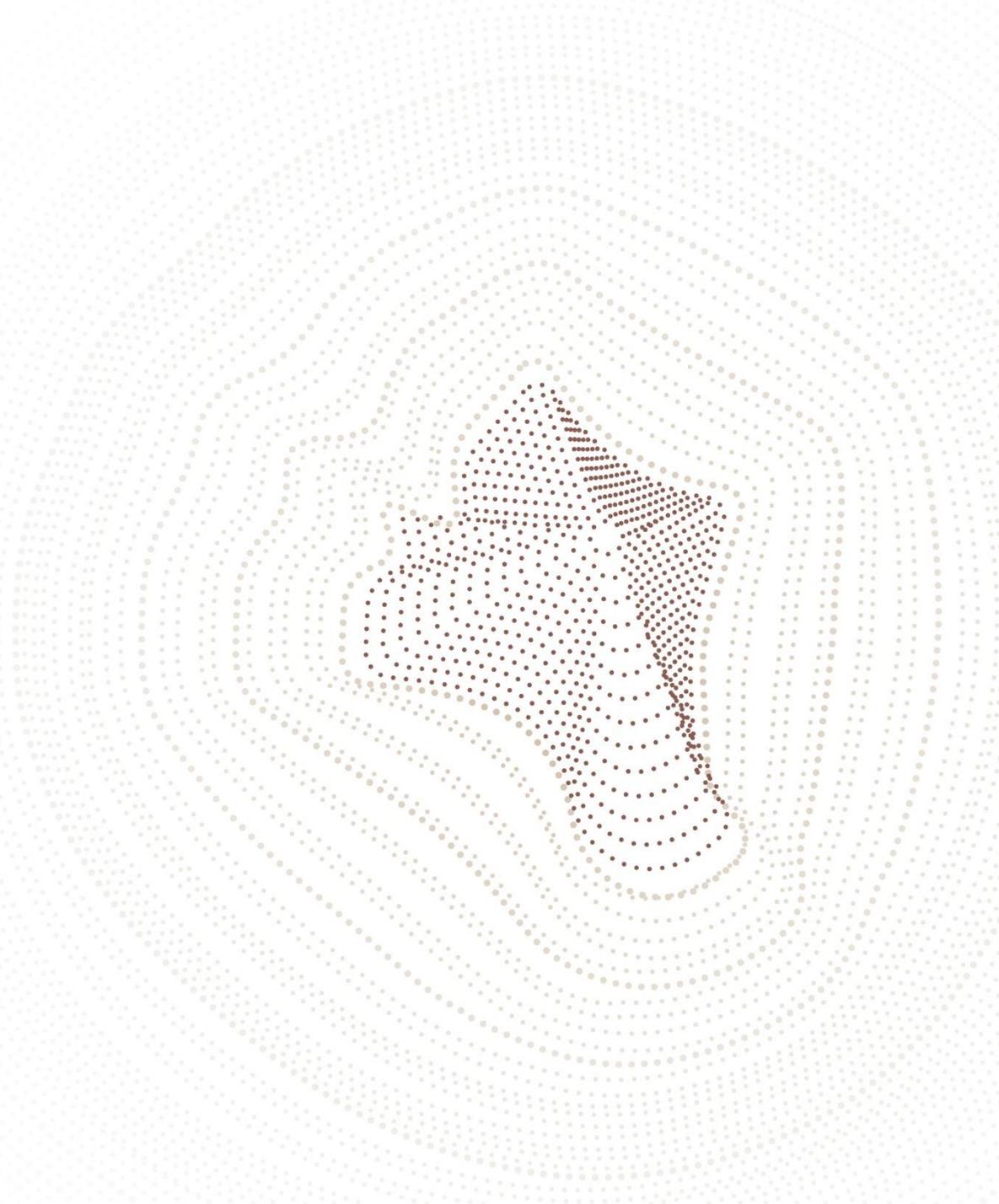
Librandi da sempre crede nel potenziale enologico e naturalistico della Calabria, terra autentica e rigogliosa che già i Greci, nel mondo antico, identificarono come "Enotria Tellus", ossia "**Terra del Vino**".



IDENTITÀ TERRITORIO DOC CIRÒ

Cirò rappresenta la storia e l'anima della vite e del vino in Calabria.

Pianure e colline a ridosso del mare si frammentano in una grande varietà di sottozone, ognuna con il suo carattere e le sue peculiarità. Le varietà vinicole si sono adattate profondamente a queste terre che le hanno accolte per secoli dando in cambio uve e vini unici.



IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ FAMIGLIA

Librandi crede fermamente nel concetto di **"famiglia"**.

L'azienda è da sempre a conduzione esclusivamente familiare; una scelta importante che vede i Librandi impegnati in prima linea in tutte le attività dell'azienda con impegno e passione, dalla gestione dei vigneti alla commercializzazione.



IDENTITÀ FAMIGLIA

Il concetto di famiglia è esteso, in senso lato, a tutto il **capitale umano** aziendale.

L'obiettivo è da sempre quello di costruire e coltivare un ambiente di lavoro sano, fatto di confronto e crescita, garantendo ai propri collaboratori condizioni di lavoro favorevoli in cui esprimere il massimo potenziale.

"Una grande famiglia."



IDENTITÀ

TERRITORIO

FAMIGLIA

SOSTENIBILITÀ

IDENTITÀ SOSTENIBILITÀ

“La sostenibilità ambientale è una linea guida chiave della nostra azienda, da sempre attenta alla cura del territorio e alla salvaguardia della biodiversità.”

Librandi da sempre si è posto come obiettivo primario la **ricerca in ambito vitivinicolo**, ricoprendo un ruolo da protagonista nella **riscoperta di vitigni autoctoni ormai dimenticati o perduti**.



IDENTITÀ SOSTENIBILITÀ

L'obiettivo è quello di preservare e valorizzare la grande **biodiversità** regionale, soprattutto in ambito vitivinicolo.

Sul fronte della viticoltura, l'azienda è da sempre attenta all'uso di pesticidi e trattamenti. Ha adottato a pieno la lotta integrata ed ha un occhio attento alla viticoltura biologica.



