

LA MARCA

— DRINK IN THE LAND —

Bilancio di Sostenibilità 2023



Siamo impegnati in un percorso di sostenibilità responsabile, consapevoli del nostro ruolo e della necessità di fare una reale differenza. Vogliamo contribuire positivamente al nostro mondo, mettendo in pratica azioni che vanno oltre il semplice proposito, per un impatto significativo e duraturo.



Sommario

	Lettera del Presidente	4
1	<i>La Marca Vini e Spumanti</i>	7
1.1	Oltre 50 anni di storia	8
1.2	Siamo La Marca	12
1.3	L'identità cooperativa	14
1.4	La mutualità	16
1.5	La catena del valore: dalla terra alla terra	18
1.6	I viticoltori	20
1.7	Le Cantine Socie: i migliori scelgono i migliori	22
1.8	La rete delle relazioni	25
1.9	La nostra idea di sostenibilità	26
1.10	La matrice di materialità	28
2	<i>Il valore del Gruppo</i>	33
2.1	Il sistema di governance	34
2.2	La gestione del rischio e i sistemi di controllo	36
2.3	L'approccio alla compliance	38
2.4	Il contributo della base associativa	40
2.5	I risultati economici	42
2.6	Il patrimonio e gli investimenti	46
2.7	I fornitori	48
3	<i>La tutela dell'ambiente</i>	51
3.1	Le pratiche sostenibili di vigneto	54
3.2	Un impegno collettivo	56
3.3	Una produzione responsabile	58
3.4	L'utilizzo dei materiali	60
3.5	La gestione dei rifiuti	62

4	<i>Le persone e la comunità</i>	65
4.1	L'apporto imprescindibile dei soci	66
4.2	Le risorse umane	68
4.3	La salute e la sicurezza dei lavoratori	69
4.4	Le risorse umane protagoniste della trasformazione	70
4.5	L'attenzione al consumatore	76
4.5.1	Le certificazioni	78
4.5.2	La Marca per i consumatori	80
4.6	Il sostegno a progetti e iniziative locali	82
5	<i>Ambasciatori del Prosecco nel mondo</i>	85
5.1	La presenza internazionale	86
5.2	I mercati	88
5.3	I brand del Gruppo	92
5.4	I riconoscimenti	96
5.5	La Marca: Italian Experience	98
6	<i>La Marca: uno sguardo al futuro</i>	101
6.1	Un impegno costante	102
7	<i>Nota metodologica</i>	104

Lettera del Presidente

È con immenso piacere che presentiamo la seconda edizione del nostro Bilancio di Sostenibilità. L'intento è quello di fornire una panoramica completa delle iniziative che il nostro Gruppo ha intrapreso per raggiungere traguardi sempre più virtuosi, ma soprattutto per confermare il nostro impegno fortemente improntato verso la promozione di un processo di sviluppo e prosperità economica, sociale e ambientale del territorio.

La storia di La Marca Vini e Spumanti rappresenta una singolare fusione di tradizione, innovazione e sostenibilità. In oltre 50 anni, La Marca ha subito trasformazioni significative, specialmente negli ultimi decenni. Negli anni '90, mentre l'industria vinicola si adattava alle nuove dinamiche di mercato, ci siamo trovati di fronte ad una svolta cruciale. È stato un periodo in cui il panorama del consumo del vino passava dalla damigiana ai prodotti imbottigliati.

Le cantine "private", avendo una governance più snella, stavano raccogliendo i frutti delle vendite dirette nei grandi canali, una strategia a cui noi, come gruppo di cantine cooperative, abbiamo esitato a partecipare. In un primo momento in tanti misero in discussione l'opportunità di interfacciarsi in maniera diretta con i distributori su larga scala; di conseguenza, si preferì optare per un modello intermedio, vendendo i nostri prodotti a commercianti, che a loro volta fornivano agli imbottiglieri, raggiungendo infine la grande distribuzione organizzata.

La nostra natura cooperativa ci ha spinti, successivamente, a fare il salto: la cooperazione nasce per aggregare coloro che, da soli, non avrebbero potuto competere con successo, né a livello nazionale né a livello internazionale.

Questo è l'obiettivo che ha orientato il nostro agire nel tempo e che ci ha visti costruire un protagonismo attivo nel mercato. Abbiamo, quindi, iniziato le vendite dirette e abbiamo rapidamente assistito a una straordinaria crescita esponenziale. Inizialmente il gruppo era composto da 15 cantine associate e, a seguito di fusioni e trasformazioni, oggi siamo in 8.

Negli ultimi dieci anni, abbiamo sperimentato una crescita notevole, soprattutto con l'istituzione della D.O.C. Prosecco. Oggi, il **Gruppo La Marca** si posiziona come il secondo gruppo vinicolo nazionale per dimensioni, vantando un fatturato superiore a 600 milioni di euro e la lavorazione di quasi 2,6 milioni di quintali di uva. Il valore aggiunto della nostra produzione è la provenienza delle materie prime dai nostri membri, contando su un approvvigionamento **completamente locale**. In questo modo garantiamo non solo la distribuzione del valore economico in tutta la regione, ma rappresentiamo anche una potente testimonianza del nostro impegno verso la comunità.

Riconosciamo il privilegio e l'onere che accompagnano la nostra posizione di spicco nell'industria del vino. La nostra essenza cooperativa ci impegna a investire le nostre risorse nella realizzazione economica dei soci e nella qualità del prodotto. Un effetto che si estende alle nostre Cantine Socie, che, a loro volta garantiscono una giusta compensazione per i 4.577 soci viticoltori.

Il nostro ultimo anno è stato un anno di eccezionale crescita e successo. Con orgoglio, posso dire che il fatturato di La Marca Vini e Spumanti è cresciuto del 32% rispetto all'anno precedente.

Un risultato straordinario frutto del duro lavoro, dell'impegno e della dedizione di ciascun membro della nostra squadra. Un risultato di cui andiamo fieri, ma non possiamo fare a meno di riconoscere che è stato anche un anno difficile a seguito della scomparsa improvvisa del nostro amato Valerio Cescon. La sua visione, dedizione e leadership hanno portato l'azienda ai numeri e al successo di oggi. La sua mancanza è stata profondamente sentita da tutti noi e ha reso evidente quanto sia fondamentale garantire la continuità e i risultati dell'azienda.

Il nostro Consiglio di Amministrazione, che qui rappresento, conscio della responsabilità verso le Cantine Socie e verso ogni singolo socio viticoltore, si è unito con maggiore determinazione e ulteriore coesione. La cooperazione è fondata sulla corresponsabilità e quanto accaduto ci ha reso consapevoli di quanto sia importante per noi tutti mantenere vivo il patto tra il gruppo dirigente delle nostre cantine: **anteporre al successo individuale un più grande e ambizioso progetto**. Il progetto, lungimirante e sfidante, di aggregare le forze e le potenzialità produttive delle Cantine Socie, spinto da una dinamica moltiplicativa e non da una semplice sommatoria di risultati.

Oggi più che mai La Marca è un gruppo coeso capace di raggiungere traguardi importanti, benessere collettivo e duraturo nel tempo e rafforzato dalla forza generativa del gruppo stesso. Valerio riportava spesso una citazione di Friedrich Wilhelm Raiffeisen, uno dei padri fondatori del movimento cooperativo in Europa: **"ciò che è precluso al singolo può essere realizzato da una comunità di persone"**.

È per questo che guardiamo al futuro con determinazione, consapevoli della responsabilità



che ci deriva dalla nostra natura cooperativa e dalle dimensioni che oggi rappresentiamo in Italia e nel mondo. Una **responsabilità sociale** così com'è richiamata nella nostra mission:

- Verso i nostri soci**, in termini di ricchezza distribuita a garanzia di un reddito nel medio-lungo termine.
- Verso i nostri collaboratori**, in termini di stabilità e accrescimento professionale.
- Verso i nostri clienti e consumatori**, ai quali cerchiamo di proporre prodotti di qualità.
- Verso il nostro territorio**, per il profondo rispetto e l'attenzione che riponiamo per preservare le nostre terre, i nostri vigneti.
- Verso la nostra comunità**, per l'impegno che abbiamo assunto nel generare benessere diffuso fra i soci, le loro famiglie e per l'economia locale.
- Verso le nuove generazioni**, offrendo loro una prospettiva di continuità e futuro.

Continuiamo quindi a lavorare per il nostro progetto La Marca fondato sulla creazione di valore collettivo, non solo economico, ma anche sociale ed ambientale.

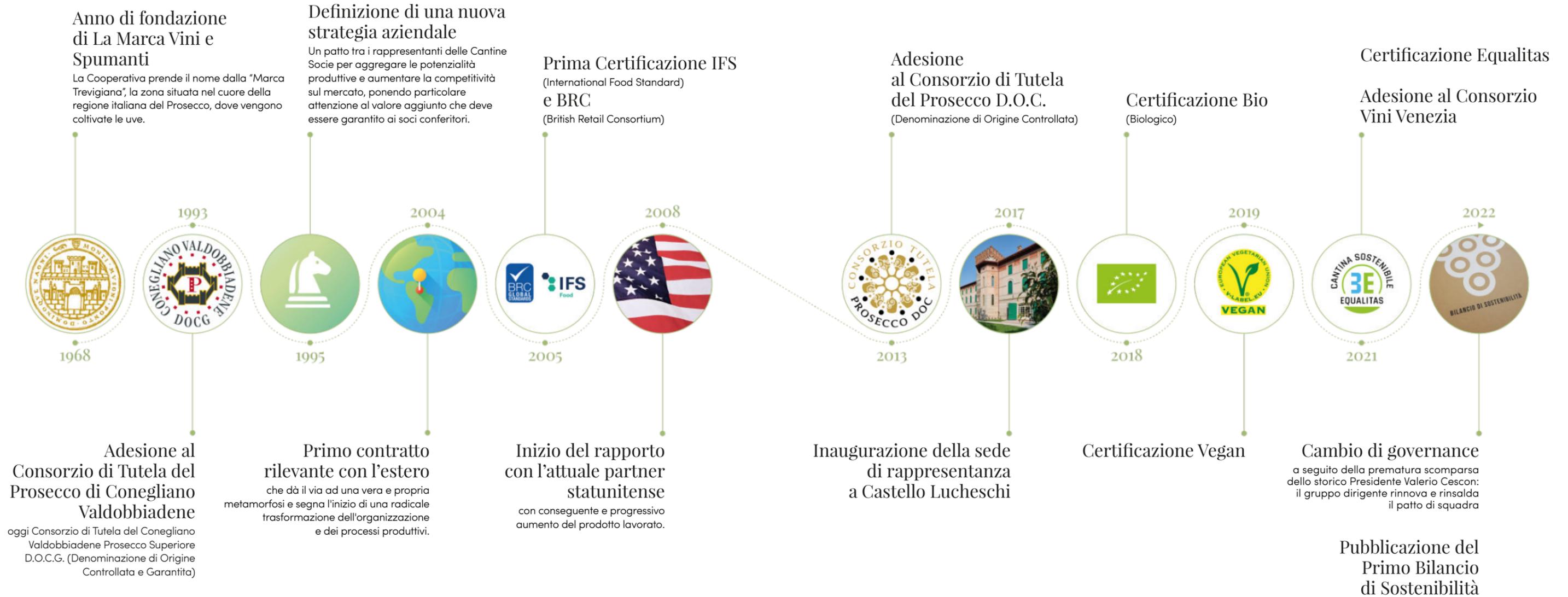
Il Presidente Claudio Venturin



La Marca Vini e Spumanti



Oltre 50 anni di storia



Siamo La Marca

Cantine Proprietarie

8

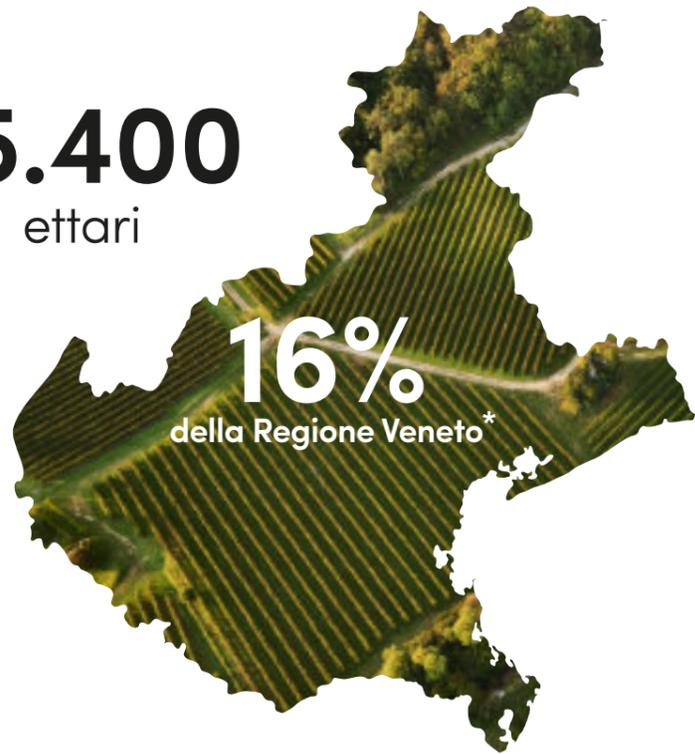
Soci coltivatori

4.577



Superficie vitata

15.400
ettari

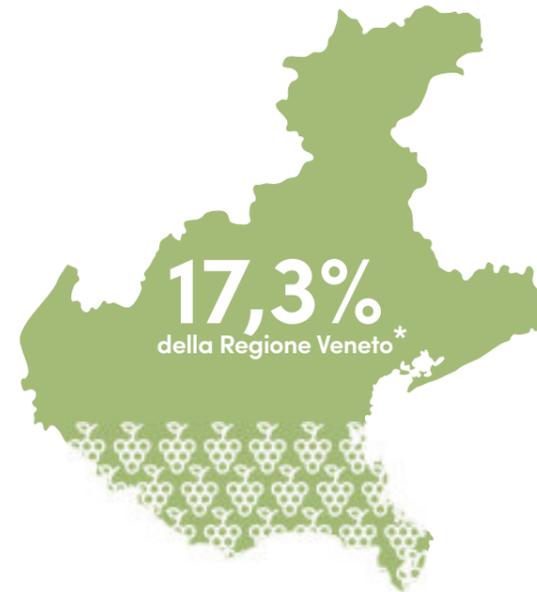


* rapporto statistico Regione Veneto 2023 - ISBN 978-88-6448-219-4

2° gruppo vinicolo in Italia per valore della produzione

Gruppo La Marca nel 2022

Uva raccolta



2.600.000 quintali

Fatturato

600 milioni di euro

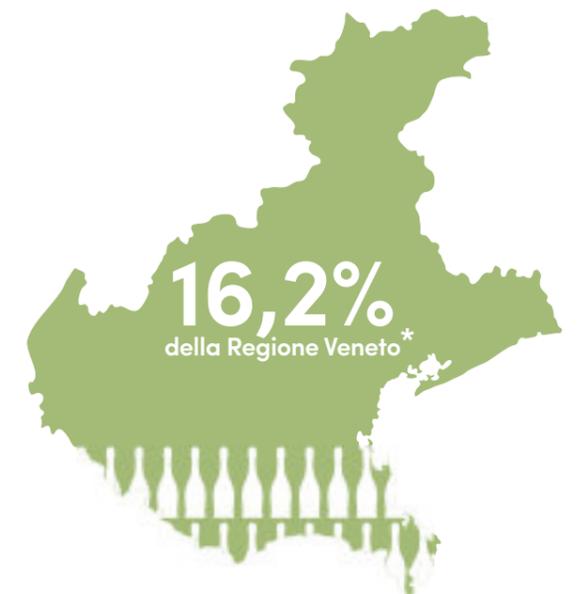


+28,5%
rispetto al 2021

682 collaboratori

Vino prodotto

25%
del Prosecco D.O.C.



