



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in
Economia e commercio

**SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E
RESPONSABILITA' SOCIALE NEL
SETTORE VITIVINICOLO**

**ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND
SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE WINE
SECTOR**

Relatore: Chiar.mo
Prof. Attilio Mucelli

Rapporto Finale di:
Ana Maria Popa

Anno Accademico 2022/2023

INDICE

INTRODUZIONE	pag.4
CAPITOLO 1	
LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA	
1.1 la visione di responsabilità sociale d'impresa	pag.6
1.1.1 il contesto internazionale	pag.7
1.1.2 la prospettiva europea	pag.10
1.1.3 il quadro nazionale	pag.13
1.2 triple bottom line	pag.13
CAPITOLO 2	
STRUMENTI DELLA SOSTENIBILITA' DEL VINO: AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICA.	
2.1 La sostenibilità	pag.17
2.1.1 La sostenibilità ambientale	pag.19
2.2 La sostenibilità sociale	pag.20
2.3 La sostenibilità economica	pag.21
2.4 i vantaggi della sostenibilità	pag.22
CAPITOLO 3:	
CERTIFICAZIONI ED ETICHETTI DI SOSTENIBILITA' NEL SETTORE VITIVINICOLO	
3.1 vino sostenibile: cosa lo differenzia dagli altri	pag.23
3.2 le certificazioni di sostenibilità	pag.25
3.3 la certificazione VIVA	pag.26
3.4 la certificazione EQUALITAS	pag.27
3.5 la certificazione SOSTain	pag.30
CONCLUSIONI	pag.33
BIBLIOGRAFIA	pag.35
SITOGRAFIA	pag.36
IMMAGINI	pag.36

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni, in Italia, come nel resto del Mondo le tematiche socio-ambientali sono diventate una questione molto importante e parte integrante.

Fino a qualche anno fa l'unico fattore rilevante per l'azienda era il profitto, usato per misurare il valore aziendale, oggi per misurare un'azienda ci sono molti più fattori da considerare che hanno tutti la stessa importanza, tra cui va sempre più affermando la Responsabilità Sociale d'Impresa.

Con la parola sostenibilità si va ad indicare la condizione di uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri bisogni; il problema sta nel fatto che la conoscenza di base non è adeguata.

Nel settore vitivinicolo, che è l'argomento trattato in questo elaborato il tema della sostenibilità è molto attuale e molto discusso, non esiste una definizione univoca e universalmente riconosciuta.

La certezza sta nel fatto che le aziende vitivinicole sono attività molto legate al territorio e nel contesto in cui vengono inserite.

Esse hanno la capacità di influire in modo diretto sui problemi ambientali, condizionare le tradizioni e incidere a livello estetico sul paesaggio che le circonda.

Per tutti questi motivi le aziende che operano nel settore vitivinicolo, dovrebbero e lo stanno già facendo di vedere la sostenibilità ambientale e la Responsabilità Sociale come un investimento strategico a medio-lungo termine, che contribuisca al miglioramento della reputazione e alla creazione di valore.

Oggi è il consumatore a richiedere alle aziende di rendere sostenibile l'intero processo produttivo a partire dal vigneto, fino ad arrivare alla cantina.

La tesi è organizzata in tre capitoli, che cercano affrontare gli argomenti seguendo un ordine dal più generale al particolare.

Nel primo capitolo verrà trattata la Responsabilità Sociale d'Impresa, partendo da un quadro generico fino ad arrivare a un quadro nazionale e per finire si parlerà dell'importanza della *triple bottom line*.

Il secondo poi aprirà le porte al protagonista della tesi: il settore vitivinicolo e si tratterà l'argomento della sostenibilità, con i vari tipi che ci sono: la sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Il terzo ed ultimo capitolo sarà dedicato invece alle certificazioni e alle etichette presenti sul territorio, che rendono il consumatore consapevole del tipo di vino che stanno acquistando.

CAPITOLO 1

LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA

L'unione Europea definisce la responsabilità sociale d'impresa (RSI) o *corporate social responsibility* (CSR) come:

”l'integrazione volontaria da parte delle imprese delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle operazioni commerciali, nei processi decisionali e nei rapporti con i propri interlocutori/portatori di interesse (stakeholder).”

1.1 la visione di responsabilità sociale d'impresa.

La responsabilità sociale d'impresa è un concetto difficilmente inquadrabile mediante una definizione ben precisa, tutt'ora è un tema molto dibattuto ma “acerbo” e da alcuni viene visto come: “un cantiere culturale sempre aperto”.

Negli ultimi anni la crisi economica ha portato a una minore attenzione nella gestione responsabile dell'azienda, anche se si sostiene che ci sia un nesso vantaggioso per le aziende che seguono un comportamento responsabile nella loro gestione, il quale porta ad un vantaggio competitivo.

Le imprese che seguono un percorso di responsabilità sociale sono anche le stesse che come fine hanno il

potenziamento dei rapporti con i loro stakeholder¹, questo perché c'è la convinzione che sostenendo un comportamento responsabile porterà non solo al miglioramento della reputazione, ma anche ad avere delle condizioni più favorevoli nell'esercizio dell'attività d'impresa e a più opportunità nel mercato.

Si ritiene quindi che avendo un comportamento socialmente responsabile fa sì che l'impresa sia più duratura nel tempo, valorizzando in termini di *outcome* (impatti) il contributo offerto attraverso la sua attività alla qualità dell'ambiente e al contesto sociale.

Il dibattito sulla responsabilità sociale d'impresa ha origini molto lontane, si fa riferimento al primo Novecento.

Anche il ruolo dei *stakeholder* inizia ad assumere un ruolo più rilevante, dove come citato nel libro "Responsabilità sociale e modelli di misurazione di L. Bagnoli" dice: "per la prima volta in modo organico, si parla dei soggetti portatori di interesse che possono influenzare l'azienda nel perseguimento dei propri obiettivi o che, a loro volta, ne possono essere influenzati. Da qui si iniziò ad adottare un comportamento manageriale non incentrato solo sulla massimizzazione del profitto per gli azionisti, ma anche una ricerca del massimo beneficio per gli interlocutori diretti ed indiretti.