IDENTITÀ SOSTENIBILITÀ

La cantina, infine, è munita di un vasto impianto fotovoltaico che provvede a circa il 25-30% del fabbisogno energetico dei macchinari, con un notevole risparmio energetico ed un conseguente basso impatto ambientale.

Forte è anche la tutela del lavoro e dei dipendenti. Librandi si avvale solo di viticoltori locali, tutelati a pieno sia dal punto di vista contrattuale che della formazione. Lo spirito è quello di una grande famiglia.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

MISSION

I TRE PILASTRI

OBIETTIVI

POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ MISSION

Librandi basa le sue fondamenta sull'origine intesa non come margine geografico ma come territorio, con tutte le sue tradizioni, la sua storia, i suoi costumi, la sua conformazione paesaggistica.

*“Le nostre **Tenute** vogliono simboleggiare il valore, l'impegno e il tempo che la famiglia ha dedicato al proprio lavoro, aprendo per prima la via a livelli di qualità nella viticoltura calabrese e nella ricerca, gettando le basi per lavori futuri.”*



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ MISSION

Librandi ispira il proprio operato ai **principi dello sviluppo sostenibile**.

L'azienda è impegnata a contribuire attivamente al benessere sociale, alla protezione dell'ambiente e al progresso economico del territorio in cui opera.

L'obiettivo è perseguito mediante l'implementazione di un sistema di gestione della sostenibilità secondo tre pilastri.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

MISSION

PRINCIPI GENERALI

- **Legalità** L'azienda opera nell'assoluto rispetto della legge e del Codice Etico da essa sottoscritto;
- **Non discriminazione** Librandi evita e ripudia ogni discriminazione e al contempo favorisce l'integrazione fra portatori di interesse;
- **Riservatezza** Si impegna ad assicurare la protezione e la riservatezza dei dati personali dei destinatari e dei portatori di interessi,;
- **Diligenza e lealtà** Il rapporto tra l'azienda ed i suoi dipendenti è fondato sulla reciproca fiducia. Librandi favorisce gli interessi comuni (crescita economica e tutela del lavoro) assicurando un ambiente di lavoro paritario e stimolante.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

MISSION

I TRE PILASTRI

OBIETTIVI

POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ I TRE PILASTRI SOCIALE

Il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità passa per il **coinvolgimento attivo** dei dipendenti, dei fornitori e più in generale di tutti gli stakeholder, interni ed esterni, dell'azienda.

Ciò avviene mediante il rispetto e la comprensione delle normative, da quelle sulla sicurezza e salubrità del prodotto alla sicurezza sui luoghi di lavoro.

Nondimeno l'azienda si è da sempre dimostrata attenta al tessuto sociale territoriale, supportandolo con investimenti e attività di sponsorizzazione.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ I TRE PILASTRI AMBIENTALE

“Autenticità e diversità, sono questi i valori che vogliamo proteggere.”

Il rispetto dell'ambiente è la base di tutto. L'azienda si impegna a farlo seguendo due diversi approcci:

- **Proattivo**, con la scelta di macchinari all'avanguardia e di materie prime non impattanti nei consumi;
- **Correttivo**, valorizzando e premiando le buone pratiche, soprattutto quelle relative al conferimento delle uve, definendo degli standard di tutela che sono condizione necessaria per collaborare con l'azienda.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ I TRE PILASTRI ECONOMICO

Fondamentale è la capacità di mantenere la riproducibilità delle risorse garantendo al contempo **redditività** e giusta valorizzazione delle forniture.

La qualità del prodotto e dei processi non viene compromessa, anzi è valorizzata dalla scelta delle migliori procedure con il minore impatto sulle risorse ambientali.

Si ribadisce l'impegno verso i propri dipendenti, ai quali si garantisce la promozione di uno **standard di vita** dignitoso e di un **piano di crescita** nel tempo.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

MISSION

I TRE PILASTRI

OBIETTIVI

POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ OBIETTIVI

- Garantire l'applicazione dello **standard Equalitas**;
- Garantire ai propri dipendenti e partner condizioni che diano evidenza di uno standard di **crescita**, in termini di retribuzioni, equità delle stesse, livelli salariali, loro composizione, modifiche intervenute nel tempo compatibile con lo sviluppo economico dell'azienda stessa;
- Garantire ai produttori **assistenza** agronomica e supporto nelle scelte colturali, remunerazioni delle uve conferite in linea con un percorso di crescita continuo.



POLITICA DELLA SOSTENIBILITÀ

OBIETTIVI

Stakeholder

- Dipendenti
- Fornitori
- Clienti
- Media
- Comunità

Obiettivi

- Formazione
- Ambiente di lavoro stimolante
- Equità nei trattamenti
- Solidità
- Adozione degli stessi principi
- Qualità del prodotto
- Correttezza
- Adozione degli stessi principi
- Qualità dell'operato
- Rispetto delle risorse
- Progetti collettivi

Strumenti

- Incontri e riunioni
- Coinvolgimento nella vita d'impresa
- Incontri commerciali
- Condizioni di vantaggio
- Controllo qualità
- Gestione dei reclami
- Post, comunicazione
- Promozione attività meritevoli
- Investimenti a sostegno delle iniziative sociali

