



2024

Bilancio di sostenibilità

Indice

1. L' AZIENDA

- 1.1 La storia
- 1.2 La Governance
- 1.3 Mission Aziendale

2. IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

- 2.1 Il progetto Equalitas

3 BUONE PRATICHE DI VIGNETO

- 3.1 Certificazioni ed innovazioni
- 3.2 In vigneto

4 BUONE PRATICHE DI CANTINA

- 4.1 Pratiche di cantina e collaborazioni
- 4.2 I fornitori
- 4.3 La detersione e sanificazione di locali e delle attrezzature
- 4.4 La gestione dei rifiuti e dei sottoprodotti

5 INDICATORI AMBIENTALI

- 5.1 Indicatore Biodiversità
- 5.2 Indicatore Carbon Footprint
- 5.3 Indicatore Water Footprint

6 BUONE PRATICHE SOCIALI

- 6.1 Il personale
- 6.2 Analisi della forza lavoro
- 6.3 Sicurezza sul lavoro
- 6.4 Formazione
- 6.5 Welfare aziendale
- 6.6 Stage
- 6.7 Corporate Social Responsibility
- 6.8 Attività Benefiche

7 BUONE PRATICHE DI COMUNICAZIONE

- 7.1 La comunicazione

8 INVESTIMENTI SOSTENIBILI

- 8.1 Investimenti in sostenibilità

9 OBIETTIVI FUTURI

- 9.1 Obiettivi 2025

1. L' AZIENDA

1.1 La storia

PASQUA VIGNETI E CANTINE: HOUSE OF THE UNCONVENTIONAL

Pasqua Vigneti e Cantine è una storica impresa vinicola veronese, di proprietà della famiglia Pasqua, **fondata nel 1925 e riconosciuta nel mondo come produttrice e ambasciatrice di prestigiosi vini veneti**. Ambizione dell'azienda è portare nel futuro, con codici stilistici rinnovati, tutta l'esperienza vitivinicola consolidata in quasi 100 anni di storia. Ciò è possibile combinando l'esperienza centenaria e la piena comprensione del potenziale del terroir della Valpolicella, con l'innovazione nello stile di vinificazione.

Nel 2024 l'azienda non è solo una realtà consolidata del panorama vitivinicolo nazionale, ma anche un attore di rilievo sullo scenario internazionale, con una **presenza capillare in oltre 70 mercati nel mondo**. Nel 2024 l'azienda è tra le più importanti cantine italiane per **export (superiore al 90%)** con un **giro d'affari di 63,5 mln di euro**.

Situata nel cuore dei vigneti di proprietà a San Felice (in Valpantena, zona a nord est di Verona), **la sede principale**, progettata rispettando i più alti standard qualitativi e tecnologici, **ospita gli uffici, la cantina, i locali di affinamento, un laboratorio interno di analisi** che consente di analizzare e monitorare l'evoluzione dei vini in maturazione, una sala degustazione, area imbottigliamento e stoccaggio, il tutto distribuito su una superficie di circa 20 mila mq coperti.

Nel corso degli anni, proprio per il profondo radicamento al territorio, **la produzione si è maggiormente orientata su vini provenienti dai vigneti della Valpolicella**: il comparto dei vini rossi rappresenta il 39% del totale, con particolare attenzione per Amarone della Valpolicella e Valpolicella Ripasso; a seguire bianchi (36%), spumanti (20%) e rosati (5%).

A livello internazionale, attraverso **Pasqua USA LLC**, fondata nel 2009 e con sede a New York, Pasqua Vini presidia uno dei mercati più strategici per l'azienda, il Nord America.

Nel 2017 Pasqua Vini ha acquisito il proprio importatore cinese fondando **Pasqua Asia Ltd**, con base a Dalian. Nel 2021 la cantina ha aperto una seconda società con base a Shenzhen. Umberto Pasqua, con i figli Riccardo e Alessandro, guida l'azienda.

*«La capacità di configurarsi
come un laboratorio di ricerca,
contribuendo all'evoluzione del mondo
del vino italiano e globale, è valso a Pasqua
il titolo di Innovator of the Year 2023
da Wine Enthusiast, una tra le più importanti
testate internazionali di settore.»*

1.2 La Governance

Umberto Pasqua, Presidente

Esponente della seconda generazione della famiglia, rappresenta la continuità e la costanza nella crescita dell'azienda.

Prima di diventare **Presidente nel 2008**, è stato responsabile commerciale e marketing dell'azienda e amministratore delegato. È stato inoltre amministratore delegato dell'Immobiliare Fratelli Pasqua.

È membro del Consiglio di Federvini, del Consiglio del Consorzio della Valpolicella e del Consiglio Direttivo di CentroMarca. Inoltre, è Delegato della sezione Alimentare nel Consiglio Generale di Confindustria Verona.

Riccardo Pasqua, Amministratore Delegato

Riccardo Pasqua ha assunto il ruolo di **Amministratore Delegato alla fine del 2015**. Ha iniziato la sua carriera in Pasqua nel 2007 e nel 2014 è stato nominato direttore commerciale, un ruolo che lo coinvolge ancora oggi. È stato a capo delle attività negli Stati Uniti prima di essere nominato alla guida dell'azienda.

Alessandro Pasqua, Presidente PASQUA USA LLC

Alessandro Pasqua è **Vice Presidente per Nord America e dal 2016 si occupa delle vendite e del marketing per il mercato nordamericano e il Canada**. In precedenza ha maturato un'esperienza in Bain & Company in progetti che lo hanno coinvolto tra l'Italia e il Giappone.



1.3 Mission Aziendale

HOUSE OF THE UNCONVENTIONAL

Incarna lo **spirito audace**, la **tensione all'innovazione** e la **curiosità verso il mondo**, i valori che ispirano la nostra filosofia, la nostra visione e il nostro agire quotidiano.

INNOVAZIONE E CREATIVITA'

Il nostro vino è l'insieme del tempo: è fatto di ieri, oggi e domani. Ogni bottiglia racchiude la nostra storia: il sapere trasmesso di generazione in generazione e il nostro sguardo verso il futuro, che si esprime nell'impegno a fare vini destinati a resistere al tempo, esprimendosi in pienezza, maturando e evolvendo.