1.1.1 il contesto internazionale

A livello internazionale si è cercato di portare la responsabilità sociale a un livello standard e come principi di fondo abbiamo:

A – patto globale o *global compact*;

¹ stakeholder: tutti i soggetti, individui od organizzazioni, attivamente coinvolti in un'iniziativa economica (progetto, azienda), il cui interesse è negativamente o positivamente influenzato dal risultato dell'esecuzione, o dall'andamento, dell'iniziativa e la cui azione o reazione a sua volta influenza le fasi o il completamento di un progetto o il destino di un'organizzazione.

B- gli orientamenti dell'organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) per le imprese multinazionali e dell'organizzazione internazionale e del lavoro (²OIL).

Il patto globale è un'iniziativa a livello internazionale, dove vengono chiamati a partecipare grandi imprese, le organizzazioni non governative, le università, le organizzazioni degli imprenditori, dei lavoratori e in generale gli attori della società civile in generale. Da quando è nato, il numero degli aderenti è cresciuto in maniera sempre più significativa.

A) Il *Global Compact* delle Nazioni Unite incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale ed ambientale atto a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di dividerne i benefici.

A tal fine, l'*UN Global Compact* richiede alle aziende e alle organizzazioni che vi aderiscono, di condividere, sostenere e applicare nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali, relativi a diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.

I principi sono:

² L'OCSE, Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, nasce ufficialmente il 30 settembre 1961 per volontà di venti Paesi fondatori (di cui diciotto europei, oltre Stati Uniti e Canada). In quella data entra in vigore la Convenzione con cui l'OCSE era stata istituita un anno prima per sostituire l'OECE, Organizzazione Europea per la Cooperazione Economica, creata nel 1948 per gestire il "Piano Marshall" per la ricostruzione post-bellica dell'economia europea. L'intento era di assicurare una pace durevole, promuovendo la cooperazione e le politiche per il miglioramento del benessere economico e sociale delle persone in tutto il mondo.

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) è l'Agenzia specializzata delle Nazioni Unite sui temi del lavoro e della politica sociale. Fondata nel 1919 come parte del Trattato di Versailles che pose fine alla Prima Guerra mondiale, l'OIL adotta norme internazionali del lavoro, promuove i principi fondamentali e i diritti sul lavoro, opportunità di lavoro dignitose, il rafforzamento della protezione sociale e il dialogo sociale sulle questioni inerenti al lavoro.

1. *sostegno e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle sfere di influenza dell'impresa;*
2. *assicurarsi di non essere implicati in abusi relativi ai diritti umani;*
3. *riconoscimento della libertà di associazione e del diritto alla contrattazione collettiva;*
4. *eliminazione di tutte le fattispecie di lavoro forzato e/o obbligatorio;*
5. *abolizione del lavoro minorile;*
6. *eliminazione delle discriminazioni in materia di impiego e professione;*
7. *sostenere un approccio preventivo (precauzionale) alle sfide (minacce) ambientali;*
8. *adottare iniziative per la promozione di una maggiore responsabilità ambientale;*
9. *incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie rispettose dell'ambiente;*
10. *contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.*

B) nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa, hanno un ruolo molto importante anche gli enunciati OCSE ed OIL. Sono organismi di rilievo internazionale che hanno competenze nel campo della cooperazione economica e del lavoro, e a tal fine hanno predisposto dei principi, sotto forma di dichiarazioni, convenzioni etc...

Sono presenti due documenti:

- le linee guida destinate alle imprese multinazionali. Consistono in una serie di raccomandazioni emanate dai governi che aderiscono all'OCSE e rivolte alle imprese multinazionali dei rispettivi paesi, che hanno come in-

tenzione di garantire un operato in armonia con politica e aspettative sociali;

- la dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale dell'OIL. Si tratta di un insieme di principi basati su convenzioni e raccomandazioni internazionali, destinato a guidare le parti sociali in materia di lavoro.

1.1.2 la prospettiva europea

Passando dal contesto internazionale a quello europeo, si può notare che lo sviluppo sostenibile è un obiettivo chiave della politica europea, sancito in primis nel 1993, con il ³Libro bianco della commissione europea presieduta da Jacques Delors, dove, viene affermato che è necessario *“rafforzare il dialogo sociale, la responsabilità sociale delle imprese ed i partenariati pubblico/privati, al fine di favorire la cooperazione e la condivisione di responsabilità riguardo all’attuazione di metodi di produzione e di consumo sostenibili”*.

Le principali iniziative a livello europeo per quanto riguarda la responsabilità sociale d’impresa sono:

- A. la strategia di Lisbona e l’Alleanza europea per la responsabilità sociale d’impresa;

³ I libri bianchi della Commissione europea sono documenti contenenti proposte per l’azione dell’Unione europea (Unione) in un settore specifico. In alcuni casi, fanno seguito a libri verdi pubblicati allo scopo di avviare un processo di consultazione a livello europeo.

Lo scopo di un libro bianco è l’avvio di una discussione con il pubblico, le parti interessate, il Parlamento europeo e il Consiglio al fine di approdare a un consenso politico.

- B. l'emanazione, da parte della Commissione europea, di un documento, il Libro verde⁴, che si intitola *Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*;
- C. l'istituzione dell'*European Multi-stakeholder Forum on CSR*, che ha come scopo il promuovere la trasparenza e la convergenza della prassi e degli strumenti socialmente responsabili.
- A. per quanto riguarda la cosiddetta "Strategia di Lisbona" è un obiettivo introdotto dopo il consiglio europeo straordinario svolto nel 2000 a Lisbona, dedicato ai temi economici e sociali dell'Unione Europea. Sono state introdotte importanti novità, in primo luogo il primo obiettivo decennale che aveva scadenza nel 2010, e si basava sul rendere l'Europa in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro ed una maggiore coesione sociale;
- B. nel 2001 la Commissione europea emana il Libro verde, il cui principio generale ruota in base all'assunto in base al quale parlare di responsabilità sociale delle imprese significa essenzialmente: *"che esse decidono di propria iniziativa di contribuire a migliorare la società e rendere più pulito l'ambiente"*. L'impatto economico della responsabilità sociale può portare sia effetti diretti che indiretti, quelli diretti possono essere ad esempio il maggior impegno che porta al miglioramento dell'ambiente di lavoro o a una più efficace gestione delle risorse naturali; come effetti indiretti possiamo avere un'attenzione maggiore da parte di investitori e consumatori;

⁴ I libri verdi sono documenti pubblicati dalla Commissione europea al fine di stimolare la discussione a livello europeo su un tema particolare. Essi invitano le parti interessate (enti e individui) a partecipare a un processo di consultazione e di dibattito sulla base delle proposte presentate. Talvolta i libri verdi danno origine a sviluppi legislativi che vengono poi presentati nei libri bianchi.