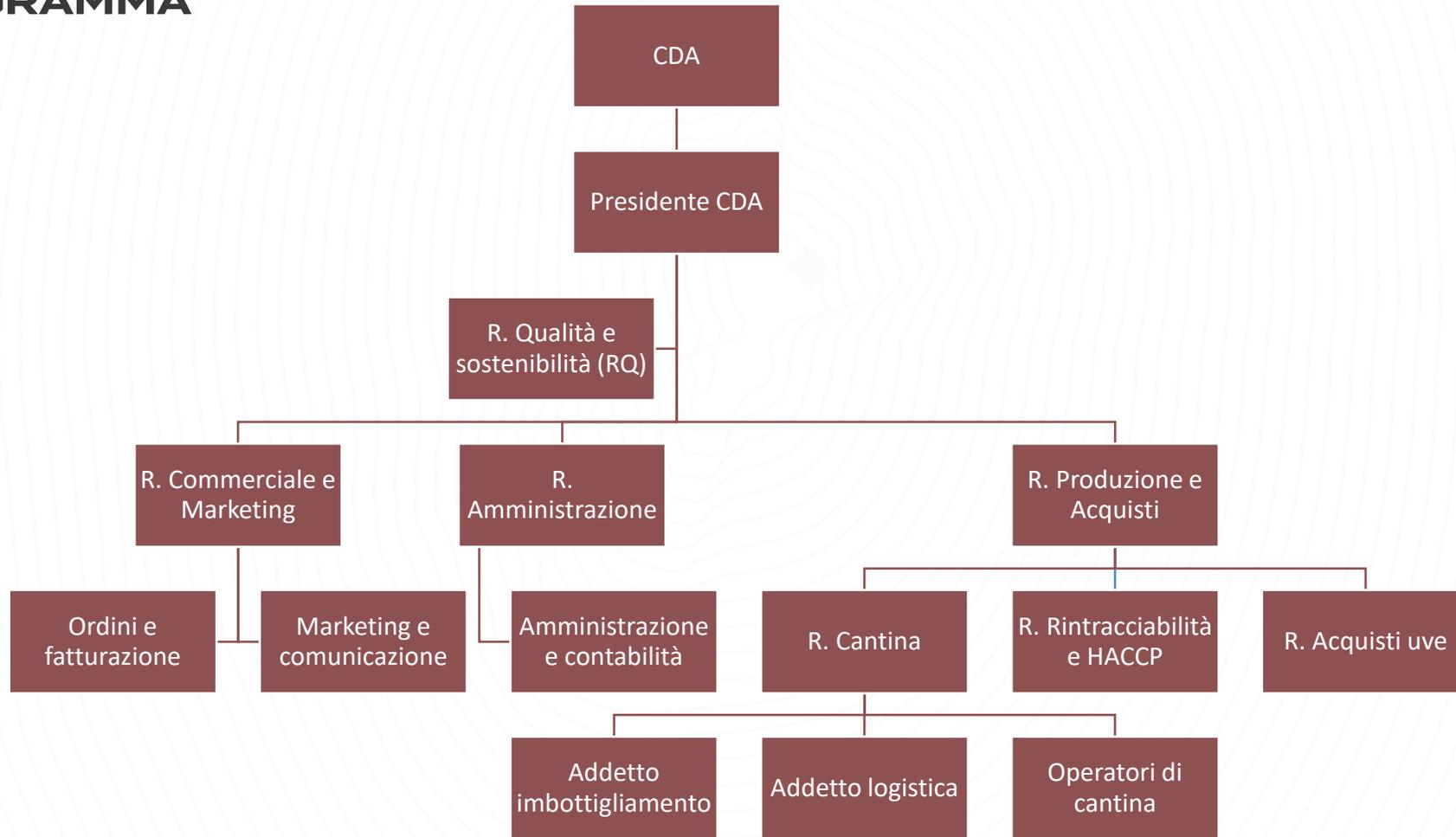
RELAZIONE SOCIALE

STAKEHOLDER

IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI SPECIFICI

RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER ORGANIGRAMMA



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER DIPENDENTI

Librandi è ferma sostenitrice del fatto che la creazione di valore di lungo periodo sia strettamente connessa al valore del capitale umano.

L'investimento costante in **crescita** professionale e **formazione** è da sempre, e continua ad esserlo, uno degli obiettivi primari.

Il capitale umano aziendale è così distribuito:
M=21 F=6
e risiede totalmente nella provincia di Crotone.
Tutti i dipendenti hanno un **contratto a tempo indeterminato**.

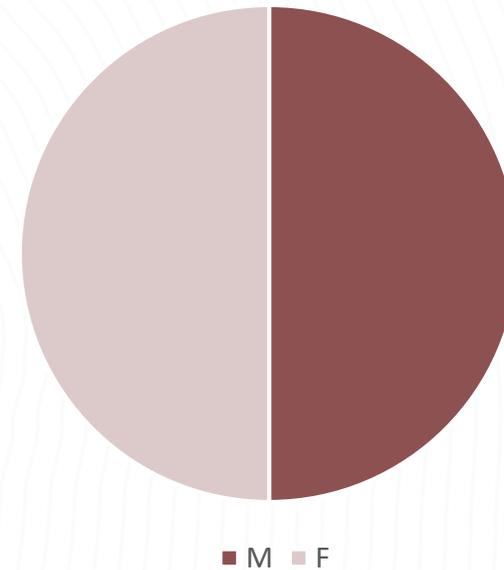


RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER DIPENDENTI

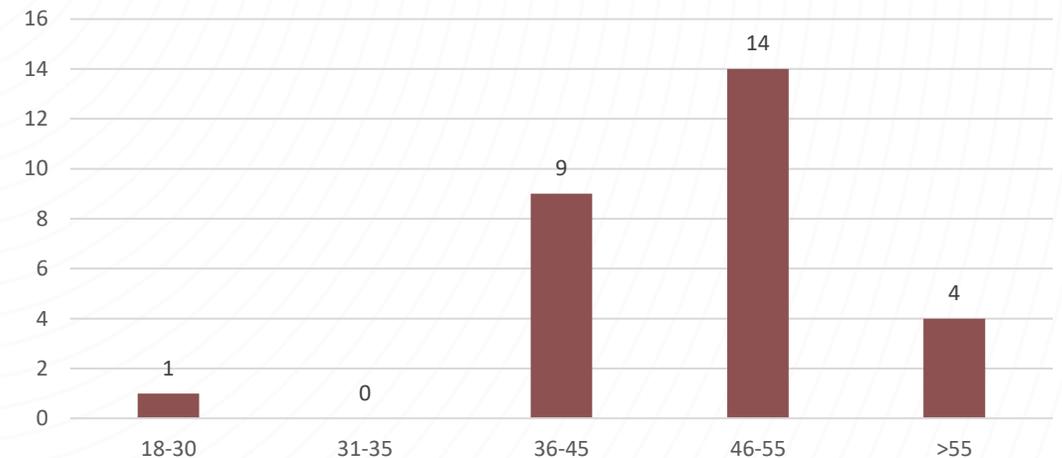
L'analisi del personale evidenzia una distribuzione di genere **equa** per la qualifica IMPIEGATO mentre vi è una motivata prevalenza maschile per la qualifica OPERAIO.