192.400.000 litri



90%
vini bianchi:

Prosecco D.O.C. e Treviso D.O.C. (anche nella versione biologica)
Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G.,
Pinot Grigio Delle Venezie D.O.C., Piave D.O.C., Veneto I.G.T.
e Marca Trevigiana I.G.T.



10%
vini rossi:

Piave D.O.C., Venezia D.O.C., Marca Trevigiana I.G.T., Veneto I.G.T.

Siamo La Marca

Fatturato

235 milioni di euro



+32%
rispetto al 2021

8°

posizione nella classifica 2022
delle 100 cantine più grandi
d'Italia per fatturato*

4°

posizione nella classifica 2022
delle 10 cantine cooperative
italiane*

* elaborazioni Corriere della Sera, agosto 2023

Produzione

85 milioni di bottiglie



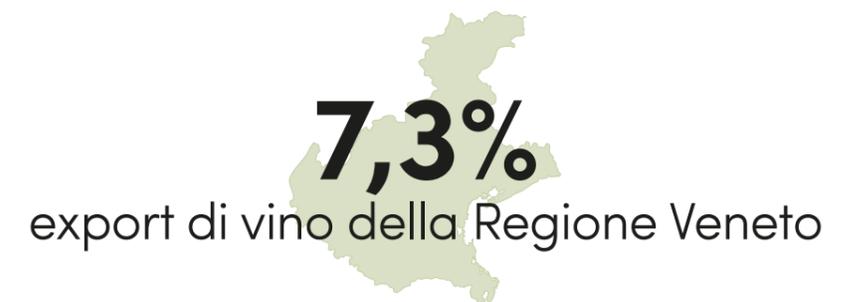
+12%
rispetto al 2021



109 collaboratori

La Marca Vini e Spumanti nel 2022

Distribuzione



L'identità cooperativa

Il successo di La Marca Vini e Spumanti trova solida base nel suo spirito cooperativo.

Le otto cantine cooperative Proprietarie, collocate nel territorio, rappresentano l'anima e il cuore dell'ambizioso progetto di dare continuità alla redditività del mondo agricolo, e indirettamente di tutta la comunità. Un impegno instancabile che ha consentito alla cantina di prosperare e crescere costantemente; dimostrando quanto possa essere potente l'unione di menti e sforzi dedicati alla produzione di vini di straordinaria qualità. Con le Cantine Socie La Marca abbraccia l'area delle denominazioni Prosecco D.O.C., Conegliano Valdobbiadene D.O.C.G., Delle Venezie D.O.C. e Piave D.O.C.

La Marca gioca un ruolo strategico nell'intera filiera vitivinicola, per la notevole ricaduta delle sue produzioni che si estendono su una superficie di **15.400 ettari**: dalla generosa pianura trevigiana fino alle incantevoli e splendide colline di Conegliano e Valdobbiadene, riconosciute Patrimonio dell'Umanità UNESCO dal 2019.

- **8 Cantine Proprietarie;**
- **15.400 ettari di vigneto**, di impegno, di rispetto, di responsabilità, di fatica;
- **4.577 soci coltivatori**, 4.577 persone che credono nell'importanza di valori che durano nel tempo;
- **una realtà** che raccoglie tante voci in un'unica visione.

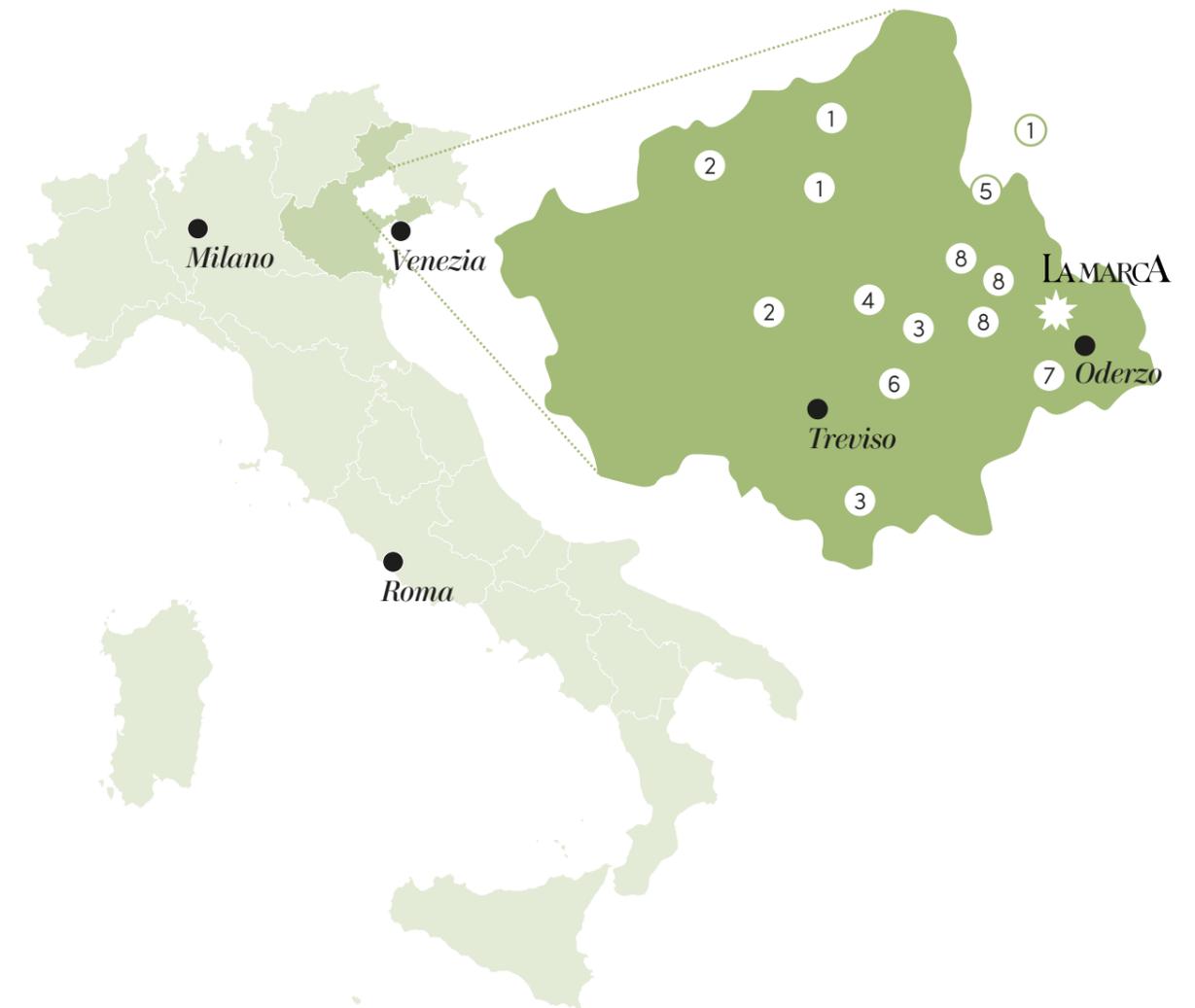
Al valore che deriva dall'attività agroindustriale si somma la valenza cooperativa: **solo nel territorio dove l'azienda è collocata vengono selezionati i migliori prodotti da portare sul mercato.**



DRINK IN THE LAND

Un privilegio, un onere e una responsabilità: il valore aggiunto dell'anima cooperativa di La Marca risiede nella capacità di partecipare e gestire l'intera filiera della produzione.

1. Cantina di Conegliano e Vittorio Veneto
2. Cantina Colli del Soligo
3. Cantina Produttori Piave-Sile
4. Cantina di Mareno
5. Cantina di Orsago
6. Cantina Sociale Tezze di Piave
7. Opitergium Vini
8. Vignaioli Veneto Friulani



La mutualità

*“La Cooperativa persegue lo scopo mutualistico di far conseguire ai soci vantaggi economici e sociali da ricevere da essa tramite scambi mutualistici attinenti l’oggetto sociale, alle migliori condizioni possibili [...]”
(Art. 3 dello Statuto di La Marca Vini e Spumanti)*

La Marca Vini e Spumanti è un consorzio di cantine cooperative: l’azienda da sempre orienta le proprie scelte guidata dalla profonda convinzione che la mutualità rappresenta il fattore imprescindibile per l’esistenza di La Marca stessa, integrandosi perfettamente con il concetto di cooperazione.

La mutualità nell’esercizio 2022:

La Marca opera per valorizzare in maniera prevalente i prodotti conferiti dai propri soci.

	Quantità	Valore
Vini conferiti dai soci	597.355 hl	130.667.777 €
Vini acquistati da terzi	50.483 hl	7.922,586 €
Totale	647.838 hl	138.590.363 €
% di prevalenza dei conferimenti sul totale dei prodotti acquistati	92,21%	94,28%



La catena del valore: dalla terra alla terra

LA MARCA
— DRINK IN THE LAND —

1 Dal vigneto

 **15.400 ettari**
4.577 soci

La Marca esercita una **supervisione costante** sulle attività delle Cantine Socie in vari ambiti. Un team selezionato di agronomi, viticoltori ed enologi professionisti coordina e controlla i vigneti e i processi di vinificazione delle cantine associate. Il piano di gestione adottato mira a minimizzare l'impatto ambientale.



2 Alla vendemmia e al conferimento delle uve

 **2.600.00 quintali**
di uve lavorate
192.400.000 litri prodotti

 **Forza lavoro complessiva del Gruppo**
nel periodo cruciale della vendemmia:
682 collaboratori

 **Supervisione costante**
nelle fasi vendemmiali

 **245.300 campioni analizzati**
+ 9% rispetto al 2021

3 Al processo di imbottigliamento e alla commercializzazione

 **85 milioni di bottiglie**
commercializzate nel 2022
+12% rispetto all'anno precedente

Capacità produttiva
400mila bottiglie al giorno

 **3 linee di imbottigliamento**
organizzate in 3 turni di lavoro
Linea 1: 10.000-15.000 bottiglie/ora
Linea 2: 5.000-6.000 bottiglie/ora
Linea 3: 15.000-20.000 bottiglie/ora

Capacità di stoccaggio complessiva
9 milioni di litri

 **+14% rispetto al 2021**
sul canale Ho.Re.Ca

 **Export in più di 50 paesi**
+10% in volume nel 2022
+34% in valore nel 2022

4 Al vigneto

La ricchezza ritorna al vigneto in termini di **valore economico** distribuito ai soci e quindi, al territorio.

 **130.667.770 euro**
+72,06% rispetto al 2020



I viticoltori



I viticoltori conferenti sono la colonna portante delle **8 Cantine del Gruppo**. Sono gli artigiani dietro la produzione delle uve di alta qualità che danno il carattere ai vini La Marca. Il loro lavoro richiede una combinazione di competenze agricole, conoscenza scientifica e amore per la terra. La dedizione alla cura delle viti è essenziale per la creazione di vini distintivi e di qualità che celebrano l'identità vitivinicola del territorio.

Anno	Numero di soci	Ettari di vigneto
2020	4.551	15.071
2021	4.577	15.305
2022	4.577	15.405
△ 2020-2022	+ 0,6%	+ 2,2%

La buona remunerazione delle uve conferite garantisce a tutti i soci delle Cantine del Gruppo:

MAGGIORE SODDISFAZIONE

che si traduce nella cura delle viti e nella produzione di uve di alta qualità.

MAGGIORI RISORSE PER INVESTIMENTI

funzionali a garantire:

- competitività tecnologica della singola azienda
- formazione continua a sostegno di un
- costante miglioramento

STABILITÀ FINANZIARIA DEI VITICOLTORI E DELLE LORO FAMIGLIE

aspetto fondamentale in un settore agricolo soggetto a fluttuazioni annuali delle rese e dei prezzi delle uve.

CONSERVAZIONE DELLE TRADIZIONI

una buona remunerazione delle uve consente ai viticoltori di continuare a coltivare le varietà tradizionali invece di optare per varietà più commerciali.

VANTAGGI PER LA COMUNITÀ LOCALE

gli imprenditori agricoli ben retribuiti hanno la capacità di creare e mantenere posti di lavoro, di sostenere l'economia locale e partecipare a iniziative comunitarie, contribuendo al benessere della comunità.



Le Cantine Socie: i migliori scelgono i migliori

Insieme alle sue **8 Cantine Socie**, La Marca rappresenta una forza di **4.577 soci viticoltori** che quotidianamente si prende cura del territorio: i **15.400 ettari di vigneto** garantiscono una produzione di circa **2.600.000 quintali di uva**.

Le cifre fornite raccontano una presenza significativa nel settore vinicolo, sia dal punto di vista quantitativo che in termini di impatto sul territorio e sulla comunità.

Ogni cantina si distingue per identità territoriale e attraverso La Marca attua sinergie economiche e accresce la propria competitività.



Il valore dell'essere socio

COOPERAZIONE

È interesse prioritario di La Marca valorizzare l'investimento dei propri soci, attuando una strategia aziendale che assicuri loro, nel tempo, un adeguato **ritorno economico**. Essere parte del Gruppo favorisce la coesione tra i viticoltori, creando un senso di comunità e di condivisione delle esperienze con grande rispetto, tanto per le persone che coltivano le terre, quanto per dipendenti e collaboratori.

DIMENSIONE SIGNIFICATIVA

Con una forza economica di **600 milioni di euro**, il Gruppo è in grado di competere sul mercato nazionale e internazionale. Ha un impatto significativo sull'industria vinicola regionale, rappresentando il **17,3% della produzione totale di vino del Veneto**.

RUOLO NELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE

La vastità del territorio coinvolto, la condivisione degli obiettivi e delle responsabilità confermano il ruolo cruciale del Gruppo nella tutela e nella promozione delle **tradizioni vinicole** e della reputazione della regione, garantendo così la qualità di ogni singola bollicina.