Crediamo che la **creatività** contenga un germe di urgenza che va coltivato con cura come la terra.

Crediamo che la **storia** possa essere il trampolino di lancio verso il futuro.

Crediamo che si possa custodire e innovare allo stesso tempo.

Il desiderio di scoperta e la tensione verso il futuro uniti alla passione per la nostra terra, il rispetto per la nostra storia centenaria, la conoscenza trasmessa dai nostri padri guidano i nostri progetti dal vigneto alla cantina.

I vini che produciamo sono il frutto della generosità della terra e dell'ingegno umano.

Per questo guardiamo a tutte le forme in cui la creatività si esprime, come l'arte, come fonte di ispirazione e luogo di ricerca, che poi con sguardo nuovo traduciamo nei nostri progetti.

I nostri obiettivi strategici:



Obiettivi elevati livelli e soddisfazione clientela:

garantire prodotti e servizi di alta qualità di sicurezza alimentare e nel rispetto di una visione sostenibile.

Valorizzazione delle risorse umane:

incentivare la comunicazione interaziendale e il benessere delle persone nell'ambiente lavorativo. Assenza di discriminazioni per razza, sesso, colore della pelle, origine nazionale o sociale, etnia, religione, età, disabilità, opinioni politiche o qualsiasi altra condizione protetta.

Miglioramento aspetti ambientali:

valutare gli impatti produttivi in ottica sostenibile e di economia circolare.

Sicurezza e formazione:

garantire un ambiente di lavoro sicuro e fornire formazione continua ai nostri dipendenti in ambito di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro.

Innovazione tecnologica:

progettare impianti e attrezzature volti a salvaguardare la sicurezza e la salute dei lavoratori nel rispetto dell'ambiente e dei principi etici.

Monitoraggio di indicatori:

individuare attraverso i monitoraggi eventuali sprechi per cercare di ridurre i consumi.

2. IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

2.1 Il progetto Equalitas

La sostenibilità è un tema urgente e complesso, che chiede impegno, investimenti e preparazione.

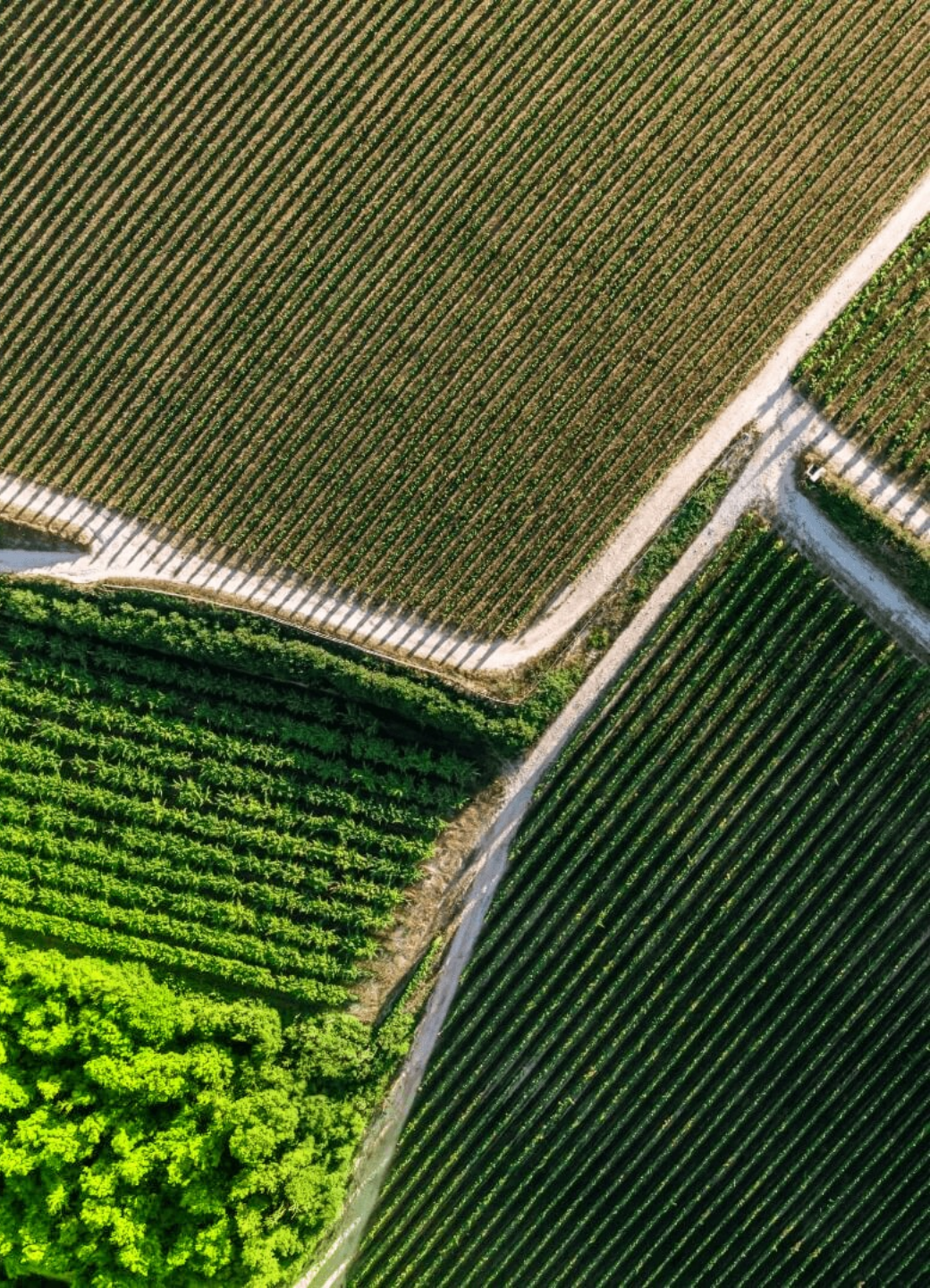
La cantina, nel testimoniare il proprio radicamento al territorio d'elezione e la tensione all'innovazione, **è da lungo tempo impegnata nell'adozione di strategie di business compatibili con le esigenze dell'ambiente, dal consumo energetico ridotto ai minimi alle strutture che regolano naturalmente la temperatura, dalla minimizzazione dello spreco degli imballaggi (come vetro e carta) al mantenimento di tutte le principali certificazioni di qualità ISO – BRC – IFS – Biologico. Non per ultimo ha raggiunto la conformità allo Standard SOPD “Modulo Organizzazione Sostenibile – OS” di [Equalitas](#), versione 4.**

Il progetto con Equalitas evidenzia in modo tangibile **l'impegno verso pratiche aziendali attente all'ambiente, all'economia e al tessuto sociale.**

Questo **bilancio di sostenibilità** è redatto per presentare in maniera trasparente e dettagliata le iniziative di sostenibilità adottate dall'azienda. Si concentra sui tre pilastri fondamentali della sostenibilità, descrivendo gli obiettivi prefissati e i risultati ottenuti nel corso del 2024.