- C. sempre su iniziativa della Commissione europea nel 2002 è stato istituito *The European Multi-Stakeholder Forum on CSR* che ha lo scopo di fornire una piattaforma a rappresentanti delle imprese, dei sindacati e delle organizzazioni della società civile per impegnarsi in un innovativo processo di dialogo e apprendimento e per formulare raccomandazioni relative a pratiche CSR più efficaci. L'obiettivo del *Forum* è quello di promuovere l'innovazione, la trasparenza e la convergenza delle prassi e degli strumenti di CSR attraverso:
- migliorare la conoscenza del rapporto tra responsabilità sociale e sviluppo sostenibile, per facilitare lo scambio di esperienze e di buone pratiche e far convergere gli strumenti della CSR e delle iniziative esistenti, prestando attenzione su aspetti specifici delle PMI⁵;
 - definire i principi guida e strumenti comuni, tenero conto sia delle attuali raccomandazioni UE, della legislazione e degli strumenti concordati a livello internazionale.

⁵ PMI: sta per: piccole e medie imprese.

La categoria delle microimprese, delle piccole imprese e delle medie imprese (complessivamente definita **PMI**) è costituita da imprese che:

- a) hanno meno di 250 occupati, e
- b) hanno un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro, oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di euro.

Nell'ambito della categoria delle PMI, si definisce piccola impresa l'impresa che:

- a) ha meno di 50 occupati, e
- b) ha un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 10 milioni di euro.

Nell'ambito della categoria delle PMI, si definisce microimpresa l'impresa che:

- a) ha meno di 10 occupati, e
- b) ha un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 2 milioni di euro.

1.1.3 il quadro nazionale

Nonostante gli sforzi fatti per promuovere azioni di responsabilità sociale da parte di molte imprese italiane, manca ancora un quadro organico di principi di riferimento e un livello di generale accettazione di tali comportamenti a livello nazionale.

In realtà sulla connotazione etico-sociale dell'azienda esiste nel nostro Paese “una robusta tradizione scientifica che, col linguaggio dei grandi maestri, arriva fino ai giorni nostri⁶”

Nel filone di studi che enfatizzano le ricerche empiriche vanno ricordati anche quei lavori che legano il concetto di responsabilità sociale a quello più circoscritto di rendicontazione sociale (*accountability*) attraverso l'utilizzo di strumenti di misurazione integrata delle performance e di comunicazione esterna, come il bilancio sociale.

1.2 TRIPLE BOTTOM LINE

La *triple bottom line* consiste in una triplice valutazione, sul piano economico, sociale ed ambientale e valuta la performance dell'impresa.

Il concetto di *triple bottom line* fu introdotto per la prima volta dal scrittore imprenditore John Elkington. All'inizio degli anni '90 ha introdotto questo concetto nuovo spinto da una preoccupazione verso l'inquinamento e le disuguaglianze sociali. L'introduzione di questo concetto è avvenuto per spingere le imprese a valutare il loro andamento non solo sulla base del profitto, ma anche sull'impatto sociale ed ambientale.

⁶ Cfr. S. Angeloni, *l'aziendabilità*, Milano, Franco Angeli, 2010 p.279

La *triple bottom line*⁷ non fu subito utilizzata su larga scala, solo a partire dal 2011 l'UE ha adottato la strategia dell'Unione Europea per lo sviluppo sostenibile.

La *triple bottom line* si riferisce alle seguenti aree, o 3P:

1. profitto: la capacità dell'azienda di avere una crescita economica duratura e costante nel tempo, creando valore per i suoi *stakeholder* (i proprietari, i dipendenti, i consumatori e gli investitori);
2. persone: l'impatto che l'azienda ha sulla società. Ad esempio, ci si concentra sulle condizioni di lavoro dei dipendenti, sulla diversità e l'inclusione in azienda e sul contributo allo sviluppo delle comunità locali;
3. pianeta: l'impatto ambientale dell'azienda, come l'utilizzo delle risorse naturali, la gestione di rifiuti e le emissioni di gas serra;

I vantaggi che si ottengono nell'applicazione della *triple bottom line*:

1. migliore reputazione: queste aziende hanno spesso una reputazione migliore perché dimostrano di avere a cuore sia la società che l'ambiente, temi molto sentiti oggi dai consumatori;
2. aumento dei finanziamenti: la TBL può aiutare a trovare investitori, perché molti sono interessati a finanziare aziende con un impatto positivo sull'ambiente e sulla società;
3. attrazione di talenti: le aziende sostenibili attraggono spesso i migliori talenti, perché molti lavoratori cercano opportunità in aziende che fanno la loro parte per il benessere sociale e ambientale;

⁷ G. Manetti, *Il triple bottom line reporting. Dal coinvolgimento degli stakeholder alle verifiche esterne*, Milano, Franco Angeli, 2006.

4. minori costi a lungo termine: l'adozione di pratiche sostenibili può contribuire a ridurre i costi a lungo termine, ad esempio tramite il risparmio energetico o il riciclo dei materiali;
5. maggiore stabilità finanziaria: queste aziende sono spesso più stabili finanziariamente, perché sono in grado di gestire meglio i rischi e le opportunità a lungo termine.

Triple Bottom Line



Figura 1.1 Titolo: Sondaggio “Triple Bottom Line” sulle prestazioni economiche, sociali e ambientali

Fonte dirigentiindustria.it

CAPITOLO 2

GLI STRUMENTI DELLA SOSTENIBILITA' DEL VINO

La parola sostenibilità deriva dal latino “*sustinere*” che letteralmente significa sostenere qualcosa, tutelarlo e proteggerlo senza degradarlo e senza mutarne l’essenza.

Sulla base di quanto detto in precedenza, è importante citare il Congresso ⁸Assoenologi, considerato come una delle più importanti manifestazioni del settore vinicolo. Già qualche anno fa il tema della sostenibilità è stato un argomento dibattuto, si è discusso su come il tema della sostenibilità si deve coniugare perfettamente all’ecosistema e all’ambiente. Il concetto poi è stato esteso in un senso più globale anche all’ambito economico e sociale, essendo, elementi strettamente interdipendenti.