CRESCITA ECONOMICA REGIONALE

Le Cantine Socie contribuiscono in modo significativo alla crescita economica del territorio circostante, generando opportunità di lavoro e sostenendo lo **sviluppo** di un intero settore.

VOLUMI DI PRODUZIONE

La capacità delle Cantine Socie di produrre un grande volume di uva testimonia la loro abilità nel garantire una **fornitura costante di vino di alta qualità**, proveniente interamente dal nostro territorio. Mantenere grandi volumi produttivi stabili nel tempo e uvaggi di alto pregio è fondamentale per la coerenza produttiva e per conservare la fiducia dei clienti.

RESPONSABILITÀ

L'attenzione alla sostenibilità e all'ambiente è un valore fondamentale. Le Cantine Socie mantengono un impegno a lungo termine per la gestione responsabile delle **risorse naturali** e per la riduzione dell'impatto ambientale, condividendo principi e valori comuni.

CURA DEL TERRITORIO

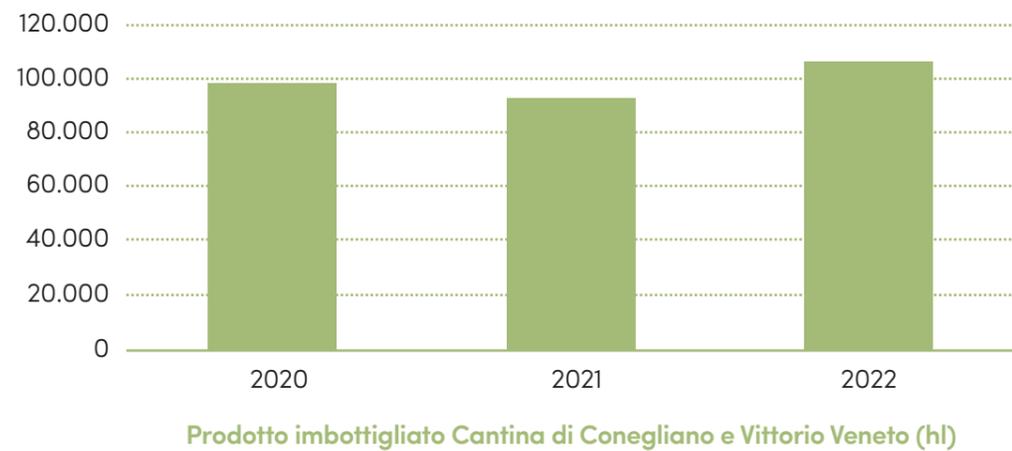
Le Cantine Socie dimostrano di prendersi cura del territorio in cui operano: attraverso la **gestione responsabile** del suolo, il rispetto della biodiversità e la conservazione delle caratteristiche uniche del luogo.

La rete di relazioni

Lo sviluppo di nuovi rapporti commerciali e il consolidamento di quelli esistenti, da parte di La Marca, agiscono come un propulsore cruciale per lo **sviluppo delle Cantine Socie**, fungendo da motore trainante per espandere le loro attività, incrementare gli impianti e rafforzare la propria base associativa.

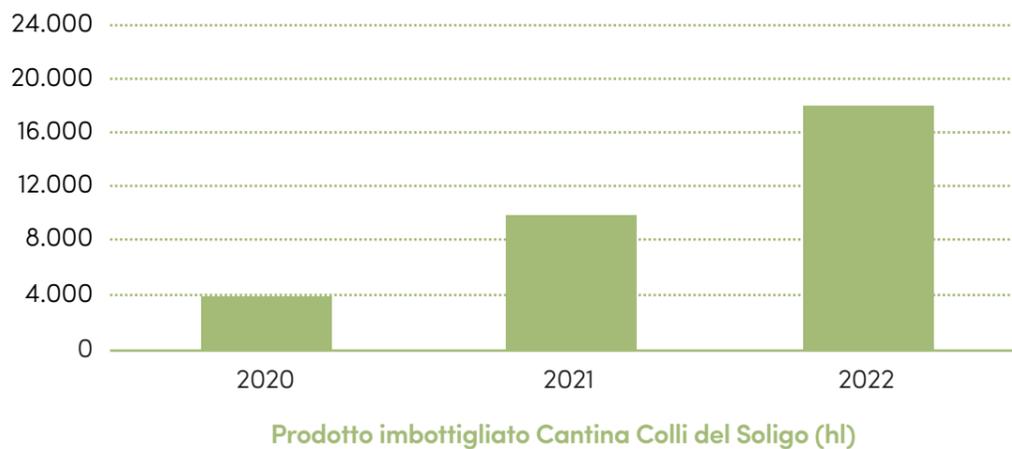
Anche nel corso del 2022 è continuata la collaborazione con la **Cantina di Conegliano e Vittorio Veneto** che mantiene volumi di imbottigliamento pressoché costanti (in leggera crescita) dedicando la maggior parte delle settimane produttive a La Marca.

Di seguito il trend:

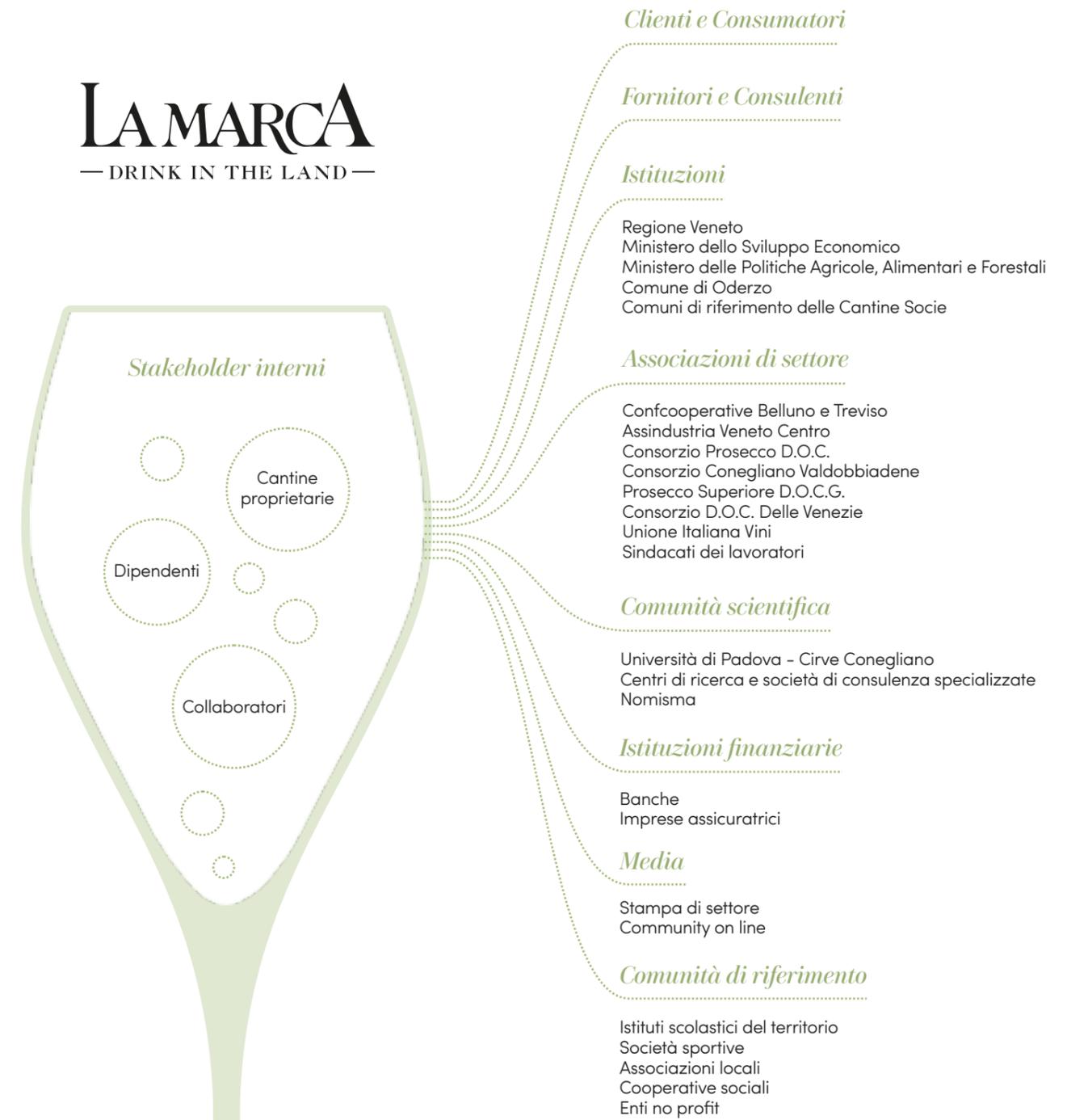


Con la **Cantina Colli del Soligo** è iniziato un rapporto di collaborazione nel 2018 che ha visto un'importante crescita del prodotto imbottigliato nel corso del 2022.

Di seguito il trend:



LA MARCA
— DRINK IN THE LAND —



La nostra idea di sostenibilità

Per la Marca la sostenibilità non è un'opzione ma costituisce parte integrante della vision: ne influenza la gestione, l'organizzazione del lavoro e la produzione. Un approccio alla sostenibilità olistico che permea ogni aspetto, ogni decisione, ogni bollicina, con l'idea di contribuire in modo concreto agli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) individuati dall'ONU nell'Agenda 2030**.

È un impegno costante e quotidiano, un dovere che l'azienda assume per preservare e potenziare gli impatti positivi su vari fronti: economico, ambientale e sociale, a vantaggio del territorio, della comunità e dell'intera filiera.

Abbiamo scelto di mettere a frutto, senza sfruttare: chi coltiva la terra in cui è cresciuto sa che con il proprio territorio deve convivere in equilibrio. Per questo La Marca sente propria la responsabilità verso i viticoltori, verso le loro famiglie, che con passione e professionalità si prendono cura delle nostre terre.

Nel corso del 2021, La Marca ha attivato il processo che, a novembre dello stesso anno, è culminato con l'ottenimento della **Certificazione Equalitas** come **"Organizzazione Sostenibile - Sustainable Winery"**. Il processo di certificazione ha consentito di organizzare e ottimizzare tutte le iniziative adottate negli anni. Un momento fondamentale per l'azienda per formalizzare la propria "politica di sostenibilità", che è stata successivamente inclusa nel percorso di Certificazione Equalitas.

Ad ottobre 2022 è stato pubblicato il **primo Bilancio di Sostenibilità** che ha messo in luce il percorso dell'azienda nel tempo e il suo impegno per una sostenibilità a 360 gradi. Il raggiungimento di tale obiettivo rappresenta motivo di orgoglio per La Marca e riafferma la sua attenzione costante per una tematica che oggi è più che mai centrale nelle scelte dei consumatori.

L'azienda è convinta che il proprio ruolo vada oltre la produzione di vino di qualità: si impegna a **contribuire a un futuro migliore** per l'intero settore, per la filiera, per i viticoltori e le loro famiglie.



La matrice di materialità

La Marca è parte di un sistema di relazioni aperte e orientate alla creazione di valore, che attribuisce agli Stakeholder un ruolo fondamentale. L'azienda riconosce che la sostenibilità e la generazione di valore non possono essere raggiunte in modo isolato, ma richiedono un **impegno collettivo**.

La Marca nel tempo ha costruito relazioni solide e durature incentrate sulla fiducia reciproca, sulla trasparenza e sulla collaborazione.

Il confronto continuo e costruttivo con i portatori di interesse permette di avere un quadro completo delle sfide in atto e delle opportunità che si affrontano, consentendo alla Governance di prendere decisioni informate e di adattare le strategie e, alle parti interessate, di supportare le iniziative di sostenibilità intraprese.

Nel corso del 2022 La Marca ha formalizzato l'ascolto degli Stakeholder con la finalità di verificare il livello di corrispondenza tra la **vision di sostenibilità sostenuta internamente** e i temi che possono influenzare le scelte e le aspettative degli attori esterni. Un percorso dinamico di stakeholder engagement che è partito con l'identificazione dei **temi materiali**, ossia le priorità strategiche di carattere economico, ambientale e sociale significative per il business sostenibile di La Marca Vini e Spumanti e che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Tale percorso ha rappresentato l'occasione per cogliere meglio gli orientamenti e le attese dei portatori di interesse di riferimento e soprattutto per verificare quanto la strada intrapresa da La Marca fosse in linea con gli aspetti ritenuti significativi dai propri stakeholder coinvolti.

Rispetto alle priorità individuate, è stato chiesto loro di esprimere la propria valutazione compilando un **questionario accessibile online e in forma cartacea**. Ai partecipanti è stato chiesto di attribuire a ciascun ambito una valutazione in una scala da 1 a 5 secondo i seguenti parametri:

- 5: massima importanza, tema prioritario e strategico per lo sviluppo aziendale;**
- 4: abbastanza importante;**
- 3: importante;**
- 2: meno importante di altri temi;**
- 1: di importanza secondaria rispetto alle altre questioni poste.**

Tipologie di Stakeholder

Adesione al questionario

Dipendenti	49%
Associazioni (di categoria, consorzi di tutela, sindacati) e coop sociali	57%
Cantine Socie	100%
Comunità scientifica	33%
Fornitori (compresi i consulenti)	95%
Istituzioni finanziarie (istituti di credito, società assicuratrici) e banche	80%



Il risultato dell'analisi condotta è la seguente matrice di materialità

Dall'analisi della matrice di materialità emergono i seguenti temi percepiti come importanti e prioritari sia per La Marca sia per i propri Stakeholder:



GOAL	3 SALUTE E BENESSERE	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
Assicurare salute e benessere per tutti e per tutte le età	Salute e sicurezza del consumatore (rintracciabilità) Valorizzazione qualitativa del prodotto	Gestione del rischio ambientale	Innovazione tecnologica volta all'efficienza e alla tutela ambientale (consumo responsabile delle materie prime)	Gestione del rischio ambientale
Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni	1. Aggiornamento costante delle certificazioni che tutelano il consumatore 2. Ottenimento della Certificazione Equalitas Vino sostenibile 3. Incremento delle analisi di laboratorio , sia interne che esterne, sul prodotto: nel corso dell'anno sono stati analizzati 245.300 campioni, con un incremento del 9% rispetto all'anno precedente 4. Rinnovo del sito internet e del company profile, mirati a una maggiore trasparenza e al rafforzamento delle relazioni con i consumatori 5. Creazione di una sezione dedicata ai reclami sul sito web aziendale	1. In cinque anni l'impianto fotovoltaico ha prodotto 496.413 kW di energia 2. L'installazione dell'impianto per l'autoproduzione di azoto ha permesso nel periodo 2019-2022, la produzione di 7.061.701 Sm³ di gas , equivalenti a circa 353 trasporti su cisterna 3. Con il progetto " Gocce di sostenibilità ", l'acqua depurata dall'impianto di trattamento viene utilizzata per irrigare le aree verdi all'interno del perimetro aziendale	1. Miglioramento dei controlli di qualità con investimenti mirati nelle linee di imbottigliamento 2. Acquisizione di nuove autoclavi 3. Acquisizione di un gruppo frigo 4. Specifici interventi di ammodernamento degli impianti di imbottigliamento e spumantizzazione	1. Nel 2022 la gestione virtuosa dei rifiuti ha permesso un risparmio di: 544 m² di carta 24.760 m² di cartone 1.831 kg di plastica 2. Nel corso del 2022, il rapporto tra produzione e rifiuti ha registrato un miglioramento significativo: -17% di plastica -39% di rifiuto secco -11% di carta e cartone





Il valore del Gruppo



Il sistema di governance

Nella struttura di governance di La Marca Vini e Spumanti, l'Assemblea dei Soci ha il compito statutario di approvare il bilancio di esercizio e di nominare il Consiglio di Amministrazione, il Collegio dei Sindaci e la Società di Revisione. Il Consiglio di Amministrazione è l'organo decisionale e di indirizzo della società, e rimane in carica per tre anni dalla nomina.