Per assicurare una comunicazione chiara e accessibile a tutti gli stakeholder, il rapporto segue lo standard Equalitas.





3. BUONE PRATICHE DI VIGNETO

3.1 Certificazioni ed innovazioni

Pasqua Vigneti e Cantine lavora nei vigneti utilizzando pratiche vitivinicole che rispettano il regolamento biologico in vigore. Per gli ettari di proprietà dell'azienda sono fortemente impegnate nello sviluppo e nella promozione di pratiche agricole sostenibili, con grande attenzione alla salvaguardia ambientale e all'equilibrio ecologico dei vigneti.

Certificazione BIOLOGICO

A partire dalla vendemmia 2024 la cantina ha completato l'iter di certificazione per la prima produzione di uve biologiche. Questa certificazione garantisce che le pratiche agronomiche adottate siano conformi ai rigorosi criteri di sostenibilità, riduzione dell'impatto ambientale e sicurezza alimentare, promuovendo un'agricoltura integrata e responsabile.

Vigneto «Naturale»

Pasqua ha un vigneto di proprietà impiantato nel 1985 che si estende all'interno della fascia di vigneti della Valpantena, in località San Roccolo di Montorio. Nel suo terreno argilloso-calcareo di origine alluvionale, vengono coltivate le varietà di Corvina, Rondinella, Croatina, Cabernet Sauvignon e Merlot.

Dal 2018 questo vigneto, della grandezza di 2.500 mq, è coltivato completamente con metodo naturale con una densità di 5000 ceppi per ettaro, un'altitudine di 230 m ed esposizione ad est.



3.2 In vigneto

Gestione del Suolo

Il concetto di fertilità è legato all'equilibrio vegeto-produttivo dei vigneti più qualitativi. I **trattamenti vengono svolti esclusivamente con zolfo e rame**, non viene effettuata la concimazione e la gestione del suolo. L'azienda effettua **inerbimento anche sotto il filare**, mentre per quanto riguarda la **sfalcatura dell'erba avviene esclusivamente in modo meccanico senza l'utilizzo di diserbanti**.

Gestione della Fertilità

Situati in aree ricche di elementi nutritivi, i **vigneti richiedono attenzione agronomica principalmente sul livello di sostanza organica, che deve superare il 2,5%**. L'azienda monitora molteplici variabili per programmare i carichi di gemme durante le potature invernali, utilizzando tabelle di fertilità media, peso medio del grappolo e storico delle produzioni.

Irrigazione

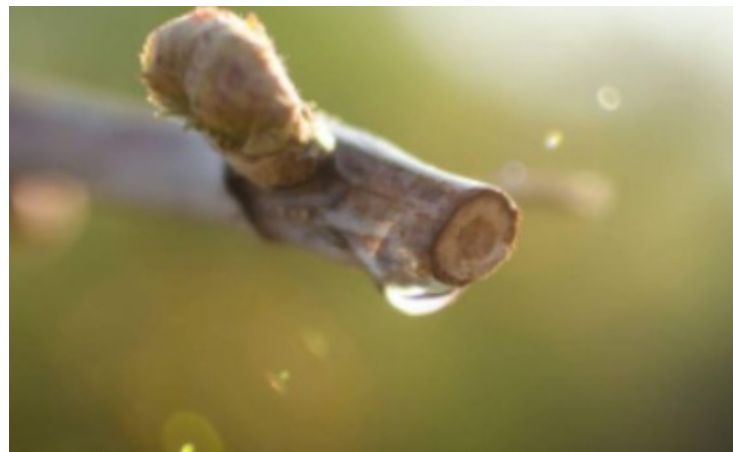
L'acqua è una risorsa preziosa e limitata. **L'azienda ha non ha un impianto di irrigazione ed effettua solo irrigazione di soccorso**.

Gestione della Pianta

La gestione della pianta è focalizzata sul consolidamento e mantenimento dei punti vegetativi identificati durante la potatura invernale. Ogni primavera, prioritariamente nei vigneti giovani, si effettuano **interventi di scacchiatura e gestione della chioma attraverso cimature variabili in funzione dell'andamento stagionale**.

Gestione della Difesa

I trattamenti sono eseguiti applicando una **strategia di difesa preventiva con monitoraggi in vigneto e verifica delle previsioni meteorologiche**. I dosaggi e i formulati degli agrofarmaci sono modulati secondo il metodo che rispetta il disciplinare biologico.



Gestione della Vendemmia

Ogni anno vengono eseguiti **campionamenti per analizzare zuccheri, acidità titolabile e pH**. Le analisi vengono svolte all'interno del nostro laboratorio aziendale e definito il tempo di vendemmia dal nostro enologo.

Ogni partita di uva trasformata è identificata da un codice di produzione, garantendo tempi minimi di permanenza delle uve in campo. La vendemmia manuale e la vicinanza degli ettari all'azienda, permette ai carri di raggiungere il centro di trasformazione entro sei ore dalla raccolta.

Gestione della Biodiversità

I vigneti sono generalmente **inerbiti con erbe spontanee o mediante semina di miscugli**, e nelle aree circostanti sono presenti aree verdi come boschi, bordi, siepi e prati interconnessi tra loro.

Dal mese di luglio 2024 l'azienda ha stretto una **collaborazione con Falasco Apicoltura per l'introduzione di 15 arnie** collocate nelle proprietà aziendali.