L'organizzazione monitora e verifica ogni anno il turnover dei dipendenti, Nel 2019 è stata assunta una nuova unità a tempo indeterminato. Non si sono registrate invece uscite, registrando un **turnover positivo**. Vista la tendenza conservativa del personale, la distribuzione per età è proiettata verso l'alto.

Distr. genere "impiegati"



Fasce di età

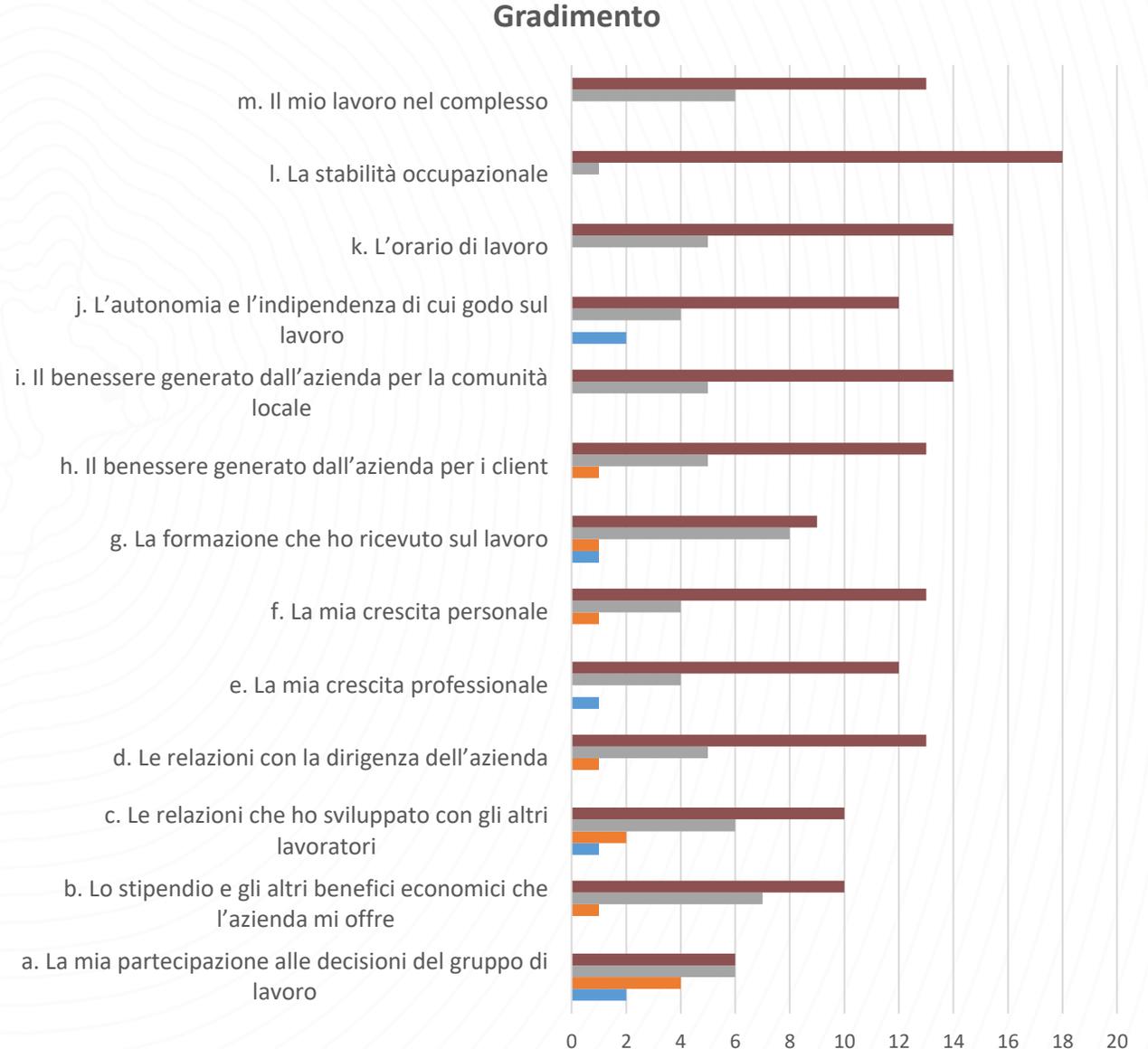


RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER DIPENDENTI

Da una rilevazione anonima di gradimento è emerso un riscontro **positivo** per i seguenti parametri:

- Stabilità occupazionale
- Orario di lavoro
- Gradimento della mansione
- Benessere generato dall'azienda
- Rapporto con i titolari
- Tempo libero dopo l'orario di lavoro

L'interesse dell'azienda è quello di mantenere e potenziare le aree di forza e intervenire sui punti di maggiore criticità.

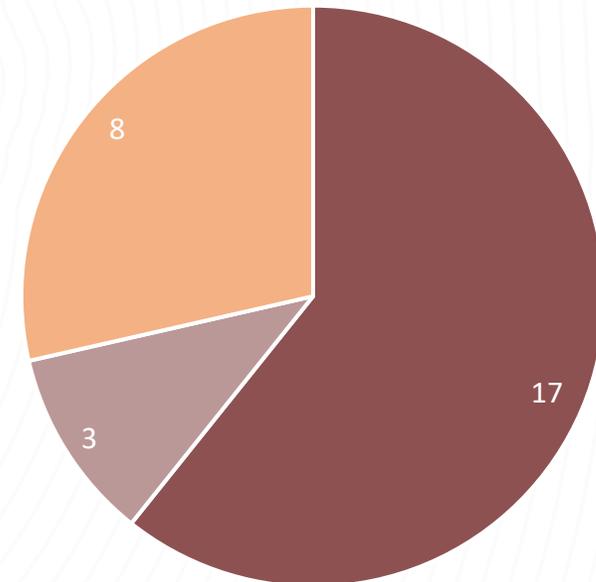


RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER FORNITORI

Librandi ritiene la selezione dei fornitori un elemento strategico, definendo una gestione degli stessi che tiene conto anche dei requisiti di sostenibilità. La scelta è dettata dalle seguenti ragioni:

1. Presenza di **certificazioni di sostenibilità** (ISO 14001, ISO 22000, BIO, FSC ecc.) e condivisione degli stessi principi e valori;
2. Vicinanza territoriale, sostegno della comunità locale e/o alti standard qualitativi non ravvisabili in altri fornitori, in assenza di certificazione.