Art. 19 dello Statuto - Organi

Sono organi della Cooperativa:

- a) L'Assemblea dei Soci
- b) Il Consiglio di Amministrazione
- c) Il Collegio dei Sindaci

Il sistema di governance di La Marca è fondato sui principi di trasparenza e di collegialità delle decisioni: il CdA è composto dai presidenti delle 8 Cantine Socie e l'impegno del singolo è basato sulla piena adesione ai progetti di lungo termine, sulla condivisione e sull'assunzione di responsabilità da parte di ciascuno nei confronti della cooperativa e della relativa visione futura.

Nel corso del 2022 la scomparsa del Presidente Cescon ha rinforzato ulteriormente il patto del 1995 tra i rappresentanti delle Cantine Proprietarie che oggi più che mai sentono la responsabilità di agire in continuità con la gestione precedente e in coerenza con gli obiettivi aziendali per continuare ad essere un punto di riferimento per la viticoltura non solo regionale.

Consiglio di Amministrazione

Presidente Consiglio di Amministrazione	Venturin Claudio
Vicepresidente Consiglio di Amministrazione	Zanette Stefano
Consigliere	Berlese Stefano
Consigliere	Cettolin Cesare
Consigliere	De Martin Pierclaudio
Consigliere	Luca Sergio
Consigliere	Pillon Michele
Consigliere	Tittonel Giampietro

Collegio dei Sindaci

Presidente del Collegio Sindacale	Dufour Michele
Sindaco	Vertaldi Nicola
Sindaco	Zanon Giovanni Domenico
Sindaco Supplente	Giusti Aldo
Sindaco Supplente	Speronello Sonia



*“Il fare squadra assieme alle altre Cantine Cooperative ha permesso al progetto La Marca di raggiungere le dimensioni di oggi. È motivo d'orgoglio per tutti noi. Il connubio tra produzione e comunità deve essere sempre più fattivo, deve essere sempre più interattivo, per far sì che anche chi fa parte di questo territorio, non solo i produttori, siano coscienti che il Prosecco è un bene per l'intera comunità. La sostenibilità quindi è un pre-requisito: non solo ambientale, ma anche sociale. Una sostenibilità economica e soprattutto etica.”
(Stefano Zanette - Presidente della Cantina di Conegliano e Vittorio Veneto, Vicepresidente La Marca e Presidente del Consorzio di Tutela del Prosecco D.O.C.)*

La gestione del rischio e i sistemi di controllo



Nel corso degli anni La Marca si è dotata di strumenti di controllo e gestione del rischio volti a garantire l'efficienza operativa, la conformità legale e la salute finanziaria, elementi essenziali per il perseguimento degli obiettivi aziendali, per il mantenimento della **sostenibilità a lungo termine** e per una gestione d'impresa olistica e strategica. La Marca ha istituito un sistema di controllo e di **gestione del rischio a più livelli**, che si estende dall'operatività di base ai controlli strategici di livello superiore.

Il Consiglio di Amministrazione svolge un ruolo chiave nel sistema di controllo in quanto responsabile della revisione delle decisioni strategiche, dell'andamento del bilancio e della supervisione della gestione generale dell'azienda.

Gli amministratori, nel loro agire, tengono conto anche dei principi e valori generali di comportamento del **Codice Etico**, approvato e pubblicato nel corso del 2021:

1. **Rispetto delle leggi e dei regolamenti;**
2. **Correttezza ed onestà;**
3. **Imparzialità;**
4. **Professionalità e valorizzazione delle risorse umane;**
5. **Riservatezza, trasparenza e completezza dell'informazione;**
6. **Protezione della salute;**
7. **Tutela ambientale;**
8. **Diligenza e buona fede.**



A **livello operativo**, La Marca adotta un modello organizzativo partecipato in cui tutti i lavoratori sono parte attiva dei processi aziendali, responsabilizzati nell'individuare potenziali fattori di rischio e nel proporre soluzioni. Ogni collaboratore è formato per un'adeguata conoscenza e un opportuno governo del rischio come leva di intervento importante che crea valore all'interno dell'azienda. Le procedure operative regolano i processi aziendali e gli strumenti di misurazione e controllo permettono la verifica dei parametri di produzione. L'organizzazione del lavoro per team agevola la circolazione dei feedback in tempo reale e consente un **intervento immediato** in caso di errori o deviazioni dalle procedure standard.



Il **Sistema di Gestione Aziendale** attualmente in uso, svolge un ruolo cruciale nei controlli di **livello superiore**, semplificando i processi aziendali, garantendo una registrazione accurata delle transazioni e fornendo un quadro dettagliato delle attività aziendali per scopi di controllo, revisione e conformità. Il sistema è soggetto a **costanti verifiche**, non solo da parte di personale interno adeguatamente formato, ma anche dagli enti di certificazione e dai potenziali acquirenti che ne verificano sia la conformità normativa che il **rispetto degli standard internazionali** previsti per il settore agroalimentare.



Secondo quanto previsto dalla normativa e dagli standard volontari a cui l'azienda aderisce, e per la natura cooperativa che caratterizza la conformazione statutaria di La Marca, sono previsti ulteriori controlli da **terze parti**:

- **Controllo di legittimità esercitato dal Collegio Sindacale nominato dall'Assemblea** che, nell'attività di vigilanza, verifica l'osservanza della legge e dello statuto, il rispetto dei principi di corretta amministrazione e del processo di predisposizione dell'informativa finanziaria della Società, nonché l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile e il suo concreto funzionamento.
- **Controllo legale dei conti esercitato da una società di revisione esterna**, finalizzato alla tutela dei soci e dei terzi, con l'accertamento, almeno trimestrale, della regolare tenuta della contabilità e della corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili per acquisire una ragionevole sicurezza che il bilancio d'esercizio nel suo complesso non contenga errori.
- **Vigilanza cooperativa** annuale, da parte di un ispettore iscritto all'albo del Ministero dello Sviluppo Economico, che verifica la gestione amministrativa e il livello di democrazia interna dell'ente cooperativo, con l'obiettivo di accertare l'**effettiva natura mutualistica** dell'ente e la legittimazione di quest'ultimo a beneficiare delle agevolazioni fiscali, previdenziali e di altra natura.
- **Certificazione annuale del bilancio**, quale atto complementare alla precedente vigilanza, ad opera di una società di revisione in possesso dei requisiti di cui all'art. 15 della legge n. 59 del 31 gennaio 1992.
- **Enti di Certificazione**, che verificano annualmente la conformità agli standard volontari scelti da La Marca.

L'approccio alla compliance



La Marca interpreta la normativa non come mero adempimento burocratico, ma come pilastro fondamentale per il successo aziendale. La Sicurezza sul Lavoro, il Regolamento Europeo sulla protezione dei dati personali (GDPR), la sicurezza informatica, le normative legate alla sicurezza e tutela alimentare, alla rintracciabilità e alla qualità dei prodotti, sono esempi di come all'interno dell'azienda la compliance venga interpretata come un'**opportunità per migliorare gli standard di eccellenza**.

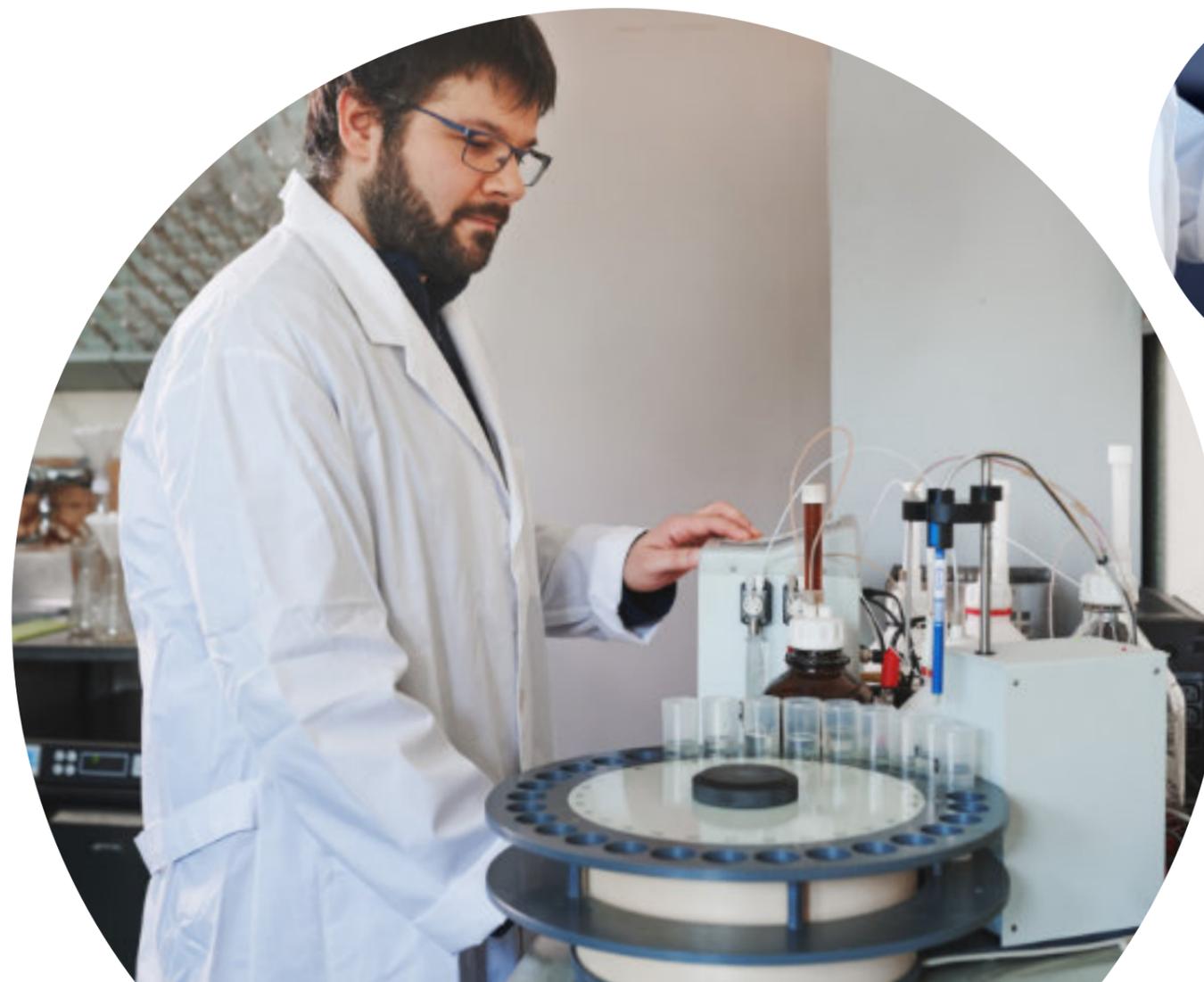
Nel contesto della **sicurezza sul lavoro**, il rispetto del **Decreto Legislativo 81/2008** costituisce una componente cruciale della cultura aziendale. La tutela della salute e della sicurezza dei collaboratori è un imperativo e un investimento per le persone. Il D.lgs. 81/2008 offre una solida base normativa di partenza per implementare politiche e procedure di sicurezza che mirano a prevenire incidenti e a garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro. Con il **Servizio di Prevenzione e Protezione per la Salute e la Sicurezza negli ambienti di lavoro**, si intende favorire un ambiente in cui ogni membro del team possa operare in totale sicurezza, sentendosi valorizzato e protetto. La formazione, la comunicazione e la partecipazione dei dipendenti caratterizzano l'approccio aziendale alla sicurezza sul lavoro intesa, in senso più ampio, come benessere organizzativo.

In tema di **tutela di dati personali** e nello specifico degli adempimenti previsti al Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (**GDPR**), La Marca si è dotata di un sistema di gestione interno che prevede un rigoroso controllo sulla raccolta, l'uso e la conservazione dei dati personali, garantendo la trasparenza e la sicurezza dei dati. Nel corso del 2022, sono state apportate migliorie al sistema di sicurezza informatica, assicurando al contempo la disponibilità e l'integrità delle informazioni. In tal senso, l'adeguamento agli standard di sicurezza del GDPR, si è rilevata un'opportunità per rafforzare la reputazione di affidabilità e di rispetto verso clienti e partner.

La Marca, in conformità con la legislazione vigente (**Legge L. 68/99** "Norme per il diritto al lavoro dei disabili"), ha attivato inoltre una convenzione con una cooperativa sociale della zona. Grazie a questa convenzione, una persona con fragilità collabora nell'effettuare alcune attività a basso rischio e di pulizia esterna, come ad esempio lavori di giardinaggio e simili.

Oltre al rispetto delle leggi e dei regolamenti, La Marca ha scelto di raggiungere una **compliance volontaria** attraverso l'adeguamento a standard di sicurezza e tutela alimentare, certificazioni di processi e di prodotto che riflettono gli obiettivi di eccellenza e di responsabilità aziendale. L'approccio è lo stesso e riflette la volontà dell'azienda di superare le aspettative e di promuovere una cultura aziendale responsabile.

Il mantenimento delle **certificazioni** nel tempo, oltre la semplice idoneità, rappresenta il segno tangibile dell'impegno a soddisfare alti livelli di qualità, sicurezza e sostenibilità, a migliorare le operazioni interne e a ottimizzare i processi aziendali.



Il contributo della base associativa

Ogni Cantina Proprietaria apporta la propria esperienza, tradizione e unicità ed è proprio l'aggregazione di queste realtà diverse che dà vita a una **forza collettiva senza pari**. In questo contesto, ogni cantina diventa una tessera fondamentale di un mosaico più ampio, contribuendo al successo dell'intero Gruppo.