4. BUONE PRATICHE DI CANTINA

4.1 Pratiche di cantina e collaborazioni

La cantina adotta strategie di business compatibili con le esigenze dell'ambiente, dal **consumo energetico ridotto ai minimi** alle **strutture che regolano naturalmente la temperatura**, dalla **minimizzazione dello spreco degli imballaggi** (come vetro e carta) al mantenimento di tutte le principali certificazioni di qualità **ISO 9001 – BRC – IFS – Biologico**.

L'azienda è certificata **ISO 14001** dal 2006 , riuscendo così a raggiungere un ottimo controllo su tutti gli aspetti produttivi con elevato impatto ambientale, dal **consumo di energia**, alla **gestione dell'acqua e dei rifiuti**.

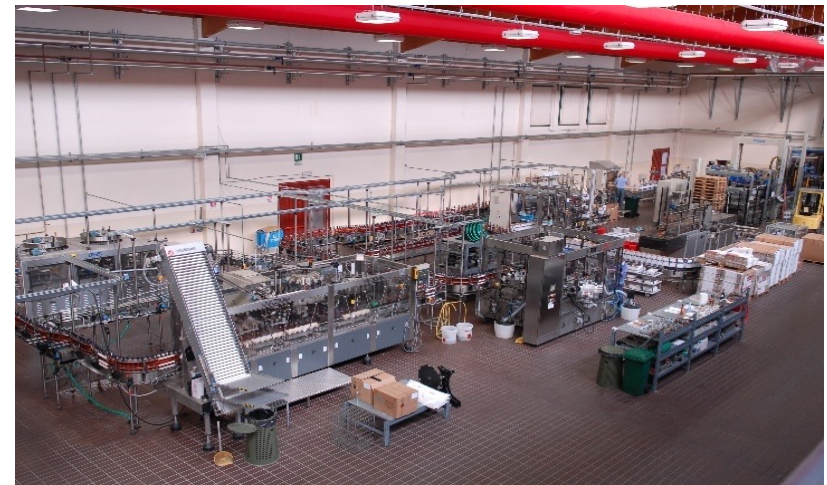
I **consumi energetici e idrici vengono monitorati mensilmente**, con il conseguente vantaggio di poter così agire tempestivamente in caso di aumenti anomali.

Sono presenti **sistemi che regolano naturalmente la temperatura nella zona cantina e magazzino**. L'azienda in questo modo si assicura un notevole risparmio energetico poichè le uniche zone termocondizionate dell'azienda sono l'area d'imbottigliamento e gli uffici.

È stato ultimato un **progetto di sostituzione dei nastri della linea 1 e della lubrificatrice**, per avere una riduzione dell'utilizzo di saponi per via del nuovo metodo di lubrificazione.

Da diversi anni sia stato implementato un **sistema di recupero dell'acqua di scarto dell'osmosi**. L'azienda sta continuando a fare ricerca per individuare nuovi metodi di risparmio idrico, come ad esempio il recupero dell'acqua del depuratore per il lavaggio della strumentazione di lavoro.

L'azienda **monitora** costantemente la **produzione dei rifiuti** aziendali e la loro raccolta con l'ausilio di bidoni dedicati.



4.2 I fornitori

Pasqua Vigneti e Cantine ha **cambiato l'approccio della valutazione dei propri fornitori** per operare scelte strategiche sugli approvvigionamenti di prodotti e materie prime necessari per il processo produttivo, implementando anche aspetti legati ai **requisiti di sostenibilità**: sociale, economica ed ambientale.

Questo approccio ha anche lo scopo di sensibilizzare le aziende coinvolte **per diffondere una cultura di sostenibilità tra le aziende partner**, promuovendo un futuro più responsabile e sostenibile per l'intera filiera.

Le parole chiave che guidano questo processo sono:

Fiducia: costruire relazioni basate sulla fiducia reciproca, assicurando trasparenza e integrità.

Collaborazione: lavorare insieme ai fornitori per raggiungere obiettivi comuni, promuovendo pratiche sostenibili e innovative.

Garanzia: garantire che i prodotti e le materie prime utilizzati rispettino gli standard di qualità e di sostenibilità richiesti.

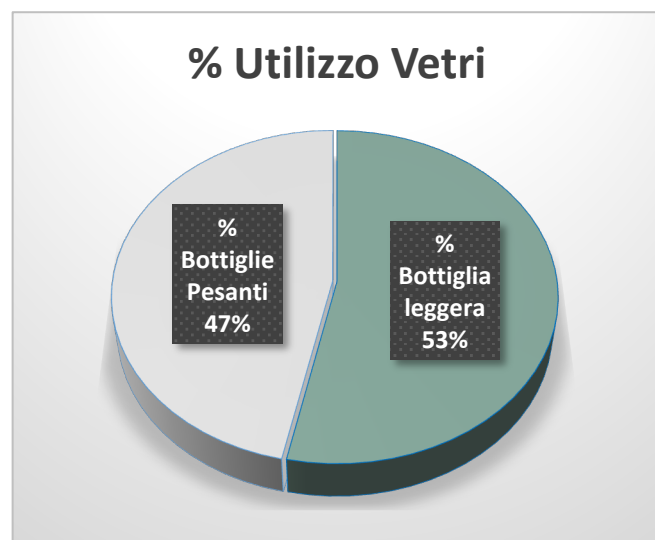
Crescita: favorire la crescita reciproca, sostenendo lo sviluppo dei fornitori attraverso il miglioramento continuo.



4.3 Il Packaging

Il **packaging** ha un **impatto importante** sui **consumi energetici** aziendali, sui **trasporti** e sull'impatto che verrà generato dal loro **rifiuto**.

L'azienda ha prestato **particolare attenzione al consumo di vetro**, prediligendo **bottiglie più leggere per i prodotti nei maggiori volumi e per maggior rotazione (53%)** con una **percentuale annua di vetri da 360 gr/bottiglia che viene mantenuta costante**. I vetri con peso maggiore che vengono scelti per i prodotti di maggiore pregio (47%).



4.4 La gestione dei rifiuti e dei sottoprodotti

Pasqua adotta **misure rigorose per la gestione dei rifiuti e dei sottoprodotti**, garantendo il rispetto delle normative ambientali e promuovendo pratiche sostenibili.

L'azienda differenzia e identifica accuratamente i rifiuti prodotti, in linea con le normative ambientali attuali.