“Lo sviluppo economico non può essere raggiunto a scapito dell’ambiente, anche se deve generare reddito e lavoro per il sostentamento della popolazione,

⁸ Assoenologi è l’Associazione nazionale di categoria dei tecnici vitivinicoli più antica e numerosa al mondo. Ogni anno, a partire dal, 1946, l’Associazione organizza un Congresso per affrontare e analizzare temi legati alle principali tendenze del settore.

così come per l'aspetto sociale la sostenibilità deve basarsi sul concetto di equità e come principio etico”⁹ come detto da Andrea Zanfi.

Come tutti i prodotti agricoli, anche per produrre il vino vengono utilizzate risorse come acqua, energia ed il suolo, inoltre vengono immesse nell'ambiente una serie di sostanze, come ad esempio si può pensare alle emissioni di anidride carbonica, prodotte durante le varie fasi della produzione, le acque reflue, i rifiuti, ecc.

È necessario considerare poi l'utilizzo delle risorse di tipo sociale ed economico, oltre alle risorse ambientali.

È possibile dunque affermare che si è in presenza di una viticoltura sostenibile quando si soddisfano contemporaneamente le aspettative:

- del produttore: producendo uva sana e nella giusta quantità;
- del consumatore: acquistando prodotti sani e di qualità, rapportati a un prezzo equo;
- dell'ambiente: attraverso la sostenibilità ecologica di tutto il ciclo produttivo.

2.1 la sostenibilità

Sempre più spesso si sente parlare di sostenibilità nel settore vitivinicolo ed è ormai evidente che sia questa la strada che le aziende del vino devono intraprendere per far fronte agli obiettivi posti in essere dall'Agenda 2030 e per mantenere alta la competitività sui mercati, soprattutto internazionali.

⁹ Zanfi.A., la cultura, il precursore della sostenibilità, L'Enologo, dicembre 2017.

Partendo dal presupposto che la sostenibilità pone le sue radici nella salvaguardia delle risorse ambientali, con il tempo il concetto si è evoluto e consolidato, legando gli aspetti che riguardano la tutela dell'ambiente alla economicità e riproducibilità dei processi produttivi e al rispetto dei diritti e della dignità degli individui.

Come citato da Silvestri nel 2015: " *le dimensioni ambientale, sociale ed economica, definite anche come i tre pilastri o "triple bottom line"*, nel concetto di sostenibilità vengono messi in relazione tra di loro, non escludendosi a vicenda, ma bensì integrandosi e rafforzandosi mutualmente. Privilegiare solo una parte delle tre dimensioni significa avere una visione non sostenibile e solo parziale dello sviluppo."

L'affermarsi e il diffondersi di questo importante concetto ha fatto sì che in tutto il Mondo si iniziassero ad imporre modelli di gestione aziendale orientati al rispetto delle buone pratiche di sostenibilità.

Questa tendenza ha coinvolto anche l'agricoltura e in particolare il settore vitivinicolo tant'è che l'Organizzazione mondiale della Vigna e del Vino nella risoluzione CST 1/2004 definisce la vitivinicoltura sostenibile come l'approccio globale su scala dei sistemi di produzione e di trasformazione delle uve, associando contemporaneamente la perennità economica delle strutture e dei territori, l'ottenimento di prodotti di qualità, la presa in considerazione delle esigenze di una viticoltura di precisione, dei rischi legati all'ambiente, alle sicurezze dei prodotti e alla salute dei consumatori e la valorizzazione degli aspetti patrimoniali, storici, culturali, ecologici e paesaggistici. La vitivinicoltura sostenibile cerca quindi l'equilibrio tra fattibilità economica, equità sociale e buono stato ambientale e questo si applica a tutta la catena di produzione e di trasformazione, partendo dall'uva e dal succo d'uva, per arrivare al vino e agli altri prodotti della vite.

Questo approccio virtuoso deve essere orientato a mantenere un'offerta commerciale sostenibile, in linea con le aspettative sociali sia all'intero che al esterno dell'organizzazione, sostenendo al contempo un tessuto produttivo ed economico competitivo; migliorare la fiducia della società nelle aziende vitivinicole; sviluppare una vitivinicoltura con un duplice obiettivo di prevenzione degli impatti negativi sull'ambiente e di adattamento al comandamento climatico, attraverso l'adeguamento delle tecniche produttive.

La sostenibilità non può essere vista come uno status immutabile, ma deve essere intesa come un processo continuo in cui gli obiettivi di benessere ambientale, sociale ed economico coesistono e hanno pari valore.

2.1.1 la sostenibilità ambientale

Per sostenibilità ambientale si intende la capacità di preservare nel tempo alcune funzioni dell'ambiente come quelle di essere fornitore di risorse, come sole, acqua, aria, suolo, ma anche ricettore di rifiuti e fonte diretta di utilità: questo implica la tutela della biodiversità, la salvaguardia degli equilibri ecosistemi e la possibilità di riprodurre le risorse utilizzate.

La Terra è infatti condizionata dagli effetti dell'attività umana il cui impatto sull'ambiente circostante produce alterazioni sostanziali degli equilibri. È importante non superare la *carrying capacity*, ovvero la capacità massima di individui che un ambiente è in grado di sopportare e in funzione delle risorse naturali e la produzione di beni e servizi a basso impatto ambientale sono obiettivi di sostenibilità fondamentali sulla base dei quali i processi economici devono adeguarsi.

Esiste infatti una relazione importante, ad esempio, tra ambiente ed economia poiché il modo in cui quest'ultima viene gestita impatta sull'ambiente e la qualità

ambientale influisce a sua volta sui risultati economici: il settore vitivinicolo infatti produce importanti emissioni di gas ad effetto serra, causa principale del *global climate change*, e al tempo stesso ne subisce gli impatti negativi che si traducono in riduzioni delle rese e della qualità della produzione. E quindi danneggiare l'ambiente equivale a danneggiare l'economia.

Diventa quindi una priorità anche per il settore vitivinicolo adottare strategie volte a ridurre l'impatto della produzione del suolo, aria, acqua, biodiversità e paesaggio.

È importante quindi un'attenta pianificazione dell'impianto di nuovi vigneti, adottando principi ecologici ormai consolidati per la loro gestione, cercando di ridurre ogni intervento e favorendo un utilizzo ottimale delle risorse disponibili. Ma non bisogna limitarsi a questo: la gestione degli input di energia, acqua, coadiuvanti e additivi e materiali per il packaging, è essenziale per l'attenuazione di un modello di gestione aziendale sostenibile, essendo necessario ottimizzare il loro utilizzo, favorendo i metodi di prevenzione e, all'occorrenza, il loro riutilizzo.