Lavorando insieme per un obiettivo comune, le Cantine Socie non solo moltiplicano le opportunità di mercato, ma condividono conoscenze, risorse e competenze, creando un ambiente in cui l'innovazione e l'eccellenza diventano la norma. **Le sinergie risultanti vanno oltre la semplice somma della produzione.** La dinamica moltiplicativa è il cuore del successo di La Marca e dimostra che la forza del gruppo può superare qualsiasi sfida: rappresenta la solida base per una crescita economica e un successo imprenditoriale duraturo e consolida il posizionamento nel mercato vinicolo.

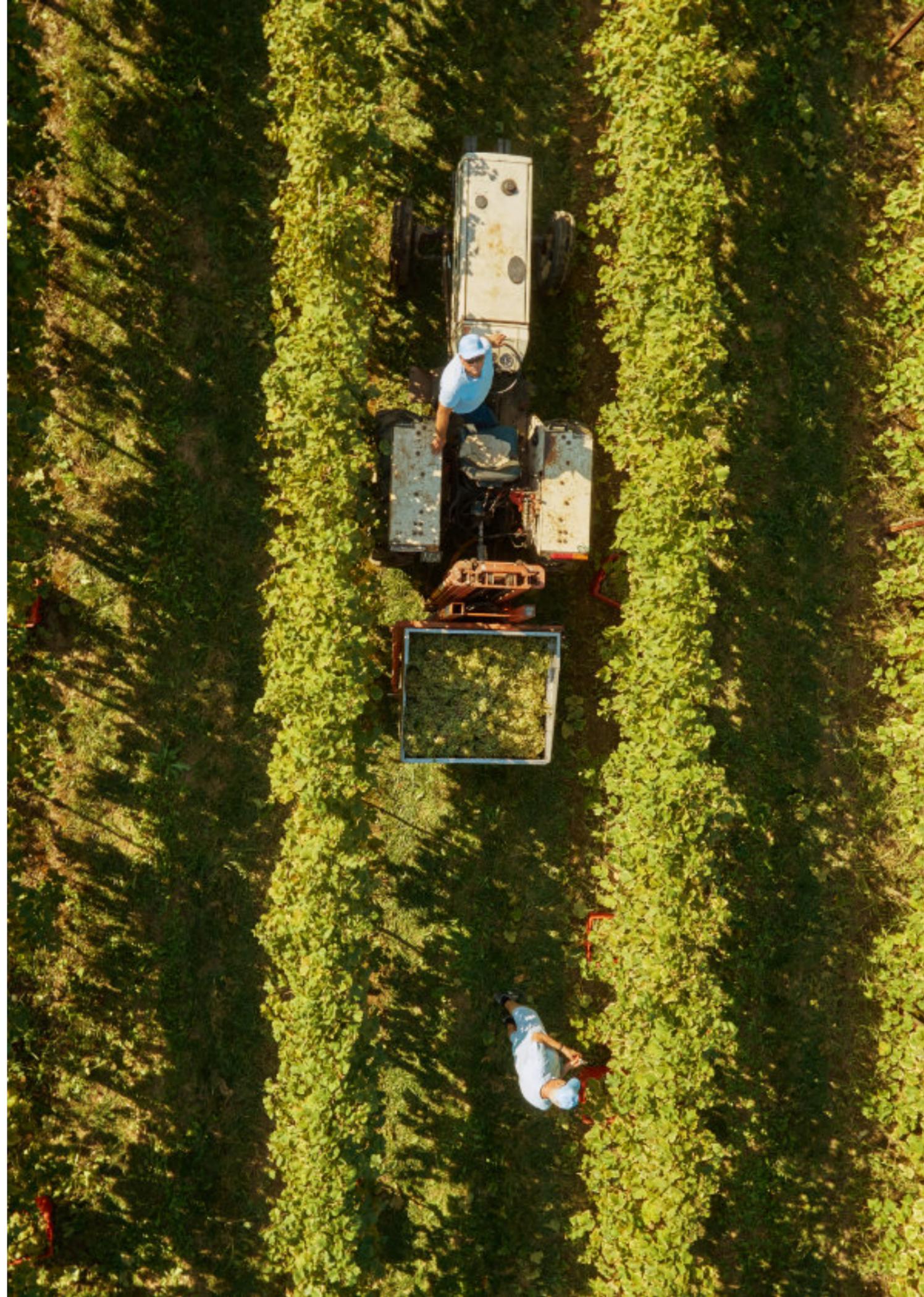
Oggi, con un **fatturato di oltre 600 milioni**, il Gruppo rappresenta la **seconda realtà vinicola in Italia**. Man mano che La Marca cresce, la dinamica moltiplicativa aumenta in intensità: una forza in costante espansione, che si traduce in un vantaggio competitivo sempre più significativo.

Cantine Socie

Cantina di Conegliano e Vittorio Veneto
Cantina Colli del Soligo
Cantina Produttori Piave - Sile
Cantina di Mareno
Cantina di Orsago
Cantina Sociale Tezze di Piave
Opitergium Vini
Vignaioli Veneto Friulani

Anno	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Ettari	15.071	15.305	15.405	+ 0,6%
Numero soci	4.551	4.577	4.577	+ 2,2%

Anno	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Cantine Socie	259.479.625 €	287.294.905 €	363.669.544 €	+ 26,58%
La Marca	152.916.286 €	179.646.914 €	237.302.700 €	+ 32,09%
Il Gruppo	412.665.911 €	466.941.819 €	600.972.244 €	+ 28,70%



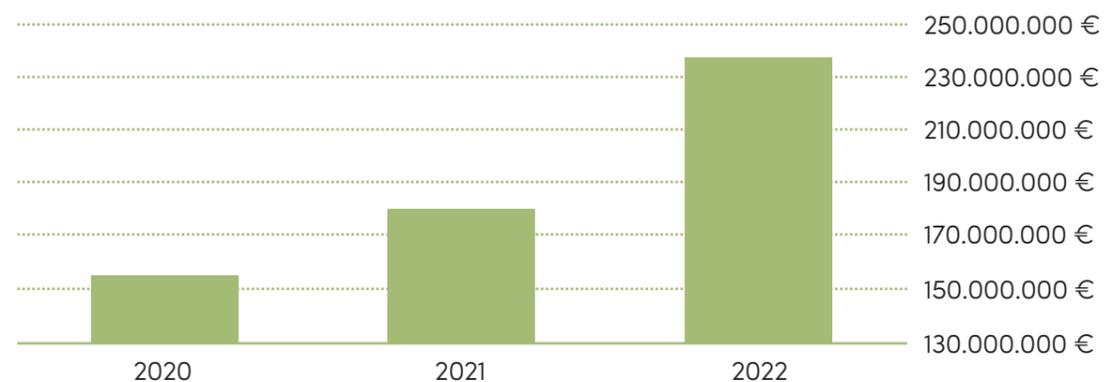
I risultati economici

Nel corso del 2022, l'azienda ha affrontato nuove e impegnative sfide che hanno richiesto una maggiore flessibilità e la **capacità di rispondere prontamente ad esigenze in rapido mutamento**. Aumenti dei costi delle materie prime, dell'energia e dei trasporti hanno caratterizzato gran parte dell'anno. In sintesi, il 2022 ha presentato le condizioni da "tempesta perfetta" che hanno sottoposto l'intera organizzazione aziendale ad una pressione costante.

Nonostante ciò, i risultati registrati alla fine dell'anno, con una **crescita dei volumi di circa il 10% e un aumento del fatturato di oltre il 30%**, confermano la capacità dell'azienda di affrontare in modo assolutamente soddisfacente un anno particolarmente complesso.

Principali dati 2022

Fatturato



La Marca ha registrato un ottimo **incremento di fatturato, pari al 32%**, migliorando così il risultato del 2021.

Il 2022 ha visto superare la quota di **85.000.000 di bottiglie**, registrando un **aumento del 12%** rispetto all'anno precedente: risultati che confermano La Marca tra le aziende leader del settore a livello nazionale.

La tabella seguente riporta il valore economico diretto generato da La Marca, a comprova della dinamica di crescita e del consolidamento dell'azienda.



+32%

 Fatturato

Valore economico diretto generato e distribuito

	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Diretto generato	149.160.177 €	192.615.014 €	246.226.426 €	+ 65,08%
Diretto distribuito	149.160.177 €	192.615.014 €	246.226.426 €	+ 65,08%
Diretto trattenuto	0 €	0 €	0 €	

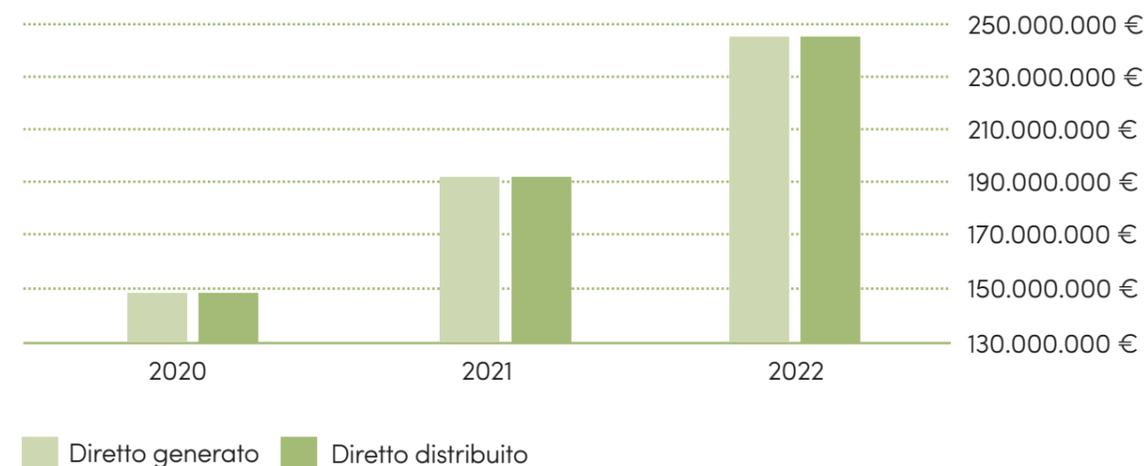
La Cooperativa fino ad oggi ha sempre chiuso i bilanci in pareggio valorizzando in questo modo i conferimenti delle Cantine Socie: ecco perché **il valore economico diretto generato è uguale al valore economico distribuito**. Come si evince dalla tabella sopra riportata, nel corso dell'ultimo triennio l'**aumento del valore economico generato e distribuito dall'azienda supera il 65%**.



+65%

 Valore economico

Valore economico diretto



Valore economico diretto generato e distribuito

	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Ricavi di vendite e prestazioni	152.888.613 €	179.646.914 €	235.190.440 €	+ 53,83%
Variazione delle rimanenze di prodotto	-5.575.025 €	10.151.956 €	6.416.277 €	+ 215,09%
Altri ricavi e proventi	1.833.832 €	2.814.707 €	4.617.952 €	+ 151,82%
Proventi finanziari	12.757 €	1.437 €	1.757 €	- 86,23%
Totale	149.160.177 €	192.615.014 €	246.226.426 €	

Nel 2022 la quota maggiore del valore economico diretto generato deriva dai **ricavi di vendite e prestazioni pari al 95,52% del totale**: questa voce è formata dalla vendita di vino in bottiglia attraverso i canali della G.D.O., (estero e Italia) e Ho.Re.Ca.; in misura residuale dalla vendita di vino in fusti.

Valore economico diretto distribuito

	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Soci	75.943.317 €	107.652.359 €	130.667.770 €	+ 72,06%
Fornitori di beni	47.272.323 €	55.780.292 €	80.561.763 €	+ 70,42%
Fornitori di servizi	16.510.143 €	18.254.871 €	23.173.533 €	+ 40,36%
Ammontare investimenti	3.196.128 €	3.435.202 €	3.755.984 €	+ 17,52 %
Collaboratori	5.112.975 €	5.994.220 €	6.475.138 €	+ 26,64%
Fornitori di capitale (banche)	280.938 €	302.681 €	336.142 €	+ 19,65%
Altro	844.353 €	1.195.389 €	1.256.096 €	+ 48,76%
Totale	149.160.177 €	192.615.014 €	246.226.426 €	

La tabella evidenzia che nel corso del 2022, il **valore distribuito alle Cantine Socie è stato di 130.667.770 euro, corrispondente al 53% del totale del valore distribuito.**

È significativo anche il dato relativo ai **fornitori di beni e servizi**, che ammonta a oltre **103 milioni di euro**, rappresentando il **42% del totale del valore distribuito.**

Inoltre, sono stati riconosciuti oltre **6 milioni di euro a dipendenti e collaboratori**. La voce "Altro" rappresenta una quota residuale che include i costi della gestione caratteristica non inclusi nelle altre voci di bilancio, come contrassegni di stato e contributi associativi.



53%
Valore distribuito
alle Cantine Socie

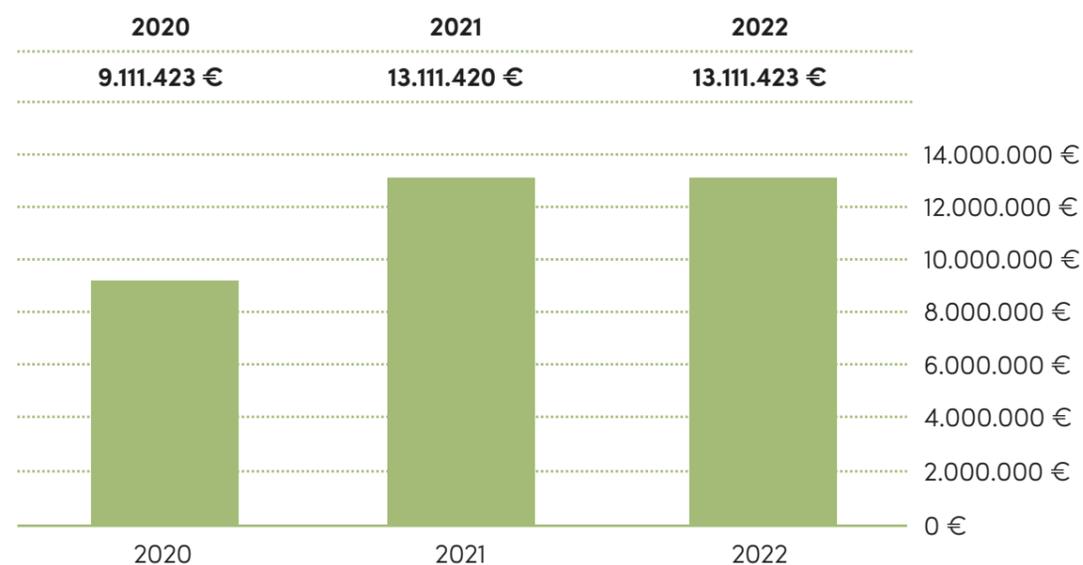


Il patrimonio e gli investimenti

Il patrimonio

Nel 2022, il valore del patrimonio netto per La Marca, formato dal capitale sociale e dai fondi di riserva indivisibili, ammonta a più di 13 milioni di euro.