Fornitori



■ Certificato ■ Non certificato, rivenditore di prodotti con certificazione ■ Non certificato

RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER CONFERITORI DI UVE

Ogni anno, oltre alle uve provenienti dalle Tenute di proprietà, l'azienda si avvale di conferitori locali selezionati. Librandi ha infatti fondato l'associazione "I Vignaioli del Cirò", in un'ottica di crescita reciproca delle competenze e del livello qualitativo dei prodotti finali,

La funzione primaria è la condivisione degli scopi e la crescita professionale. Il tutto passa dalla sottoscrizione di un **accordo di conformità** ai principi di sviluppo sostenibile adottati dall'azienda.

"L'amore per la nostra terra si traduce anche in un contributo all'economia locale."



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER CLIENTI

L'azienda attribuisce al cliente un ruolo primario nella sua strategia, ponendo la massima attenzione alla **qualità** e alla **sicurezza** del prodotto e del processo produttivo, garantiti dall'esperienza e dalla competenza del personale interno che da anni lavora in azienda, seguendo le regole e i comportamenti previsti dal manuale HACCP e dagli standard sulla sostenibilità della filiera vitivinicola.

Librandi segue direttamente le richieste della clientela mediante i canonici canali di comunicazione digitale e gestisce eventuali reclami provenienti dal mercato. Nel biennio 2019-20 non è pervenuta alcuna segnalazione di rilievo.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER COMUNITÀ

L'azienda si dimostra da sempre aperta e attenta alle esigenze delle collettività. Il personale dell'azienda è a disposizione per raccogliere istanze ed esigenze dei cittadini e cerca di incentivare iniziative volte ad una crescita economico-culturale del tessuto sociale.

Nessuna segnalazione importante è mai pervenuta all'azienda dai cittadini del comune di Cirò Marina (KR) ne dai vicini centri di interesse.

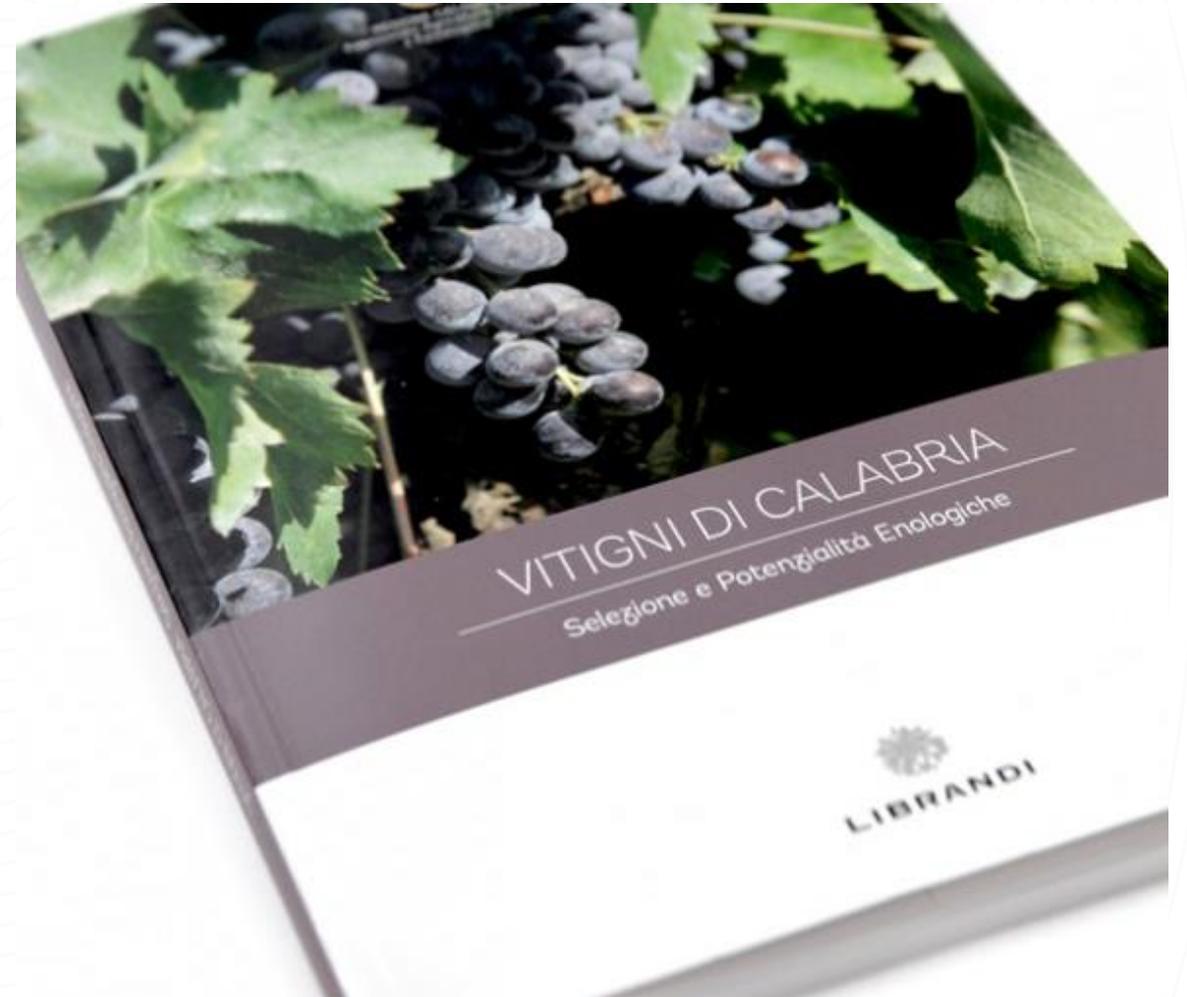
“Il nostro più profondo desiderio è quello di diffondere la conoscenza del patrimonio vitivinicolo calabrese, così ricco di storia, tradizioni e unicità.”