2.2 La sostenibilità sociale

La sostenibilità sociale può essere definita come la soddisfazione continuata ed equamente garantita dei bisogni umani basilari come cibo, acqua e riparo ma anche delle necessità sociali e culturali di più alto livello come ad esempio sicurezza, libertà, democrazia, occupazione e svago. Questa dimensione etico-sociale va nella direzione di realizzare sia una equità internazionale, che implica la parità di accesso alle risorse per tutti gli abitanti del pianeta, sia di una equità di integrazio-

ne il cui fine è assicurare alle generazioni future le stesse opportunità di sviluppo delle generazioni passate.

In questo contesto la consapevolezza che la propria attività possa avere un impatto non solo sull'ambiente fisico ma anche sulle persone che lo abitano è alla base di un approccio aziendale virtuoso che tiene conto della multidimensionalità del concetto di sostenibilità.

Nel caso specifico del settore viticolo gli obiettivi di sostenibilità sociale vengono perseguiti attraverso l'impegno e la capacità delle aziende vitivinicole di sostenere e sviluppare la realtà rurale in cui sono inserite, con particolare attenzione alle risorse umane e alle loro condizioni di lavoro, all'integrazione aziendale nell'ambiente socioeconomico e culturale locale e alla salute e sicurezza dei consumatori. È quindi importante che le aziende vitivinicole adottino misure che promuovano il benessere umano e l'inclusione tenendo conto degli interessi e dei diritti di lavoratori, consumatori e comunità. La viticoltura è un'attività fortemente legata al lavoro manuale e garantire condizioni di lavoro sicure è un requisito essenziale per qualsiasi azienda che si definisca sostenibile. Una gestione sostenibile delle risorse umane prevede l'attuazione di azioni volte alla valorizzazione del capitale umano e l'attenzione all'equità delle condizioni di lavoro.

2.3 la sostenibilità economica

La sostenibilità economica deve essere intesa come la capacità di un sistema economico di generare una crescita duratura degli indicatori economici attraverso la creazione di reddito e lavoro per il sostentamento delle popolazioni, attraverso un'efficace combinazione delle risorse.

Poiché infatti il fine ultimo di un'azienda vitivinicola resta quello di produrre un reddito per sé e per i propri dipendenti, bisogna tener conto della fattibilità economica nel lungo periodo delle decisioni che vengono prese per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità legati al rispetto delle risorse ambientali e alla tutela del capitale umano. Le scelte operate dovranno essere prese in ottica di capacità di innovazione, di adattamento ai cambiamenti tecnologici e socioeconomici e di gestione dei costi, al fine di determinare una crescita sostenibile capace di offrire ricchezza e occupazione nei tempi a venire, per il raggiungimento di questo obiettivo, le aziende dovranno lavorare tenendo conto di due elementi chiave: la resilienza e l'efficienza.

Per sviluppare resilienza le aziende vitivinicole devono prendere in considerazione la capacità di adattamento ai cambiamenti tecnologici e socioeconomici delle proprie scelte, optando per soluzioni flessibili e diversificate in grado di adattarsi alle esigenze che possono derivare da perturbazioni e dall'evoluzione delle condizioni di mercato. Queste soluzioni dovranno garantire al tempo stesso la massima efficienza in termini di riduzione degli sprechi di costi aggiuntivi, cercando di produrre il minor quantitativo di output possibile, al fine di ridurre l'impatto sull'ambiente e la società.

2.4 i vantaggi della sostenibilità

Le aziende vitivinicole italiane si stanno impegnando molto nell'aumentare le proprie performances in termini di sostenibilità, adottando tecniche e strumenti sempre più innovativi e strategie che sono il risultato di continui studi e approfondimenti sull'argomento.

I vantaggi che retraggono i consumatori che decidono di acquistare vini prodotti dalle aziende che lavorano secondo i principi della sostenibilità sono:

- rispetto per l'ambiente: poiché le attività di produzione e trasformazione, oltre che la scelta del packaging, tengono conto del possibile impatto sull'ambiente, acquistare questi prodotti significherà contribuire a ridurre l'inquinamento e gli sprechi, tutelando le risorse naturali e la flora e fauna locali;
- rispetto per il capitale umano: le aziende sostenibili hanno a cuore la salute, la sicurezza e il benessere tanto dei lavoratori quanto dei consumatori e della comunità in cui si trovano. L'acquisto dei loro prodotti contribuirà a garantire la tutela dei diritti e il soddisfacimento delle necessità di tutte le persone coinvolte;
- valore aggiunto per il territorio: tra gli obiettivi di un *business model* sostenibile vi è quello di valorizzare il territorio tutelando i paesaggi e promuovendo cultura, tradizioni e prodotti locali. L'acquisto dei prodotti di queste aziende sarà un contributo fondamentale a mantenere e a dare valore al patrimonio naturale, storico, culturale e sociale non solo locale, ma anche nazionale;
- chiarezza e trasparenza: l'ottenimento della certificazione richiede il rispetto di buone pratiche di sostenibilità e rigidi standard che garantiscono la sicurezza e la tracciabilità dei prodotti. Il consumatore potrà informarsi attraverso la lettera dei bilanci di sostenibilità che forniscono dati reali, ed essere sicuro in questo modo che ciò che finisce nel suo calice è stato prodotto in modo attento e controllato, nel rispetto dell'ambiente e delle persone.

CAPITOLO 3

CERTIFICAZIONI ED ETICHETTI DI SOSTENIBILITA' NEL SETTORE VITIVINICOLO.

3.1 vino sostenibile: cosa lo differenzia dagli altri

Il settore vinicolo è un settore molto complesso: le categorie di prodotti sono tante e spesso si rischia di fare confusione tra le diverse etichette se non ci si aggiorna continuamente.

Questo è quello che sta succedendo un pò nel caso del vino sostenibile che sempre più spesso viene confuso o associato alle produzioni biologiche, biodinamiche o naturali.