Patrimonio netto

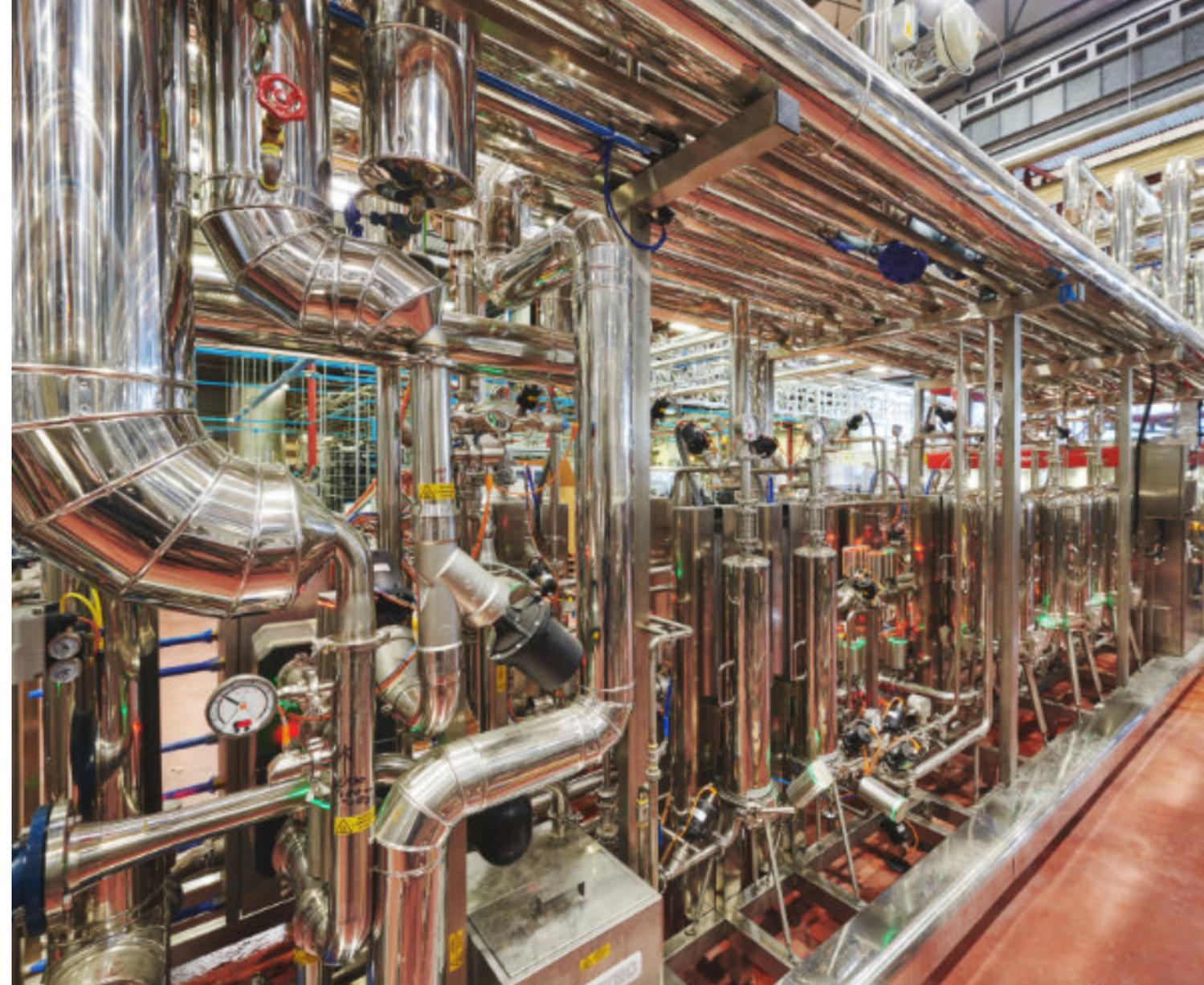


Gli investimenti

Nel corso del 2022, La Marca ha proseguito l'opera di ammodernamento delle infrastrutture e delle attrezzature, investendo non solo nella manutenzione ordinaria e straordinaria, con una spesa totale di 2.011.372 euro, ma anche in interventi finalizzati all'**efficientamento del processo produttivo**.

L'aumento del dato rispetto al 2021 deriva dall'acquisizione di nuove autoclavi, di un gruppo frigo e di specifici interventi di aggiornamento degli impianti di imbottigliamento e spumantizzazione.

Alcuni investimenti sono stati inoltre destinati al miglioramento di aspetti legati alla sicurezza degli operatori, dove si rilevavano rischi potenziali. L'investimento è stato pari a **11.000 euro** per la sistemazione di una passerella a servizio di una delle linee di produzione.



Investimenti

2020	2021	2022
3.144.787 €	3.176.486 €	3.748.883 €

Nel corso del 2023 sono previsti i seguenti interventi strutturali:

- installazione e avviamento di un'ulteriore linea di imbottigliamento;
- investimenti in tema di qualità prodotto sulla linea produttiva;
- investimenti di efficientamento energetico per garantire la continuità produttiva in caso di blackout;
- introduzione di un nuovo software gestionale centralizzato per efficientare i processi interni e agevolare l'interazione con i software già esistenti;
- introduzione di un nuovo sistema per la gestione degli accessi al perimetro aziendale.

Nel medio termine è prevista inoltre un'opera di ristrutturazione degli uffici, già avviata nel corso del 2023, e che prevede la creazione di un laboratorio, di sale tecniche dedicate e il rifacimento delle strutture per il personale (spogliatoi, uffici, mensa). L'intervento, oltre a migliorare la classe energetica, impatterà anche sul benessere organizzativo di tutto il personale aziendale.

I fornitori

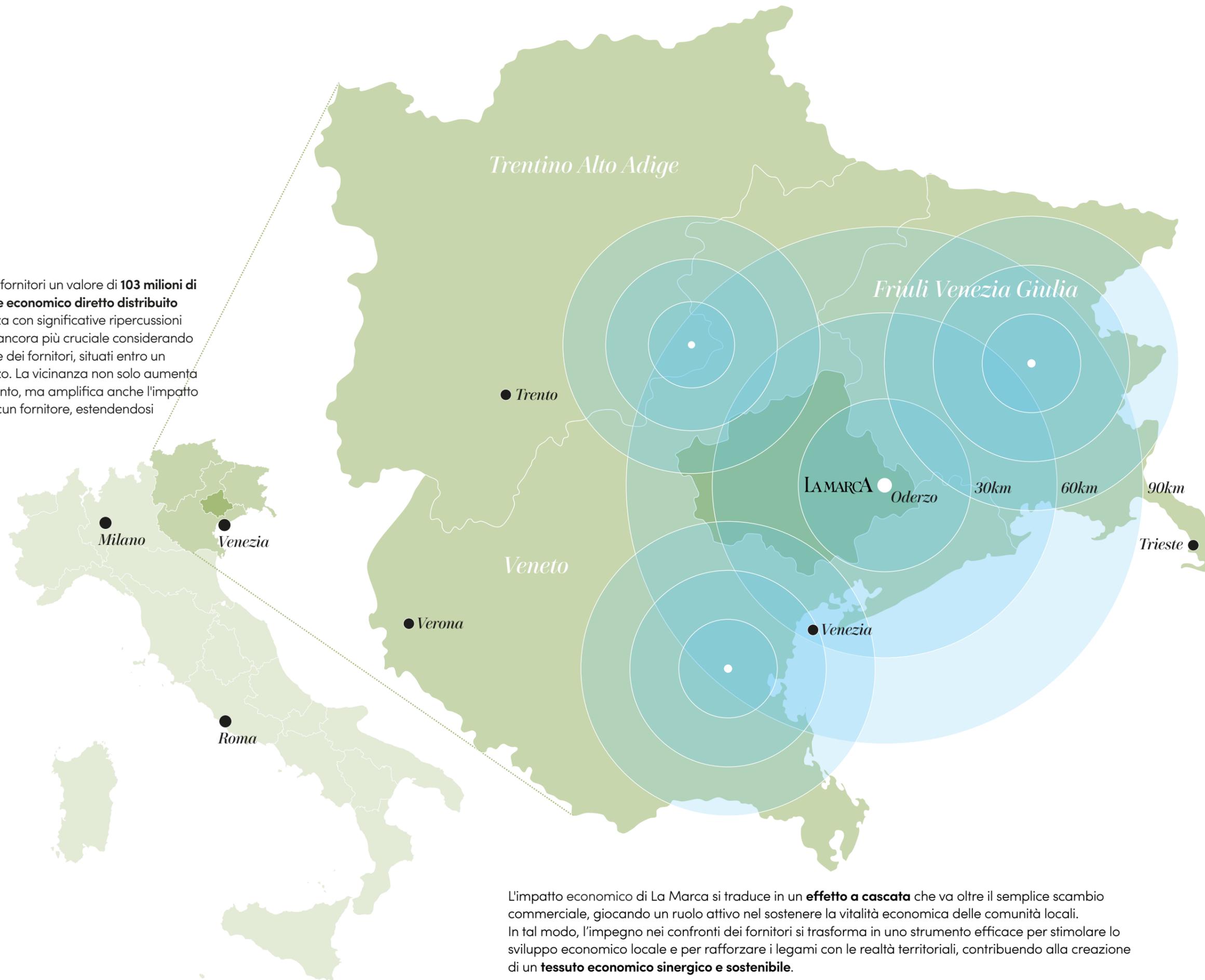
Nel 2022, La Marca ha riconosciuto ai propri fornitori un valore di **103 milioni di euro**, corrispondente al **42% dell'intero valore economico diretto distribuito** dall'azienda. Una cifra di rilevante importanza con significative ripercussioni sul territorio. Un valore che assume un ruolo ancora più cruciale considerando la prossimità geografica della maggior parte dei fornitori, situati entro un **raggio di 90 km** dalla sede centrale di Oderzo. La vicinanza non solo aumenta l'efficienza della catena di approvvigionamento, ma amplifica anche l'impatto economico nelle aree di competenza di ciascun fornitore, estendendosi diffusamente sull'intero territorio.



Valore riconosciuto ai fornitori

103
milioni di euro

42%
del valore economico diretto distribuito



L'impatto economico di La Marca si traduce in un **effetto a cascata** che va oltre il semplice scambio commerciale, giocando un ruolo attivo nel sostenere la vitalità economica delle comunità locali. In tal modo, l'impegno nei confronti dei fornitori si trasforma in uno strumento efficace per stimolare lo sviluppo economico locale e per rafforzare i legami con le realtà territoriali, contribuendo alla creazione di un **tessuto economico sinergico e sostenibile**.



La tutela dell'ambiente



Un elemento di primaria importanza emerge con sempre maggiore evidenza all'interno del Gruppo La Marca: il legame indissolubile tra la dimensione cooperativa e la tutela dell'ambiente.

Le 8 Cantine Cooperative, per loro stessa natura, sono entità che si fondano sulla collaborazione, sull'interconnessione tra i membri e sulla condivisione delle risorse. In questo contesto, la sostenibilità ambientale non è solo una scelta consapevole, ma un pilastro fondamentale della gestione aziendale.

L'ambiente rappresenta un patrimonio da preservare e valorizzare, poiché la sua salute è intrinsecamente connessa al benessere dell'azienda e della comunità locale.

La Marca ha fatto della sostenibilità ambientale una priorità imprescindibile: un impegno che inizia in vigneto e si estende alle operazioni di vinificazione e commercializzazione del prodotto. La tutela dell'ambiente è integrata nella missione cooperativa e ha contribuito non solo a migliorare la qualità dei vini ma anche a preservare il patrimonio naturale delle colline.

“Noi viviamo in queste terre, le cui radici affondano profondamente nelle storie delle nostre comunità. Le nostre famiglie le abitano, creando legami indissolubili tra la natura e la nostra vita quotidiana. I nostri soci dedicano passione e impegno a coltivarle, preservando le tradizioni agricole tramandate da generazioni.

Per questo è importante che il legame con le nostre terre non si fermi al presente. Guardiamo al futuro con la consapevolezza che le generazioni successive vi cresceranno. È per i nostri figli, per le loro famiglie e per tutte le future generazioni che la tutela dell'ambiente diventa una priorità imprescindibile.

Vogliamo che le terre che chiamiamo casa rimangano fertili, che i paesaggi siano belli e incontaminati, e che i nostri discendenti possano contare sulle risorse naturali. La nostra dedizione a preservare e proteggere l'ambiente è la chiave per garantire la continuità e un futuro prospero per le terre che ci hanno dato tanto.”

Claudio Venturin



Le pratiche sostenibili di vigneto

La Marca, avvalendosi di un team selezionato di agronomi professionisti, viticoltori ed enologi, **coordina e monitora i vigneti e i processi di vinificazione delle cantine associate.**

Il piano di gestione del vigneto è organizzato in cinque fasi:



POTATURA

Si privilegia l'uso di metodi meccanici rispetto ai trattamenti chimici. Pratiche agronomiche come la ventosa meccanica, il controllo delle infestanti e la defogliazione sono solo alcune delle tecniche consigliate per creare un microclima favorevole, capace di mitigare il rischio di attacchi patogeni e di ridurre la necessità di impiegare prodotti fitosanitari.



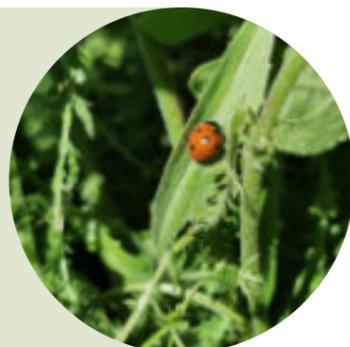
CRESCITA VEGETATIVA

L'impiego di droni per analizzare la vigoria dei vigneti permette ai tecnici di acquisire informazioni dettagliate sulle caratteristiche agronomiche di ciascun lotto. In tal modo si possono sviluppare piani di gestione su misura, che incidono sulla significativa riduzione nell'uso di fertilizzanti e prodotti fitosanitari durante l'intera stagione.



GESTIONE FITOSANITARIA

L'obiettivo è sviluppare un sistema che riduca naturalmente la frequenza e l'intensità degli attacchi patogeni, migliorando la biodiversità dei vigneti. Solo una volta che l'entità dell'attacco rischia di superare la soglia economica, il viticoltore interviene utilizzando prodotti fitosanitari specifici e a bassa persistenza, al fine di colpire il patogeno specifico senza interferire con le altre popolazioni di insetti utili.



RACCOLTO

Si intende ottimizzare la vendemmia e la qualità delle uve, correlando i dati multispettrali raccolti da un Veicolo Aereo Senza Equipaggio con i dati agronomici, quali i parametri qualitativo-quantitativi misurati in laboratorio.

CONDUZIONE E FERTILIZZAZIONE DEL SUOLO

L'uso della concimazione organica in autunno mira a mantenere e incrementare la materia organica nel suolo. Il fine è quello di creare un sistema fertile, equilibrato e resiliente, che possa ridurre la necessità di interventi umani nel corso dell'anno.