I sottoprodotti della vinificazione, come vinacce e feccia, vengono invece consegnati a una distilleria per operare un trattamento adeguato.

Queste pratiche dimostrano l'impegno dell'azienda nel gestire i rifiuti e i sottoprodotti in modo sostenibile, minimizzando l'impatto ambientale e promuovendo un uso responsabile delle risorse in ottica di economia circolare.

5. INDICATORI AMBIENTALI

5.1 Indicatore Biodiversità

Gestione della Biodiversità

L'azienda ha effettuato il **calcolo di biodiversità seguendo il protocollo Biodiversity friend (BF) a novembre 2024.**

L'indicatore Biodiversità prevede l'analisi dei tre indici sotto riportati:

- Biodiversità del suolo (IBS-bf) sulla superficie di vigneto;
- Biodiversità acquatica (IBA-bf) su tutta la superficie aziendale;
- Biodiversità lichenica aria (IBL-bf) su tutta la superficie aziendale;

ATTIVITA' SVOLTE E RISULTATI

Sono stati effettuati i sopralluoghi con annessi campionamenti del terreno e i rilievi dell'indice lichenico sui forofiti. Si è proceduto ad effettuare una prima ispezione della tenuta e successivamente si è deciso dove effettuare i 4 campionamenti di terreno; in corso d'opera sono anche state scelte le tre posizioni per i tre forofiti, dove monitorare l'indice lichenico per la qualità dell'aria, individuando gli alberi più idonei al rilevamento dello stesso.

L'azienda ha vigneti su tre appezzamenti distinti, pertanto è stato effettuato un campione di terreno.

L'indicatore di biodiversità acquatica (IBA-bf) non è stato possibile calcolarlo per l'assenza di corpi idrici.

RELAZIONE TECNICA Calcolo degli indici di biodiversità Protocollo Biodiversity Friend



Periodo di riferimento: novembre 2024



CONCLUSIONI DELLO STUDIO

L'azienda ha una buona biodiversità del suolo, come confermato dalle schede di rilievo, che evidenziano una gestione attenta e pratiche agronomiche efficaci a tutelare la biodiversità, il punteggio medio ottenuto è di 130 dove 100 rappresenta la soglia della sufficienza.

La **biodiversità lichenica**, indice di qualità dell'aria, è risultata anch'essa **buona**, in linea con l'ambiente circostante che oltre alle attività agricole e agroindustriali da spazio anche ad aree verdi.

La **biodiversità media dell'aria (indice lichenico)** ha **ottenuto un punteggio di 53,67, dove 45 rappresenta la soglia della sufficienza.**

5.2 Indicatore Carbon Footprint

Il **calcolo delle emissioni** è stato realizzato a seguito della raccolta di dati aziendali secondo quanto previsto dallo Standard Equalitas®, che prevede di fare riferimento alla norma UNI ISO 14064:2018.

Per ulteriori riferimenti operativi si è consultato lo schema del Greenhouse Gases Accounting Protocol (GHGAP, OIV 2011) predisposto da OIV a partire dall’International Wine Carbon Protocol ed i calcoli sono stati realizzati utilizzando il calcolatore Ita.Ca® (Italian Wine Carbon Calculator), prodotto dall’aggiornamento e dall’integrazione del calcolatore IWCC (IWC Calculator) e del suo adattamento alla realtà italiana.

L’obiettivo è quello di **rendicontare i risultati della quantificazione della cosiddetta “Impronta Carbonica” o “Carbon Footprint” di organizzazione** (emissioni di GHG) **secondo la prospettiva del ciclo di vita**, adottando un approccio interattivo, dando priorità all’approccio scientifico e secondo i principi di rilevanza, completezza, congruenza, coerenza, accuratezza e trasparenza, nonché pertinenza geografica e temporale.

PERIODO DI RIFERIMENTO

I dati utilizzati per la quantificazione delle emissioni di GHG fanno riferimento all’anno solare 2023, cioè al periodo 01/01/2023 - 31/12/2023.

Categoria 1. Emissioni Dirette	t CO _{2e}	%/totale	t CO ₂	t CH ₄	t N ₂ O
Emissioni antropogeniche dirette	604.082				
Carburanti riscaldamento	593.994	2.26%	592.872	0.807	0.315
Carburanti veicoli (distanza)	4.766	0.02%	4.713	0.000	0.052
Perdite di Gas	5.322	0.02%			
Categoria 2. Emissioni energia elettrica	76556.184				
Energia elettrica acquistata	948.589	3.62%			
Categoria 3. Trasporti	2366.225				
Trasporto: Uva, mosto e vino	1450.146	5.53%			
Trasporto: Packaging	776.239	2.96%			
Trasporto: Prodotti enologici	0.966	0.00%			
Trasporto: Fitofarmaci e concimi	0.002	0.00%			
Trasporto: Rifiuti esterno	30.055	0.11%			
Viaggi: casa-lavoro dipendenti	74.266	0.28%			
Viaggi: rappresentanza	34.552	0.13%			
Categoria 4. Utilizzo beni e servizi	19458.673				
T&D energia elettrica	59.180	0.23%			
T&D carburanti	102.337	0.39%			
Packaging primario	7546.840	28.76%			
Packaging secondario	364.791	1.39%			
Prodotti enologici	94.376	0.36%			
Prodotti fitosanitari	0.104	0.00%			
Smaltimento rifiuti esterno	153.514	0.59%			
Uva acquistata	197.367	0.75%			
Mosto acquistato	105.437	0.40%			
Vino e bottiglie acquistati	10834.726	41.29%			
Emissioni biogeniche categoria 4	2860.077				
Packaging	2849.620	10.86%			
Smaltimento rifiuti esterno	10.457	0.04%			
Totale di organizzazione	26237.645				

RISULTATI

In base alla tipologia di processo aziendale **la maggior parte delle emissioni derivano dagli acquisiti di uva e vino, seguito dagli acquisti di packaging, dall’energia elettrica e dalla combustione di carburanti.**