A differenza delle cantine che producono queste tipologie di vino *green* che seguono filosofie di produzione basate sul rispetto dell'ambiente, vietando l'utilizzo in vigneto della chimica di sintesi a favore di metodi di coltivazione incentrati sulla fertilità del suolo e limitando o eliminando completamente l'utilizzo di additivi e coadiuvanti in cantina, le aziende sostenibili prestano attenzione anche alla dimensione sociale e alla fattibilità economica delle proprie scelte: i lavoratori, i consumatori e la comunità sono importantissimi e si deve tener conto delle loro necessità e dei loro diritti. Tutte le soluzioni che vengono adottate quindi devono tener conto dell'impatto che possono generare sull'ambiente e sulla società, con un occhio critico alla valutazione dei costi e dei benefici, al fine di evitare spese inutili e di garantire un reddito adeguato all'impresa e ai propri dipendenti.

3.2 le certificazioni di sostenibilità

Uno dei modi per far fronte al problema del *greenwashing*¹⁰ è quello di andare oltre la semplice immagine che le aziende vogliono dare di se o lo storytelling e di affidarsi a realtà vitivinicole che hanno ottenuto una certificazione di sostenibilità.

Non esiste ancora una normativa comunitaria per il settore vitivinicolo che regolamenti l'utilizzo del termine "sostenibilità" come invece accadde per il vino biologico, ma esistono degli standard volontari, di natura pubblica o privata, che forniscono una spiegazione dettagliata delle norme ambientali, sociali ed economiche che devono essere rispettate lungo tutta la filiera di produzione del vino, affinché un'impresa possa affermare di lavorare in ottica di sostenibilità.

Le aziende che vogliono intraprendere un percorso di sostenibilità possono quindi decidere autonomamente di aderire a una standard ad oggi disponibile per il settore vitivinicolo, come VIVA, Equalitas e SOStain, impegnandosi in questo modo a seguirne e rispettarne le regole.

Il rispetto delle norme definite dai disciplinari viene verificato da un ente terzo che effettua un controllo accurato e rilascia la certificazione di sostenibilità.

Alcuni degli standard di sostenibilità, oltre a prevedere la certificazione dell'intera azienda (azienda sostenibile) consentono anche l'ottenimento della certificazione per singoli prodotti (vino sostenibile).

Nel primo caso l'azienda si impegna a garantire il rispetto dei principi di sostenibilità in tutte le fasi di produzione gestite direttamente dall'azienda stessa, calcolando e valutando l'impatto di tutta l'attività produttiva sull'ambiente e la società.

¹⁰ È *greenwashing* quando un'affermazione sulla sostenibilità contiene informazioni false o capaci di ingannare consumatori, investitori e altri partecipanti al mercato, oppure quando vengono omesse informazioni rilevanti per le loro decisioni

Nel caso sia il singolo prodotto ad ottenere la certificazione di sostenibilità, l'azienda garantisce che tutti i prodotti e gli step che hanno portato alla elaborazione di quel vino specifico siano stati condotti e gestiti in maniera sostenibile.

3.3 la certificazione VIVA



figura 3.1

Titolo: VIVA la certificazione del vino sostenibile

Fonte: Qualità e supporto rurale s.r.l



figura 3.2

Il ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare ha avviato nel 2011 il progetto nazionale VIVA, che mira a migliorare le prestazioni di sostenibilità della filiera vitivinicola attraverso l'analisi di quattro indicatori:

- aria: esprime l'impatto che la produzione di uno specifico prodotto o l'insieme delle attività aziendali hanno sul cambiamento climatico;

- acqua: esprime il potenziale impatto sulla scarsità idrica e sulla degradazione dello stato di qualità del corpo idrico e può essere riferita sia all'azienda nella sua totalità, sia ad una singola bottiglia di vino da 0,75 L;
- territorio: analizza la gestione agronomica dei vigneti e le relative conseguenze sui corpi idrici e sul suolo;
- vigneto: esprime il legame fra vino e il suo territorio tenendo conto degli aspetti che riguardano la comunità, l'ambiente e la cultura.

La diagnosi di sostenibilità secondo il protocollo VIVA viene affrontato con due approcci distinti:

- a livello di organizzazione: permette di svolgere una valutazione complessiva delle prestazioni ambientali dell'azienda stessa;
- a livello di prodotto: consente di eseguire un'analisi focalizzata su uno specifico prodotto.

In entrambi i casi le analisi condotte consentono di acquisire consapevolezza sulle possibilità di miglioramento nelle aree che risultano essere maggiormente critiche e di comunicare al consumatore finale l'effettivo impegno dell'azienda vitivinicola in campo ambientale e socio-economico.

Lo standard VIVA è pensato infatti per le aziende, perché permette di valutare l'uso ottimale delle risorse e misurare i miglioramenti nel tempo, ma anche per i consumatori, perché mette a disposizione un sistema trasparente e tacciabile per verificare la sostenibilità del vino e l'impegno dei produttori sia in campo ambientale che socio-economico: VIVA è anche un'innovativa etichetta, che rende accessibili i dati della sostenibilità, espressi in maniera semplice, chiara e uniforme, validati da un ente certificatore ogni due anni e garantiti dal Ministero dell'Ambiente.

3.4 la certificazione EQUALITAS



figura 3.3

Titolo: La sostenibilità certificata vale sempre di più. Equalitas diventa Marchio di Certificazione Europeo.

Fonte: Equalitas.it

Equalitas è una compagine sociale nata nel 2015 per iniziativa di Federdoc¹¹ e Unione Italiana Vino e supportata da CSQA¹² Certificazioni, Valoritalia, Gambero

¹¹Confederazione Nazionale dei Consorzi volontari per la tutela delle denominazioni dei vini italiani.

¹²Certificazione Sicurezza Qualità Agroalimentare

Rosso e 3AVino, con lo scopo di promuovere la sostenibilità nel settore vitivinicolo attraverso un approccio moderno ed integrato nelle tre dimensioni:

- economica: capacità di generare reddito e lavoro;
- ambientale: capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse naturali;
- sociale: capacità di garantire condizioni di benessere umano.

Obiettivo principale di Equalitas è la condivisione a livello italiano di un approccio unico alla sostenibilità delle aziende vitivinicole e la diffusione di un marchio collettivo di garanzia per il consumatore, che rispondano alle esigenze del settore di dotarsi di uno schermo condiviso, oggettivo e certificabile da un ente terzo.

Questo standard è nato per essere applicato alla filiera del vino e pertanto si inserisce logicamente nelle sue dinamiche produttive, prevedendo la sua adozione e certificazione da parte di tutti i tipi di attori, siano essi agricoltori, trasformatori, imbottiglieri o raccolgano tutte queste identità in una unica figura, fino ai consorzi di tutela.