Il Gruppo La Marca è convinto e attivo sostenitore dell'iniziativa del **Consorzio di Tutela Prosecco D.O.C.** Ogni anno il Consorzio presenta il **Vademecum Viticolo**, uno strumento pratico e concreto per gli operatori di settore che, in linea con il principio di salvaguardia del territorio, fornisce indicazioni su pratiche e prodotti adeguati per la difesa del vigneto.



Il Consorzio ha lanciato inoltre il progetto **"Prosecco, Denominazione Sostenibile, una comunità d'impresa per un prodotto sostenibile"**, intraprendendo il percorso verso la Certificazione di Denominazione Sostenibile (standard Equalitas) e l'integrazione della Responsabilità Sociale (ISO 26000). Tale iniziativa, che coinvolge il Consorzio e le aziende del sistema produttivo, mira al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in linea con i criteri ESG (Environmental, Social, Governance), abbracciando la sostenibilità ambientale, etico-sociale ed economica.

Il Consorzio si pone come promotore della sostenibilità territoriale nell'area del Prosecco, adottando un sistema di gestione che favorisce lo sviluppo e il trasferimento dei contenuti alle imprese della filiera.

Nell'area D.O.C.G., il Consorzio di Tutela pubblica annualmente il **Protocollo Viticolo del Conegliano Valdobbiadene Prosecco D.O.C.G.**: un documento che racchiude le linee guida per una difesa sostenibile della vite e guida i viticoltori verso una tutela del vigneto basata sui principi della viticoltura sostenibile. Un impegno che cresce, si affina e si evolve per adottare un approccio sempre più completo che include tutti i fattori ambientali nel loro insieme.



Un impegno collettivo



Le **Cantine Proprietarie** abbracciano la missione di tutelare l'ambiente, promuovendo una gestione sostenibile che riflette l'impegno nella creazione di vini di qualità, nel rispetto delle risorse naturali e nell'ottimizzazione della catena del valore. Partendo da una profonda consapevolezza dell'interdipendenza con la natura, sono state adottate pratiche di sostenibilità che si estendono ben oltre i confini dei vigneti e delle Cantine Socie.

Il **Gruppo La Marca** percepisce una responsabilità collettiva e condivisa per la tutela dell'ambiente. Promuovere la sostenibilità in ogni aspetto non è solo una scelta, ma definisce l'essenza stessa del gruppo. Tale valore condiviso permea ogni aspetto del lavoro e della visione complessiva del gruppo.

Il **Consiglio di Amministrazione** gioca un ruolo chiave nella crescita orientata agli ESG (Environmental, Social, Governance). I suoi membri condividono la visione e approvano obiettivi e azioni di sviluppo sostenibile, valutando con consapevolezza gli investimenti proposti in relazione alla strategia definita.

SQNPI

Tutte e 8 le Cantine del Gruppo aderiscono al Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI). Per produzione integrata si intende la scelta delle migliori pratiche tradizionali e innovative per ridurre al minimo gli interventi umani e l'uso di prodotti fitosanitari nelle vigne, con l'obiettivo di preservare la qualità e la quantità dell'uva e del vino. Le pratiche accettate devono soddisfare due criteri chiave: essere efficaci e avere un impatto ambientale ridotto. Il sistema di Produzione Integrata ha beneficiato di decenni di studi e sperimentazioni, considerando la vigna come un ecosistema interconnesso influenzato dal suolo, dal clima e dalle variazioni atmosferiche. Un approccio multidisciplinare che mira a limitare l'impatto ambientale nella produzione agricola. SQNPI è una certificazione di qualità riconosciuta a livello nazionale e comunitario, conforme al Regolamento (CE) 1974/2006, che valorizza le produzioni vegetali. Le uve SQNPI sono coltivate seguendo i disciplinari regionali di produzione agricola integrata, e la tracciabilità è un punto focale. Il vino può essere certificato solo se è possibile rintracciare al 100% l'origine delle uve che lo compongono, coinvolgendo sia la filiera che il prodotto stesso. A differenza di altre certificazioni, richiede la dimostrazione annuale del rispetto delle pratiche e del raggiungimento degli obiettivi, dimostrati dall'assenza di residui nelle vigne e nel vino, per ottenere il prestigioso bollino SQNPI.



CERTIFICAZIONE EQUALITAS

3 Cantine certificate, 1 in corso di certificazione. La norma è nata per essere applicata alla filiera del vino e prevede la certificazione di tre dimensioni produttive: l'impresa (standard di Organizzazione), il prodotto finito (standard di Prodotto), il territorio (standard di Territorio).



CERTIFICAZIONE BIOLOGICA

3 Cantine certificate. La certificazione garantisce il rispetto della normativa comunitaria per la produzione biologica.



CERTIFICAZIONE VEGANA

1 Cantina certificata. La certificazione attesta l'assenza di ingredienti, coadiuvanti tecnologici e ausiliari di fabbricazione di derivazione animale.



CERTIFICAZIONE UNI EN ISO 14001:2015

1 Cantina certificata. La norma dimostra che l'organizzazione certificata ha un sistema di gestione adeguato a controllare gli impatti ambientali delle proprie attività e ne ricerca sistematicamente il miglioramento in modo coerente, efficace e soprattutto sostenibile.



CERTIFICAZIONE VIVA

1 Cantina certificata. Si tratta di una certificazione del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica che dal 2011 promuove la sostenibilità del comparto vitivinicolo italiano. Il programma è finalizzato a creare un modello produttivo che rispetti l'ambiente e valorizzi il territorio, per tutelare la qualità dei vini italiani e offrire opportunità sul mercato internazionale. VIVA rappresenta lo standard pubblico per la misura e il miglioramento delle prestazioni di sostenibilità della vitivinicoltura in Italia.



Una produzione responsabile

Il percorso per la sostenibilità passa per la produzione responsabile. Per La Marca, **la creazione di vini di alta qualità è intrinsecamente legata a pratiche che rispettino l'ambiente e le comunità.** La produzione responsabile diventa il mezzo per trasformare la visione in azione concreta. Nel corso degli anni, La Marca ha sviluppato un approccio rigoroso che integra la produzione responsabile in ogni aspetto produttivo, garantendo così che ogni bottiglia di vino rappresenti un impegno nei confronti dell'ambiente.

Carbon Footprint

In occasione del conseguimento della Certificazione Equalitas La Marca ha potuto valutare le proprie emissioni in riferimento all'anno 2021, iniziando così il percorso di analisi della Carbon Footprint.

Nel 2021 i valori emersi erano i seguenti:

PRODUZIONE DI CO₂ COMPLESSIVA DI LA MARCA:

1,35 kg CO₂eq/bottiglia

PRODUZIONE DI CO₂ PRESSO LA SEDE DI ODERZO:

1,31 kgCO₂eq/bottiglia

PRODUZIONE DI CO₂ DELLE CANTINE SOCIE PER CONTO DI LA MARCA:

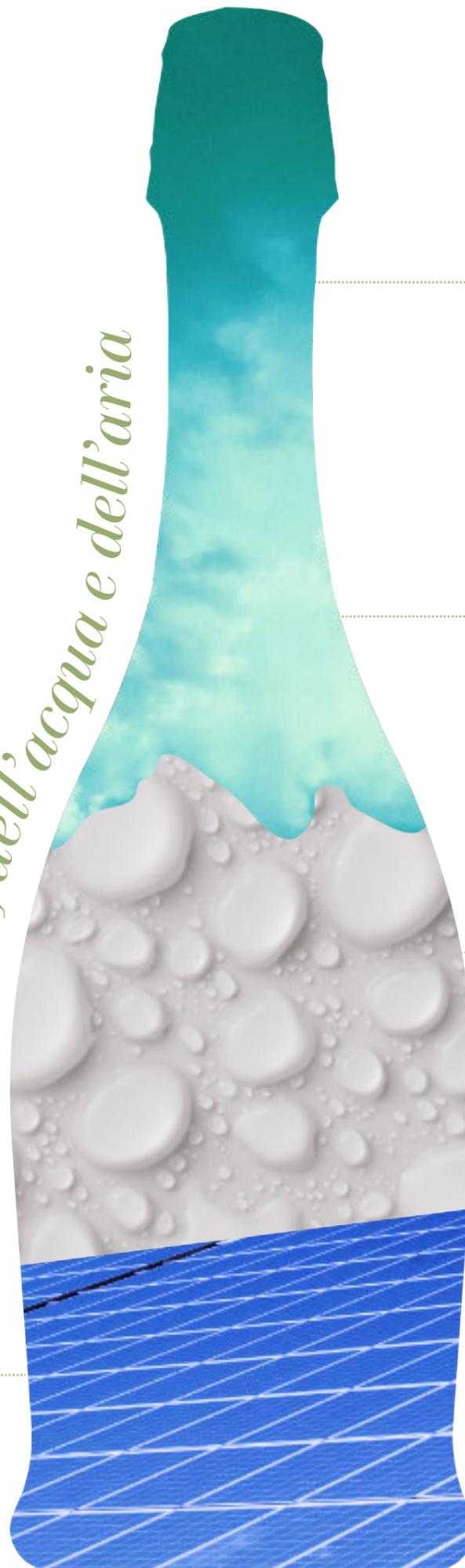
1,48 kgCO₂eq/bottiglia

Tali valori saranno utilizzati come base di partenza per monitorare l'andamento degli impatti delle attività di La Marca nell'ambiente circostante. Alla misurazione della "Carbon Footprint" verrà aggiunta, nel prossimo biennio, la "Water Footprint", l'altro indicatore fondamentale per valutare quanto l'organizzazione incida nell'ambiente.

Impianto fotovoltaico

L'impianto, a partire dalla sua installazione nel dicembre del 2016, ha prodotto **496.413 kWh** con una media annua di circa **82.000 kWh**.

Uso dell'energia, dell'acqua e dell'aria



La Carbon Footprint, letteralmente impronta di carbonio, stima le emissioni in atmosfera di gas serra generate dalla propria organizzazione.

Autoproduzione di azoto

Nel 2019, l'installazione di un sistema per l'autoproduzione dell'azoto ha conferito a La Marca un'ampia autonomia e indipendenza nella produzione di tale elemento, con un notevole risparmio nel trasporto su strada. Negli ultimi 4 anni sono stati prodotti **7.061.701 Sm³ di azoto**.



353 viaggi di mezzi pesanti su strada risparmiati

Il progetto "Gocce di sostenibilità"

Dal 2022, parte dell'acqua depurata dal depuratore aziendale viene utilizzata per l'irrigazione delle aree verdi poste lungo il perimetro aziendale: un'iniziativa che rappresenta una buona prassi, e seppur modesta nel suo impatto, si inserisce nella politica aziendale verso la sostenibilità di ampio respiro. La Marca è infatti dotata di depuratore aziendale con controlli periodici da parte di laboratori esterni su fanghi e acque reflue. L'acqua depurata è quindi adeguatamente trattata e monitorata per evitare qualsiasi rischio per la salute umana e l'ambiente, riducendo l'inquinamento del suolo e delle acque sotterranee. La parte restante viene reintrodotta nel ciclo naturale contribuendo all'irrigazione dei campi circostanti. L'intento è duplice: da un lato ridurre la dipendenza dall'acqua potabile e i costi associati per l'attività irrigatoria, dall'altro promuovere una cultura aziendale orientata alla riduzione degli sprechi di risorse idriche. **Tutta l'acqua che entra in azienda viene utilizzata nei processi produttivi e poi depurata.**



126.585.000 litri d'acqua utilizzati, depurati e rimessi in circolo

L'utilizzo dei materiali

Carta

L'implementazione del **nuovo sistema di gestione del database (DBMS)** per l'archiviazione, il recupero e la modifica dei dati non solo ha portato un notevole miglioramento delle performance dei sistemi e dell'accessibilità alle informazioni, ma ha anche generato significativi risparmi di carta. Di seguito sono riportate le prestazioni raggiunte in termini di riduzione dell'uso del materiale cartaceo:

	2020	2021	2022
Fogli A4 risparmiati	3.097	5.909	8.720
Carta risparmiata	193 m ²	369 m ²	544 m²

Plastica

A fine 2021, l'aumento delle **dimensioni dei sacchetti e delle confezioni** per ottimizzare il sistema logistico ha comportato un'importante vantaggio in termini di riduzione dell'uso della plastica.

	2020	2021	2022
Plastica risparmiata	-	51 kg	1.831 kg

Cartone

Negli ultimi anni il reparto produzione ha intrapreso un'iniziativa di **sostituzione delle confezioni in cartone "usa e getta" con cassoni in plastica lavabili e riutilizzabili**. Tale attività ha consentito di migliorare, non solo la gestione degli spazi interni e l'efficienza delle operazioni di movimentazione dei materiali, ma anche di risparmiare **considerevoli quantità di cartone**.

	2020	2021	2022
Cartone risparmiato	18.732 m ²	23.421 m ²	24.760 m²

Carta risparmiata

544 m²

1.831 kg

Plastica risparmiata

Cartone risparmiato

24.760 m²

La gestione dei rifiuti



La Marca adotta una politica di gestione dei rifiuti orientata alla riduzione dell'impatto ambientale, alla promozione di pratiche sostenibili e al rispetto delle normative di settore.

Componenti chiave della politica di gestione dei rifiuti di La Marca:

1. Riduzione alla fonte

Nel corso degli anni, l'azienda ha ottimizzato i processi produttivi per ridurre gli sprechi e il consumo di risorse. La **valutazione dei materiali** avviene pertanto secondo criteri specifici che tengono in considerazione sia l'impatto sulle risorse che la sicurezza del consumatore. Il **packaging** dei prodotti viene studiato e sviluppato secondo parametri di sostenibilità, compatibilmente con gli standard di sicurezza alimentare e di qualità previsti: si limita l'utilizzo del polistirolo, si privilegia carta *FSC certified*, inoltre, il materiale verniciato è stato sostituito con cartone naturale. Nella **selezione dei fornitori**, La Marca considera non solo il costo e la qualità dei materiali, ma anche la prossimità geografica, le certificazioni legate alla sicurezza alimentare e ambientale e le iniziative relative alle **energie alternative** e al **recupero degli scarti di produzione**.

2. Raccolta differenziata

La Marca può contare su un sistema di raccolta differenziata dei rifiuti per separare i materiali riciclabili da quelli non riciclabili, contribuendo così a massimizzare il riciclaggio e a ridurre la quantità di rifiuti destinati alla discarica.

Le pratiche specifiche includono:

- la raccolta della carta siliconata delle etichette in appositi cassoni in ogni linea di imbottigliamento;
- l'utilizzo di pallet specifici ed interfalde protettive a rendere per i cartoni;
- la raccolta differenziata per i tank dei detergenti;
- la raccolta dedicata per i tappi di sughero;
- l'inserimento di cassonetti per la raccolta differenziata nei locali per il personale.