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER COMUNITÀ

Librandi è da sempre attenta alla promozione e sponsorizzazione di iniziative a carattere culturale (eventi de “Le donne del vino”, “Premio letterario Caccuri” ecc.) e sportivo (“ Club velico di Crotona”, squadre di calcio e tennis club del territorio).

Forte è anche la partecipazione e/o direzione di progetti di ricerca con Università e centri di ricerca nazionali. Nell'ultimo decennio sono state realizzate 6 pubblicazioni scientifiche volte alla classificazione e valorizzazione dei vitigni autoctoni regionali.



RELAZIONE SOCIALE STAKEHOLDER OSPITALITÀ

L'azienda è aperta tutto l'anno alle visite in cantina, presso la Tenuta Rosaneti e il Museo VI.TE.S. (Viticoltura, Territorio, Storia).

I visitatori vengono guidati da personale preparato in percorsi mirati, a seconda delle esigenze, e volti alla scoperta e promozione delle ricchezze territoriali.

Il tour in cantina è inoltre accessibile anche a persone affette da disabilità motoria, essendo previsti ingressi e spazi privi di barriere architettoniche.



RELAZIONE SOCIALE

STAKEHOLDER

IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI SPECIFICI

RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE

Il rispetto dell'ambiente è parte integrante dell'operato aziendale, ad ogni livello, ed influenza l'applicazione e la definizione delle strategie d'impresa.

Gli standard applicati prevedono requisiti oggettivi e verificabili attraverso la definizione di buone pratiche e di indicatori.

Con l'adozione dello Standard Equalitas, l'azienda si impegna nella gestione ambientale di tutte le attività e in tutti gli aspetti legati agli impatti che la stessa produce sulle categorie ambientali di **input** (energia elettrica, acqua, gas, combustibili, prodotti di lavorazione) e quelle di **output** (emissioni e rifiuti).



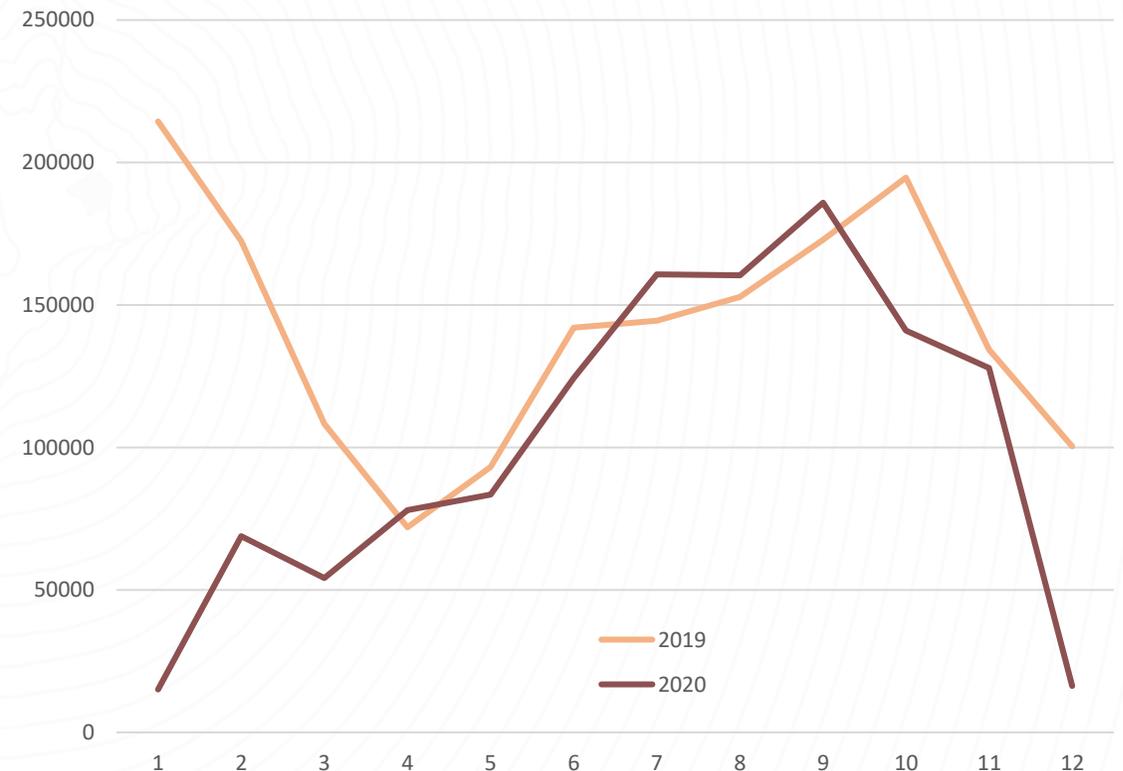
RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE ENERGIA ELETTRICA

I consumi maggiori di energia elettrica da fornitura nazionale si riscontrano durante i periodi di vendemmia e sono condizionati dal volume delle uve lavorate nell'anno (che dipende da fattori endemici) quindi non standardizzabili nel corso degli anni.

Durante il 2020 si sono riscontrati **consumi inferiori** a quelli degli anni precedenti.

Per ridurre i consumi di energia reattiva (assorbita dalle macchine ma non effettivamente impiegata) l'azienda si è munita di un **rifasatore** di corrente.