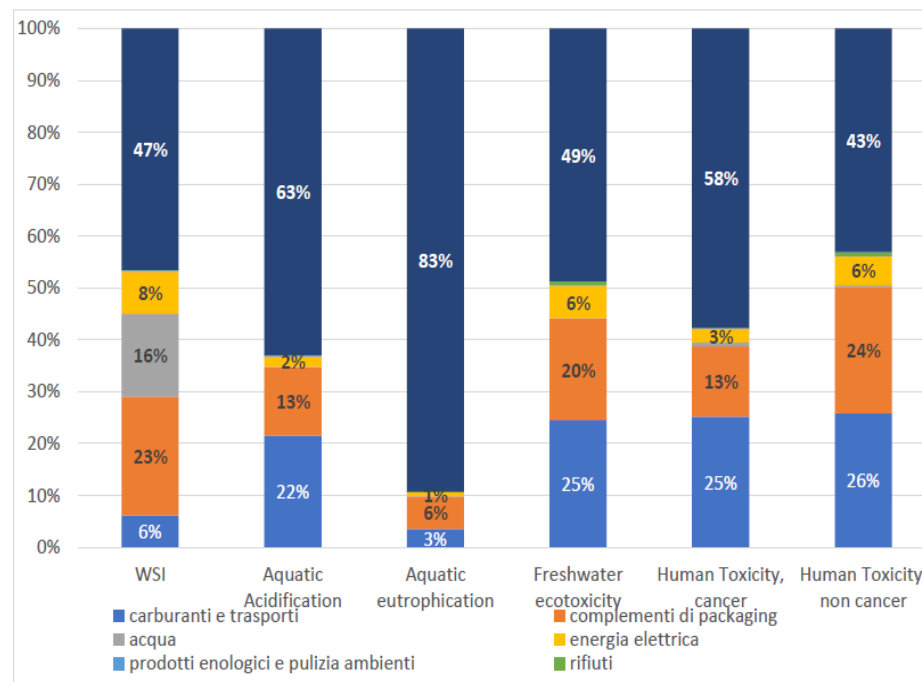
5.3 Indicatore Water Footprint

Il **calcolo effettivo degli impatti**, una volta che sono stati raccolti tutti i dati necessari, è stato effettuato attraverso il software open LCA 2.0, che consente di ottenere un **valore finale per ciascuna delle categorie di impatto richieste nello Standard Equalitas per la descrizione dell'impronta idrica**: water use, aquatic acidification, freshwater ecotoxicity, human toxicity, aquatic eutrophication.

La raccolta dati e la loro elaborazione hanno preso come riferimento, oltre alla Norma ISO 14046:2014, le norme internazionali UNI ISO 14040:2006, 14044:2006.

PERIODO DI RIFERIMENTO

I dati utilizzati per la quantificazione delle emissioni di GHG fanno riferimento all'anno solare 2023, cioè al periodo 01/01/2023 - 31/12/2023.



RISULTATI

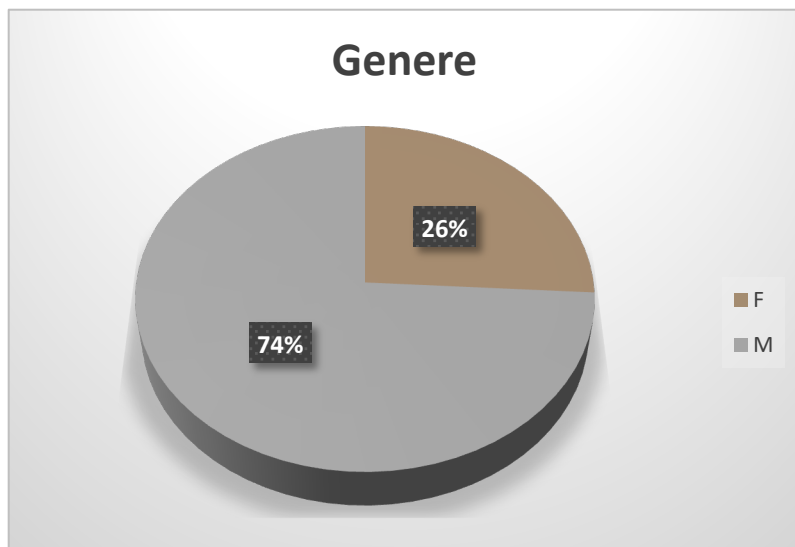
Dalla valutazione sopra riportata emerge che **gli impatti più rilevanti sono dovuti sostanzialmente, per la fase di campagna, da fitofarmaci e carburanti a seconda della categoria di impatto.**

Per quanto riguarda le altre fasi della filiera gli impatti derivano soprattutto dai complementi di packaging, in particolare vetro, e dai trasporti per l'acquisto dei materiali.

6.

BUONE PRATICHE
SOCIALI

6.1 Il personale



Alla data del 31 dicembre 2024, la **forza lavoro** mostra una prevalenza di dipendenti uomini, che rappresentano il 74% del totale, mentre le donne costituiscono il restante 26%.

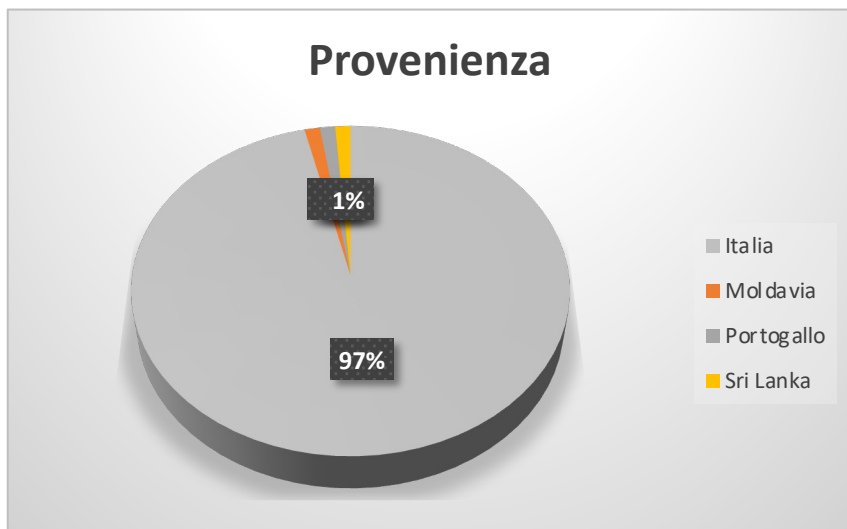
La forza lavoro dell'azienda è rappresentata da **lavoratori con contratti a tempo indeterminato**, questo si evidenzia anche nel tasso di turnover contenuto e una fidelizzazione da parte dei dipendenti.