La norma prevede infatti la certificazione di tre dimensioni produttive:

- l'intera azienda attraverso l'adozione dello standard di Organizzazione;
- il singolo prodotto finito attraverso l'adozione dello standard di Prodotto;
- una intera denominazione attraverso l'adozione dello standard di Territorio.

Lo standard prevede requisiti oggettivi e verificabili per ciascuno dei tre pilastri della sostenibilità attraverso la definizione di buone pratiche e di indicatori.

Le buone pratiche sono state definite per ciascuna tipologia di operatore della filiera e per ciascun pilastro e sono state classificate in buone pratiche di lavoro-

zione (agricole, di cantina, in imbottigliamento/condizionamento), sociali, economiche e ambientali.

Per ogni gruppo di buone pratiche sono previsti:

1. requisiti Maggiori (M): devono essere rispettati nella misura del 100% dall'inizio della validità della certificazione;
2. requisiti Minori (m): devono essere rispettati nella misura minima del 30% e tra il triennio di validità delle certificazioni;
3. raccomandazioni (R): devono essere rispettati nella misura minima del 10% entro il triennio di validità della certificazione;
4. gli indicatori ambientali quali Impronta Idrica, Impronta Carbonica e Biodiversità, che devono essere misurati entro i tre anni di validità della certificazione, sono invece il risultato di tutte le buone pratiche ambientali applicate dalle imprese che aderiscono a questo standard. Questi valori non hanno lo scopo di confronto fra diverse aziende/prodotti bensì di rappresentare parametro interno alle imprese/filiere/prodotto che permetta di monitorare la propria realtà e definire gli ambiti di miglioramento in tema di sostenibilità ambientale.

Nell'ottica di favorire un percorso di miglioramento delle organizzazioni, dei processi e dei prodotti Equalitas prevede un percorso graduale e di miglioramento continuo, che sia di stimolo all'adozione di requisiti via via più complessi e allo stesso tempo completi rispetto ai pilastri della sostenibilità.

Per questo, al rinnovo della certificazione, che avviene ogni tre anni grazie alla validazione da parte di un ente terzo accreditato, viene richiesto alle aziende di aumentare la percentuale minima di "m" ed "R" da rispettare.

La norma Equalitas, permette quindi alle imprese del vino di adottare un sistema interno di gestione della sostenibilità e di valorizzare il primo impegno con la

pubblicazione di un bilancio di sostenibilità, strumento che si rivolge ai clienti e a tutti i portatori di interesse, con lo scopo di raccontare e comunicare gli obiettivi di sostenibilità raggiunti e quelli prefissati.

3.5 la certificazione SOSTain



figura 3.4

Titolo: Nasce Fondazione SOSTain Sicilia per promuovere lo sviluppo sostenibile della vitivinicoltura siciliana.

Fonte: giornalevinocibo.it

SOSTain è la certificazione di sostenibilità dedicata a tutte le aziende del territorio siciliano, siano esse produttrici di vino biologico, biodinamico, naturale, convenzionale e altro ancora.

Ciò che accumuna gli attori SOSTain è la volontà di condividere buone pratiche agricole finalizzate al rispetto dell'ecosistema e all'assoluta trasparenza nei confronti del consumatore.

Lo standard e il marchio sono detenuti dalla Fondazione SOSTain Sicilia che ha come obiettivo principale quello di agevolare la condivisione di best practices finalizzate al rispetto dell'ecosistema, stimolando la ricerca e l'alta formazione per sviluppare una cultura della sostenibilità a tutti i livelli.

Lo standard SOSTain è basato su sull'acquisizione della consapevolezza che gli impatti delle attività agricole vanno oltre i confini dei campi che coltivano, il

coinvolgimento delle comunità locali, la valorizzazione del territorio circostante, la conservazione delle risorse naturali, ed è per questa ragione che il programma offre uno strumento di misura quantitativo per poter dare a chi conduce l'azienda le indicazioni necessarie a migliorare continuamente, mediante una gestione agromeconomica consapevole e attenta.

Il disciplinare SOStain identifica 10 requisiti minimi che sono gli attributi fondamentali che le aziende vitivinicole aderenti devono possedere per ottenere la certificazione:

1. gestione vigneto: le aziende sono tutelate a soddisfare nella gestione del vigneto almeno uno dei disciplinari tra AQNPI, disciplinare regionale di produzione integrata, metodi di gestione delle aziende eco-sostenibili (PSR Sicilia 10.1.b), disciplina di produzione biologica;
2. diserbo chimico: vige il divieto di praticare il diserbo chimico;
3. biodiversità: le aziende con superficie > 15 ha, devono mantenere zone naturali per almeno il 5% della superficie aziendale;
4. utilizzo di materiali eco-compatibili nel vigneto: per la realizzazione dei nuovi vigneti vengono esclusi materiali che non siano riciclabili o biodegradabili;
5. materie prime locali: il 100% delle uve e dei vini eventualmente acquistati devono essere di provenienza regionale;
6. utilizzo degli indicatori VIVA (aria, acqua e vigneto) e a soddisfare l'indicatore territorio;
7. tecnologie energeticamente efficienti: in vinificazione sono considerati efficienti i processi che consentono di produrre vini con un consumo energetico inferiore a 0,7 kwh/l di vino;

8. peso delle bottiglie: il peso medio delle bottiglie di vino fermo prodotte nel corso dei due anni deve essere inferiore o uguale a 550 g/0,75 l di vino;
9. trasparenza della comunicazione: le aziende aderenti al programma di certificazione sono tenute a redigere un report di Sostenibilità prima del 31 marzo di ogni anno;
10. limite al contenuto di residui nel vino: annualmente devono essere effettuate analisi su un campione di almeno il 25% delle referenze commercializzate allo scopo di verificare l'assenza di residui ai agrofarmaci nel vino.

Questi indicatori garantiscono rigore scientifico, oggettività e trasparenza e il loro rispetto è verificato e validato ogni due anni da un organismo indipendente di certificazione.

CONCLUSIONI

Il vino rappresenta una delle tante eccellenze del made in Italy dei nostri tempi. L'Italia si trova tra i tre Paesi che hanno le maggiori esportazioni di vino insieme a Francia e Spagna.

Nell'elaborato si è visto come il tema della Responsabilità Sociale d'impresa e, nello specifico, il tema della sostenibilità abbia subito nel corso degli anni un notevole passo in avanti anche nel settore vitivinicolo.