Andamento consumi elettricità 2019-2020



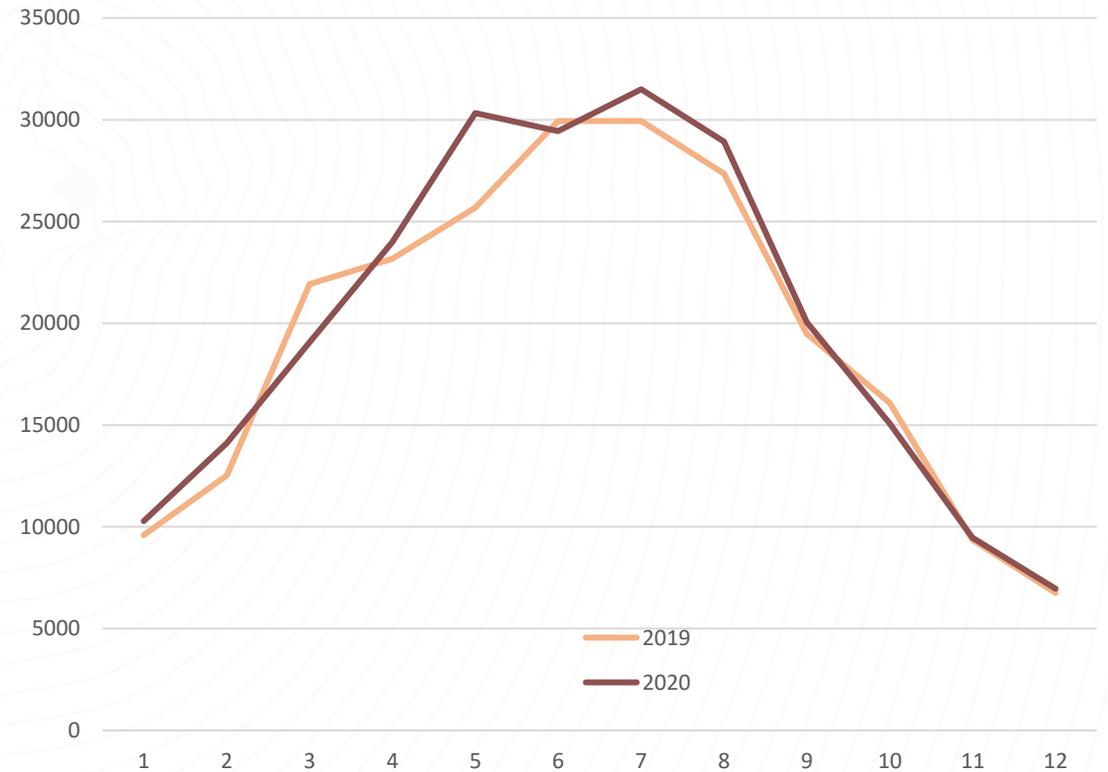
RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE FOTOVOLTAICO

La cantina è munita di un vasto impianto fotovoltaico che provvede a circa il **25 - 30 %** del fabbisogno energetico dei macchinari, con un notevole risparmio di energia elettrica.

Durante il 2020 si è riscontrata una quota leggermente **maggiore** di **energia autoprodotta**, con conseguente minore impatto energetico.

Nei periodi di minore consumo elettrico (marzo-aprile) si rileva una quota maggiore di energia ceduta alla rete.

Elettricità autoprodotta 2019-2020



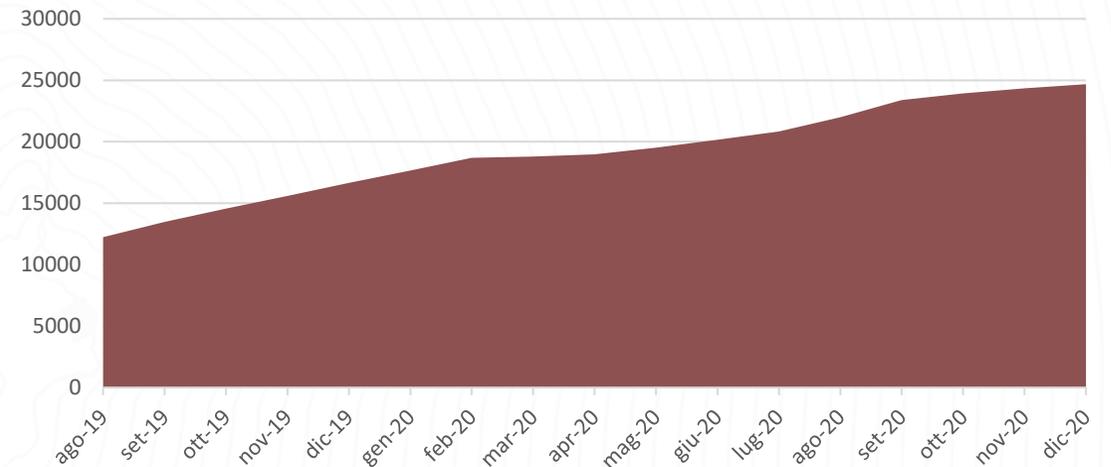
RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE ENERGIA IDRICA

I consumi maggiori coincidono con i periodi di vendemmia (agosto-settembre).

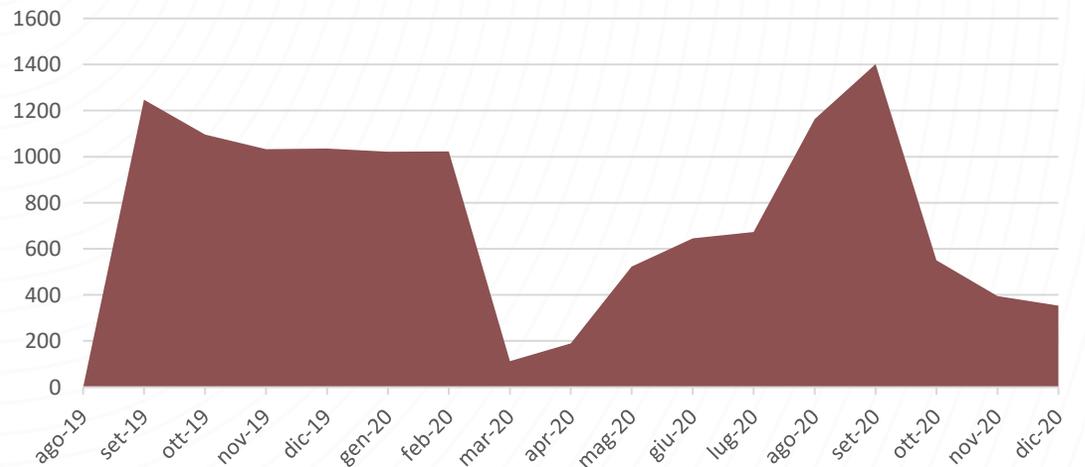
Viene eseguita una costante attività di lettura dei consumi e di rilevazione di perdite sulla linea o anomalie.