Il **turnover aziendale** dopo l'ingresso di 4 nuovi collaboratori e l'uscita di 5 collaboratori su una media di 81 collaboratori totali vede un tasso di turnover complessivo pari al 11,11 e un tasso di compensazione del turnover di 80%.



6.2 Analisi della forza lavoro

L'azienda ha una forza lavoro rappresentata da quasi la totalità da personale di **nazionalità italiana e una presenza minore di personale di altra provenienza.**



Nella tabella che segue sono riportate le **assunzioni negli ultimi 5 anni** di collaboratori donne e giovani con età inferiore a 35 anni

Donne	6
Uomini	7
Totale assunzioni < 35 anni	13

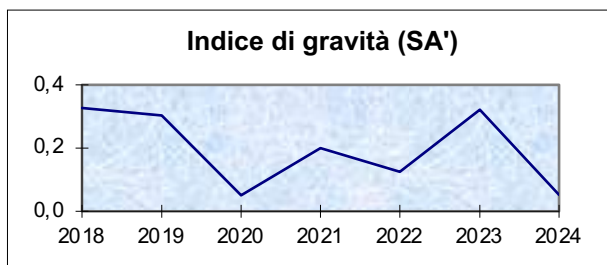
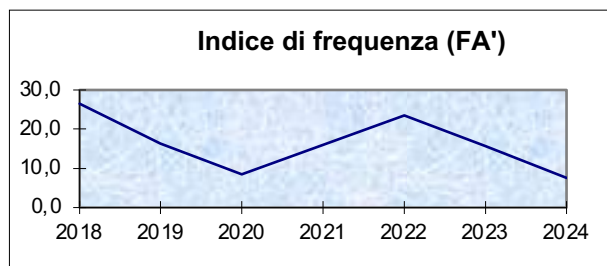
L'Azienda ha sempre investito su figure dirigenziali giovani. Lo staff dirigenziale dispone della collaborazione di 4 donne under 35 anni.

6.3 Sicurezza sul lavoro

L'impegno costante che l'azienda si prefigge nella gestione delle proprie risorse, interne ed esterne, mira al progressivo miglioramento della tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori.

Grazie a una politica di prevenzione rigorosa e a un'attenta informazione, **negli ultimi due anni (2023 e 2024) non si sono verificati infortuni sul lavoro che abbiano comportato lesioni gravi o gravissime al personale.**

Questo risultato riflette il nostro impegno nel creare un ambiente di lavoro sicuro e protetto, dimostrando che la salute e la sicurezza dei nostri lavoratori sono una priorità assoluta.



5.4 Formazione

L'azienda ha investito costantemente nella formazione del proprio personale, riconoscendo l'importanza di un ambiente di lavoro sicuro e sostenibile.

Tutti i dipendenti partecipano regolarmente a corsi di formazione sulla sicurezza sul lavoro, che coprono le normative vigenti. Questa **formazione continua** è fondamentale per mantenere un alto livello di consapevolezza e competenza tra i lavoratori, garantendo la loro sicurezza quotidiana.

Parallelamente, la formazione per la sensibilizzare di tutti i dipendenti sull'importanza della sostenibilità e a fornire loro le conoscenze e le competenze necessarie per adottare pratiche lavorative eco-compatibili, nonché sulla sicurezza alimentare.

L'obiettivo è di creare una cultura aziendale orientata alla sicurezza alimentare, alla sostenibilità, in cui ogni dipendente contribuisce attivamente al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

"Attraverso una formazione costante, ci impegniamo a coltivare un ambiente di lavoro che unisce sicurezza e sostenibilità, preparandoci a un futuro più sicuro e rispettoso dell'ambiente."

6.5 Welfare aziendale

L'azienda è attenta al benessere dei lavoratori per questo motivo hanno definito il contratto di secondo livello.

Ogni anno sono previsti per i dipendenti un **PREMIO ECONOMICO PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI ASSEGNATI**:

- ✓ Raggiungimento delle certificazioni di qualità
- ✓ Raggiungimento del target di produttività
- ✓ Raggiungimento del target di redditività

Oltre alla cura della salute e dell'aspetto economico a favore dei propri collaboratori Pasqua ha sempre avuto un occhio di riguardo nel **benessere durante l'orario di lavoro**.

6.6 Stage

La cantina ospita ogni anno **studenti delle scuole superiori dando loro la possibilità di svolgere tirocini in azienda**.

Nel 2024 sono stati ospitati due ragazzi in stage presso il laboratorio interno e uno al controllo gestione sistema qualità. **Da anni l'azienda collabora con gli Istituti del territorio di secondo grado, aderendo come azienda partner ai programmi di formazione post diploma "Fondazione ITS Agroalimentare Veneto" per dare la possibilità agli studenti che lo desiderano di fare esperienza nel mondo del lavoro.**

A conferma dell'investimento che l'azienda fa in questo progetto è l'assunzione di uno dei ragazzi che lo scorso anno ha frequentato lo stage, al termine del suo percorso formativo.

6.7 Corporate Social Responsibility

La **cantina è attivamente impegnata in iniziative di sostenibilità economica e culturale sul territorio**, promuovendo la cultura come strumento di dialogo e linguaggio condiviso.

Dal 2021 Pasqua sostiene il progetto “67 Colonne per l’Arena di Verona”, un’importante iniziativa di fundraising e corporate membership promossa dalla Fondazione Arena. Il progetto ha l’obiettivo di rafforzare una delle istituzioni più emblematiche per l’economia e la cultura di Verona e del suo territorio, nonché simbolo riconosciuto dell’italianità nel mondo.

Nella filosofia della cantina rientra il **sostegno a giovani artisti emergenti, attraverso attività di mecenatismo** con particolare attenzione alle discipline digitali, multimediali e dell’arte contemporanea.

Dal 2018, l’azienda promuove e sostiene programmi di mecenatismo legati al mondo dell’arte e al territorio, contribuendo alla **crescita culturale e creativa della comunità locale**. In cambio, ha ricevuto stimoli e visioni ispiratrici dai talenti sostenuti: contributi che alimentano e arricchiscono anche il pensiero dell’azienda in chiave di innovazione.