Questo argomento che inizialmente poteva sembrare un trend passeggero, stia acquistando col passare del tempo sempre più rilevanza e sempre più importanza sino a diventare una strategia senza la quale risulta difficile entrare e rimanere competitivi nel mercato di riferimento.

Questo interesse così diffuso è dato principalmente dalla crescente richiesta e attenzione da parte del consumatore che è sempre alla ricerca di nuovi prodotti rispettosi nel confronto dell'ambiente e delle persone che vi lavorano, che devono essere tutelate. Oltre ai consumatori anche i produttori si stanno orientando su un operato che sia compatibile non solo con le richieste ambientali, ma che usando un operato sostenibile che sia in grado anche di portare un risparmio economico per la produzione del prodotto e un miglioramento della reputazione.

In precedenza il vino appariva come un prodotto "naturale", ma sono numerosi i fattori che al pari di altre attività agricole, fa sì che la viticoltura sia una delle attività che a livello ambientale risulta come una delle più impattanti.

L'uso dei pesticidi, in particolare, è uno degli argomenti più controversi i tema di vino. per questo le etichette sono molto importanti, perché il consumatore acqui-

stando un vino che la possiede è consapevole che sta bevendo un vino che tiene a cuore l'impatto ambientale, territoriale ed a livello di capitale umano.

La responsabilità sociale d'Impresa viene riconosciuta come una strategia per gestire nel modo più efficace possibile l'impatto socio-ambientale delle proprie attività, per salvaguardare il territorio.

È emerso che l'aspetto ambientale sia il concetto al quale viene conferito maggiore peso, con una grande rilevanza sul tema della gestione dei fitofarmaci.

Un altro aspetto importante riguarda i “*Millennials*”, i quali appartengono a un particolare target, i quali sono i promotori di un nuovo modo di vedere il vino come non solo un prodotto da pasteggiare, ma un prodotto da usare per vivere una vera e propria esperienza.

In questo preciso momento storico, caratterizzato da molta concorrenza, è importante cogliere le sfide che arrivano dal mercato, che impongono verso i prodotti che vengono offerti quotidianamente una maggiore sensibilizzazione verso la “responsabilità ambientale”.

Difatti come più volte ribadito, i consumatori sono sempre più orientati all'acquisto di prodotti che tengono in considerazione la tutela del territorio in cui vivono e che impattino il meno possibile sull'ambiente.

BIBLIOGRAFIA

Borra D., Dal Vecchio A., Lazzari A. M., Massaglia S., Viberti A. (2016), “La percezione del concetto di sostenibilità nel settore vitivinicolo”, Franco Angeli Editore, Collana Agricoltura e benessere

Cfr. S. Angeloni, l'aziendabilità, Milano, Franco Angeli, 2010 p.279.

G.Manetti, il triple bottom line reporting. Dal coinvolgimento degli stakeholder alle verifiche esterne, Milano, Franco Angeli, 2006.

L. Bagnoli, Responsabilità sociale e modelli di misurazione , Franco Angeli, 2010.

Risoluzione OIV CST 1/2004, “Sviluppo della vitivinicoltura sostenibile”

Risoluzione OIV CST 518-2016 “Principi generali dell'OIV sulla vitivinicoltura sostenibile - aspetti ambientali, sociali, economici e culturali”

Silvestri M. (2015), “Sviluppo Sostenibile: un problema di definizione”, Gentes, anno II n2.

SITOGRAFIA

<https://globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/introduzione/2-i-dieci-principi.html>

<https://www.ilo.org/rome/ilo-cosa-fa/lang--it/index.htm>

<https://www.salute.gov.it/portale/rapportiInternazionali/dettaglioContenutiRapportiInternazionali.jsp?lingua=italiano&id=431&area=rapporti&menu=vuoto>

<https://eur-lex.europa.eu/IT/legal-content/glossary/white-paper.html>

<https://eur-lex.europa.eu/IT/legal-content/glossary/green-paper.html>

https://www.google.it/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEw-jo0sXr2pODAxUwwQIHHVZ7DrAQFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.invi-talia.it%2F-%2Fmedia%2Finvitalia%2Fdocumenti%2Fafforziamo-le-impres%2Fbrevetti%2Fallegato-3_dichiarazione_dimensione-aziendale.doc%3Fla%3Dit-it%26hash%3D52383617BAADD3243A65C68472B23E8B8D1F02E0%23%3A~%3A-text%3DLa%2520categoria%2520delle%2520microimprese%2520C%2520delle%20Cme-no%2520di%2520250%2520occupati%2520C%2520e&usg=AOvVaw3J3UiCvm05-F45cdbhBUfdu&opi=89978449

<https://www.assenologi.it/>

<https://vinra.it/la-sostenibilita-nel-mondo-del-vino/>

<https://economiepertutti.bancaditalia.it/notizie/che-cos-il-greenwashing-e-come-ci-inganna/#?dotcache=refresh>

IMMAGINI

<https://dirigentindustria.it/notizie/sviluppo-sostenibile/sondaggio-triple-bottom-line-sulle-prestazioni-economiche-sociali-e-ambientali.html>

<https://www.guidasicilia.it/rubrica/vino-e-ambiente-la-sicilia-inaugura-il-programma-di-sostenibilita-sostain/3005727>

https://www.ansa.it/europa/notizie/agri_ue/ambiente/2018/03/06/vino-il-marchio-di-sostenibilita-viva-sbarca-a-bruxelles_788c6698-5a06-46f5-9cae-f15672e468c9.html

<https://www.equalitas.it/2016/04/26/12303/>

RINGRAZIAMENTI

Desidero ringraziare innanzitutto il mio relatore, il Prof. Attilio Mucelli che mi ha seguito durante questo percorso di redazione della tesi, nonché mi ha permesso di svolgere approfondimenti su questo argomento, e mi ha dedicato il suo tempo e la sue competenze alla correzione dell'elaborato.

Poi vorrei ringraziare la mia famiglia, mia mamma che mi ha sempre sostenuto nel mio percorso universitario.

Ringrazio Davide che mi è stato vicino nella mia ultima parte di percorso, la più dura di tutte, motivandomi a fare sempre del mio meglio e rimanere concentrata verso questo traguardo.

Vorrei ringraziare tutti i miei amici, in special modo Lisa, Lucrezia, ed Elena con le quali ogni momento era buono per lamentarsi.

Per ultimo voglio ringraziare me per non aver mai mollato, neanche dopo ogni insuccesso, ma essere riuscita a trasformarlo in un successo.