Durante il 2020 si sono riscontrati **consumi inferiori** a quelli degli anni precedenti, con consumi minimi di mantenimento nei periodi di lockdown.

Consumi acqua assoluti (mc)



Consumi acqua relativi (incremento mensile, mc)



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE PRODOTTI DI LAVORAZIONE

L'ufficio acquisti aziendale, coadiuvato dalla supervisione del RQ e della Direzione, effettua una gestione delle scorte volte alla minimizzazione degli sprechi e alla selezione di prodotti ecosostenibili e realizzati da fornitori certificati, con particolare attenzione verso la filiera FSC.

La quantità totale di bottiglie, tappi, cartoni ed etichette rilevata nel 2020 è **conforme ai volumi** di imbottigliamento e agli altri prodotti della stessa filiera di produzione, considerando che eventuali difformità sono dovute alla presenza di rimanenze degli anni precedenti.



RELAZIONE SOCIALE

IMPATTO AMBIENTALE

CATEGORIE DI OUTPUT

In azienda viene eseguita un'attenta gestione dei rifiuti, suddivisi per categoria e difficoltà nello smaltimento.

I rifiuti ordinari (RSU) vengono opportunamente smaltiti mediante la raccolta comunale.

Lo smaltimento dei rifiuti speciali (scarti di lavorazione, prodotti enologici, buste, farine, liquami, bidoni detergenti, sughero) è invece eseguito da un'azienda altamente specializzata.



RELAZIONE SOCIALE IMPATTO AMBIENTALE INFESTANTI

È attiva un'attenta gestione e controllo da infestanti esterni, eseguito da un'azienda del territorio altamente specializzata.

La derattizzazione preventiva è svolta mediante l'apposizione e verifica di trappole, sia in ambienti interni (trappole con collante) che esterni. L'uso delle stesse è volto alla cattura e al ritrovamento dell'intruso, prevenendone la morte e decomposizione in ambiente di lavoro.

La disinfestazione preventiva è eseguita mediante lampade UV collocate in ambiente interno lungo la linea di imbottigliamento.



RELAZIONE SOCIALE

STAKEHOLDER

IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI SPECIFICI

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
ANALISI CRITICITÀ

Obiettivo	Attività
Analisi criticità gravi e loro risoluzione	Analisi interna area produzione
	Analisi interna documentazione

Le verifiche eseguite internamente non hanno riscontrato aree di criticità.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Miglioramento welfare aziendale	Grado di partecipazione 80% - Media voto > 3/4	Questionario clima aziendale
	Grado di partecipazione 20%	Introduzione di un sistema di segnalazione e suggerimenti dipendenti

Un potenziamento del welfare aziendale è stato raggiunto mediante la somministrazione, ai dipendenti, di un questionario anonimo sul clima aziendale e mediante la raccolta di segnalazioni e suggerimenti tramite l'installazione di un'apposita "cassetta delle segnalazioni".

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Riduzione impatto ambientale vetro	Eliminazione 100% bottiglie «Golia» con peso vetro > 750g	Identificazione target peso vetro = 600g
		Scelta del prodotto e adeguamento linea di imbottigliamento («Bordolese antica»)

È stata effettuata la sostituzione completa delle bottiglie con peso superiore a 750g (per il formato da 750ml) ricercando l'elevata qualità percepita del prodotto in bottiglie meno impattanti.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Incremento quota fornitori con certificazione di sostenibilità	Raggiungimento 51% fornitori certificati	Identificazione target da raggiungere = 51%
		Raggiungimento nuovi fornitori certificati = 60%

Nel perseguire l'obiettivo di una filiera sostenibile, nella definizione di nuovi fornitori, Librandi ha selezionato partner attenti all'ambiente e al rispetto delle buone pratiche sociali, per una quota complessiva del 60% degli stessi munita di una certificazione universalmente riconosciuta.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Incremento quota bottiglie da aziende certificate	Raggiungimento 51% vetro da azienda certificata	Riduzione fornitura non certificata
		Incremento fornitura da azienda certificata

In prosecuzione al precedente obiettivo, pur senza rinunciare alla qualità del prodotto finale, l'azienda ha progressivamente ridotto la fornitura di uno dei partner non munito di certificazione di sostenibilità in favore di un nuovo partner maggiormente orientato ai principi di sviluppo sostenibile.

RELAZIONE SOCIALE
OBIETTIVI SPECIFICI
OBIETTIVI RAGGIUNTI

Obiettivo	Indicatore	Attività
Riduzione impatto ambientale carta	Impiego di carta etichette 100% filiera FSC	Identificazione prodotti da sostituire
		Fornitura di prodotti certificati («Ritrama Martele» - «Ritrama Modi»)

La medesima considerazione è stata effettuata anche sulla tipologia di carta impiegata nel processo di etichettatura, con una conversione totale a materiali derivati dalla filiera FSC.

RELAZIONE SOCIALE

OBIETTIVI SPECIFICI

OBIETTIVI FUTURI

- Riduzione consumi energia elettrica
Sostituzione refrigeratori vasche con modelli di migliore classe energetica
Sostituzione inverter per la climatizzazione degli uffici
- Potenziamento piano sicurezza cantina
Messa in opera di attività di potenziamento sicurezza, incremento di estintori e manichette antincendio
- Incremento quota packaging ecosostenibile
Impiego di una quota crescente di scatole in cartone riciclato e riciclabile
- Tutela dei piccoli conferitori
Aumento/mantenimento del prezzo di acquisto delle uve
- Riduzione nell'uso delle farine fossili
Miglioramento dei sistemi di filtraggio





*Maggiori informazioni in merito ai progetti di sostenibilità su **librandi.it/sostenibilita**. Per report tecnici e approfonditi librandi@librandi.it*



LIBRANDI