6.8 Attività benefiche

L’azienda nel **2024 ha svolto delle attività benefiche** nei confronti dell’**ospedale Fracastoro** e del **Banco Alimentare** in collaborazione di **Esselunga S.p.A.**



7.

BUONE PRATICHE DI COMUNICAZIONE

7.1 La comunicazione

La comunicazione rappresenta per l'azienda uno strumento strategico di dialogo e responsabilità, in coerenza con i principi e i requisiti dello standard Equalitas.

Nel 2023 l'azienda è stata insignita del titolo di **“Innovator of the Year”** dal wine magazine americano *Wine Enthusiast*, riconoscimento che ne conferma il ruolo pionieristico nel settore enologico, sia in vigneto sia sul mercato, e l'approccio innovativo al marketing e alla comunicazione, con un posizionamento consolidato in mercati strategici quali Stati Uniti e Asia.

In linea con i principi di sostenibilità ambientale e di innovazione responsabile, l'azienda ha sviluppato strumenti digitali volti a ridurre l'impatto legato agli spostamenti fisici, tra cui il **Virtual Winery Tour**, un'esperienza online che consente di esplorare gli spazi della cantina e i vini più iconici attraverso un racconto guidato dal wine educator Filippo Bartolotta, e il progetto **Digital Tasting**, che prevede la consegna a domicilio di un box dedicato alla degustazione con il supporto dei Pasqua Wine Ambassador.

La strategia di comunicazione si sviluppa inoltre attraverso un utilizzo strutturato del **sito aziendale** e delle **piattaforme social**, in particolare Instagram e TikTok che permettono un dialogo diretto con una community internazionale per raccontare in maniera continua e ispirazionale valori, progetti e la visione dell'azienda.

A supporto della cultura aziendale sulla sostenibilità e per promuovere un dialogo sempre più interattivo con gli stakeholders, l'azienda ha realizzato e promosso un **ciclo di podcast in collaborazione con la testata d'innovazione Wired** per creare momenti di approfondimento e di confronto con esperti del settore su temi legati alla sostenibilità e alla transizione verso modelli di sviluppo sempre più orientati al futuro.





8. INVESTIMENTI SOSTENIBILI

8.1 Investimenti in sostenibilità

Pasqua Vigneti e Cantine sottopone annualmente a **certificazione il proprio Bilancio Economico con la società di revisione KPMG**. In questo modo viene garantita maggiore trasparenza e viene tutelata la fiducia dei propri partners e clienti.

Il Bilancio Economico viene pubblicato sulla piattaforma delle Camere di Commercio ed è visualizzabile attraverso il portale Telemaco Infocamere o altri provider di informazioni commerciali (p.es Cerved, Dun&Bradstreet, ecc.).

IN VIGNETO

CONVERSIONE VIGNETI A BIOLOGICO: La prima vendemmia biologica è avvenuta nell'anno 2024.

IN CANTINA

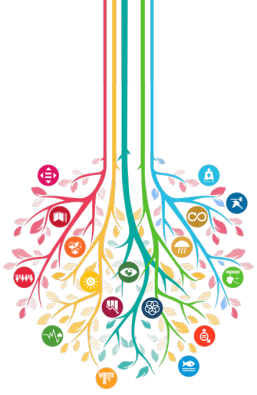
SPOGLIATOIO PER IL PERSONALE: Nel 2022 è stato restaurato lo spogliatoio del personale rendendolo così più accogliente e moderno. Questo obiettivo è stato molto importante per la Famiglia Pasqua che negli anni ha sempre voluto dare importanza ai luoghi di lavoro e renderli sempre più confortevoli per il benessere dei propri collaboratori durante le ore di lavoro.

TEAM COACHING: Dal 2022 in concomitanza con il progetto “Mente Mobile” ha aperto uno sportello di ascolto per i propri collaboratori. L’iniziativa vede la partecipazione dello psicologo del lavoro che darà la sua disponibilità a chi vuole per parlare di varie problematiche inerenti al lavoro. Inoltre, durante l’anno si svolgono, sempre con lo psicologo del lavoro, incontri singoli o di gruppo per parlare di varie problematiche che ci posso essere in azienda, il percorso si è concluso a fine 2023.

MODELLO ORGANIZZATIVO 231: La Pasqua Vigneti e Cantine già dal 2021 ha iniziato l’iter per sviluppare il modello organizzativo in conformità al d. lgs. 231/01. Nel 2023 è stato condiviso il codice etico aziendale.

STAMPANTE ETICHETTE: Nel 2023 l’azienda ha acquistato una stampante di etichette multifunzione che permette anche di sovrascrivere l'annata così da ridurre lo spreco di etichette.

9. OBIETTIVI FUTURI



9.1 Obiettivi 2025

L'organizzazione ha definito una serie di obiettivi ambiziosi per il 2025, mirati al miglioramento continuo della sostenibilità.

PROGETTO FOTOVOLTAICO

È stato approvato durante il 2024 il progetto per Agrisolare, che prevede copertura del tetto aziendale con pannelli fotovoltaici che andranno a coprire il 75% di fabbisogno di energia elettrica della cantina, per un investimento complessivo di 1,5 milione di euro.

SOSTITUZIONE MACCHINARI LINEA 1 CON PROGETTO INDUSTRIA 4.0

Efficientamento della linea di imbottigliamento principale sotto l'aspetto di consumi, tecnologia e miglioramento della qualità del lavoro si è deciso di investire nella sostituzione di alcuni macchinari della linea.

CECILIA BERETTA, NUOVE REFERENZE BIO

Dopo la conversione di Cecilia Beretta Soave Brognoligo anche Rosé Fredda diventa bio con la vendemmia 2024. Il prossimo obiettivo è la conversione di Cecilia Beretta Valpolicella Ripasso Superiore.





PASQUA VIGNETI E CANTINE S.P.A.

VIA BELVEDERE, 135 | 37131 VERONA
ITALY

TEL. +39 045 84 32 111

FAX +39 045 84 32 21

[Pasqua Vini](#)

CONTATTI

RELEST@PASQUA.IT

ITALIA@PASQUA.IT

EUROPE@PASQUA.IT

ASIA-PACIFIC@PASQUA.IT

AMERICAS@PASQUA.IT