3. Riciclaggio e riutilizzo

L'azienda incentiva il riciclaggio dei materiali e incoraggia il riutilizzo di contenitori o imballaggi quando possibile. Ad esempio:

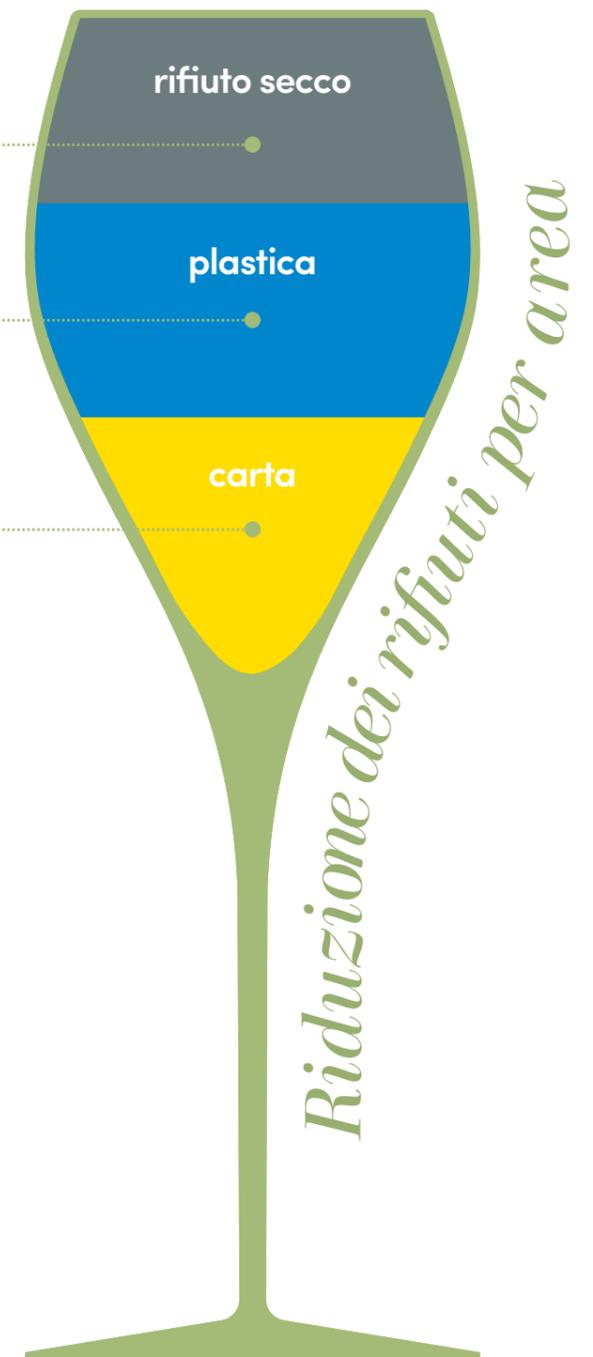
- la carta siliconata appositamente raccolta viene gestita da un'azienda specializzata del settore che ne cura la rigenerazione;
- le scatole in cartone per le etichette sono state parzialmente sostituite con scatole in plastica riutilizzabili;
- le scatole in cartone per il trasporto di capsule e gabbiette sono state sostituite con dei box riutilizzabili.

Il rapporto tra produzione e rifiuti nel corso del 2022 ha registrato un tangibile risultato: in termini di valore assoluto, i quantitativi dei rifiuti nei processi produttivi sono significativamente migliorati.

-39%

-17%

-11%



4. Gestione sicura dei rifiuti pericolosi

I rifiuti pericolosi derivanti dall'attività produttiva vengono gestiti in conformità alla normativa ambientale. Per garantire una gestione corretta, l'azienda dispone di personale appositamente formato per l'identificazione e la classificazione dei rifiuti. Collabora inoltre con aziende di smaltimento autorizzate e certificate per garantire lo stoccaggio sicuro dei rifiuti pericolosi.

5. Monitoraggio e reporting

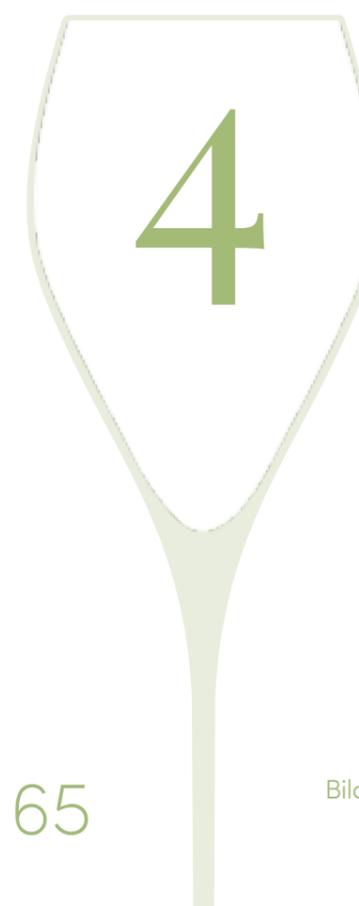
Attraverso il proprio Sistema di Gestione La Marca implementa un'attività di monitoraggio periodico riguardo la produzione dei rifiuti.

6. Conformità legale

La politica di gestione dei rifiuti implementata rispetta tutte le normative e i regolamenti ambientali locali, regionali e nazionali previsti.



Le persone e la comunità



L'apporto imprescindibile dei soci

La Marca pone al centro dei suoi principali obiettivi la valorizzazione degli investimenti effettuati dalle Cantine Socie attraverso una strategia aziendale volta a garantire loro **un ritorno economico sostenibile nel lungo periodo**. D'altra parte, le caratteristiche distintive delle Cantine Proprietarie contribuiscono in modo significativo al successo di La Marca in termini di qualità dei prodotti e di competitività nei mercati:

otto "unità motrici" creano una forza combinata che consente di affrontare le sfide del mercato con determinazione e di raggiungere livelli di prestazioni che nessun singolo motore potrebbe mai ottenere da solo.

Attualmente, La Marca si distingue come una delle realtà più significative non solo nella provincia di Treviso, ma anche nell'industria vinicola italiana, grazie ai notevoli volumi e alla crescita dimensionale che l'azienda ha saputo realizzare nel corso del tempo.

Anno	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Ettari	15.071	15.305	15.405	+ 0,6%
Numero soci	4.551	4.577	4.577	+ 2,2%

Anno	2020	2021	2022	Δ 2020-2022
Fatturato Cantine Socie	259.479.625 €	287.294.905 €	363.669.544 €	+ 26,58%
Fatturato La Marca	152.916.286 €	179.646.914 €	237.302.700 €	+ 32,09%
Fatturato Gruppo	412.665.911 €	466.941.819 €	600.972.244 €	+ 28,70%

Le Cantine Proprietarie mantengono un **profondo legame** con il territorio e con i propri soci viticoltori, preservando le tradizioni vitivinicole e valorizzando la qualità delle produzioni. Ogni Cantina Socia riveste un ruolo attivo all'interno di un ampio progetto imprenditoriale, che agisce da motore trainante per l'intero settore vitivinicolo. Un progetto che genera impatti economici positivi sia per la singola Cantina che per i relativi soci, consentendo loro di partecipare in modo decisivo ai processi decisionali lungo l'intera catena di produzione, dalla fase iniziale fino alla distribuzione finale.

Oggi, il Gruppo La Marca opera come un organismo unitario, agendo in completa sintonia con le Cantine di base, in virtù degli obiettivi condivisi e delle strategie a tutela dei propri soci e, soprattutto, dei rapporti economici che insieme hanno generato.

La Marca svolge un ruolo cruciale nell'unire la dimensione territoriale con un respiro internazionale, preservando l'identità locale e promuovendo con successo il territorio e le produzioni enologiche nel mondo.

Il Gruppo La Marca, grazie a queste caratteristiche e dimensioni, contribuisce significativamente alla determinazione del valore economico dei prodotti e alla sostenibilità della denominazione Prosecco. In pratica, rappresenta un attore di primaria importanza nel panorama enologico, e al di là del decisivo impatto economico, sente la responsabilità della tenuta economico-sociale dei territori: la resilienza e la stabilità del Gruppo hanno una ricaduta diretta sui singoli soci e, di conseguenza, su tutta la comunità.



Le risorse umane

Negli ultimi anni, La Marca ha vissuto un notevole e rapido periodo di crescita economica, caratterizzato da risultati significativi e ambiziosi obiettivi di sviluppo.

Un successo che ha portato con sé una crescente necessità di risorse umane, di risorse qualificate, con un aumento del personale che ha contribuito al raggiungimento di tali traguardi. Tale espansione ha generato nuove sfide e opportunità: la gestione efficace e la valorizzazione del capitale umano sono diventate essenziali per mantenere e migliorare la competitività dell'azienda.

La Marca sta affrontando questa ambiziosa sfida, concentrando l'attenzione nello sviluppo delle competenze del proprio personale al fine di garantire un futuro di successo duraturo.

Attualmente, due delle tre linee di imbottigliamento operano su tre turni lavorativi e il numero di dipendenti a fine 2022 è di 109 unità:

- 26 sono impiegati/dirigenti
- 83 sono operai

Età media	37 anni
Età del più giovane	22 anni
Tasso turnover positivo	9%
Tasso turnover negativo	12%



Anno	Uomini	Donne	Totale
2020	74	10	84
2021	93	16	109
2022	92	17	109

Provenienza lavoratori



La salute e la sicurezza dei lavoratori

Rispettando scrupolosamente le direttive del **Testo Unico sulla Sicurezza sul Lavoro (T.U.S.L. - D.lgs. 81/2008)**, La Marca si impegna a promuovere la salvaguardia della salute e della sicurezza nei propri ambienti di lavoro in un processo di miglioramento continuo delle performance in materia di sicurezza. Le modalità di gestione coinvolgono attivamente tutti i dipendenti e si basano sul principio fondamentale della prevenzione. L'obiettivo principale è eliminare o ridurre al minimo i fattori di rischio associati alle attività lavorative.

L'impegno di La Marca per la salute e la sicurezza sul lavoro non è soltanto un obbligo legale, ma anche un valore etico che riflette l'attenzione e il rispetto verso le persone e si traduce in un ambiente di lavoro in cui i dipendenti sono parte attiva: ogni membro del personale è incoraggiato a segnalare potenziali problemi o miglioramenti alle procedure di sicurezza.

L'azienda svolge valutazioni periodiche dei rischi per identificare potenziali pericoli nei luoghi di lavoro e effettua regolari ispezioni e audit per verificare il rispetto delle norme di sicurezza e l'efficacia delle misure preventive. I dati raccolti da queste attività vengono utilizzati per **migliorare costantemente il sistema di gestione della sicurezza.**

La Marca tiene sempre aggiornati i propri protocolli di sicurezza in base agli sviluppi normativi e alle migliori pratiche di settore. Vengono inoltre pianificati **interventi di formazione specifici** per i dipendenti, al fine di assicurare che siano ben informati e in grado di gestire situazioni a rischio. La formazione comprende procedure di emergenza, l'uso corretto dell'attrezzatura e la consapevolezza dei rischi.



4.4

Le risorse umane protagoniste della trasformazione

La Marca considera il proprio capitale umano come la risorsa più preziosa, fondamentale per raggiungere gli obiettivi aziendali e garantire la massima soddisfazione dei clienti e a cascata, dei propri Soci. Per l'ottenimento dei risultati che oggi collocano La Marca in una posizione di rilievo nei mercati di riferimento, si è reso necessario il **coinvolgimento attivo di ciascun membro dell'organizzazione**, ognuno contribuendo con il proprio ruolo per il conseguimento di un obiettivo comune. Nel corso degli ultimi cinque anni, complice la forte espansione economica che ha visto un incremento del fatturato di circa 68% sul 2018, La Marca ha improntato all'efficienza l'organizzazione del lavoro ponendo enfasi sulle persone, riconoscendo il loro ruolo sia nel promuovere la trasformazione aziendale verso una struttura Lean, sia nel garantire la sostenibilità a lungo termine dei cambiamenti e dei risultati ottenuti. Per raccontare il percorso intrapreso dall'azienda si richiamano di seguito i concetti della **Lean organization**, un approccio orientato all'efficienza e alla creazione di valore che a La Marca è stato interiorizzato e metabolizzato da tutti i livelli aziendali e trasformato in un modus operandi quotidiano.



“Quando ho iniziato a lavorare qui per me è stata una sfida personale, inizialmente eravamo poche donne, sono stata la prima ad usare la riempitrice. Sono riuscita a imparare tutto in sei mesi e per me è stata una grande soddisfazione. A me piace lavorare qui, mi sento appagata sia dal punto di vista economico che dal punto di vista professionale. È un lavoro dinamico, sappiamo cosa dobbiamo fare e quali obiettivi dobbiamo raggiungere e l'azienda dà molta responsabilità al lavoratore. Se una giornata va male mi sento la responsabilità ma quando va bene sento che il merito è anche un po' mio. L'azienda trasmette voglia di fare sempre meglio e sempre di più. Siamo un turno di sette persone e lavoriamo in squadra. In linea, anche lo smaltimento dei rifiuti è molto attento. Siamo allenati a individuare lo spreco e a eliminarlo. Ho avuto un momento di demotivazione, i miei referenti lo hanno colto e subito ho ricevuto un supporto. Mi ha fatto molto piacere. Ho visto attenzione per me. Non mi sono sentita un numero ma una persona. Quando torno a casa non mi sento stressata, ho voglia di raccontare com'è andata la giornata.”
(Camilla Miotto - operatrice addetta alle macchine della linea 3 di imbottigliamento)

現場

GENBA

PILASTRO LEAN

Genba rappresenta il **“luogo reale dove si crea valore”**, dove si svolge l'attività operativa di un'azienda e si concentra la creazione di valore. È fondamentale essere fisicamente presenti in questi luoghi per comprendere appieno le dinamiche e le opportunità che generano il valore.

APPROCCIO TRADIZIONALE

Sebbene il Genba sia generalmente riconosciuto come il luogo dove si svolgono le attività operative, la sua integrazione nel processo decisionale non è sempre completa. La **gestione, spesso è gerarchica**, tende a orientarsi verso una visione globale dell'organizzazione e può basare le sue decisioni su elementi esterni o non strettamente legati alle specifiche dinamiche del Genba.

LA MARCA

Nel suo percorso di crescita La Marca ha scelto di valorizzare il proprio personale interno. Negli ultimi anni **l'azienda ha posto le persone al centro di ogni processo**, stimolando la produttività dei lavoratori, incentivando la presa di responsabilità e incrementando i livelli di autonomia. In questo modo la struttura gerarchica tradizionale ha ceduto il passo a un'organizzazione più orizzontale. Si promuove un ambiente di lavoro collaborativo, dove i team si riuniscono regolarmente per discutere specifici argomenti, progetti o commesse. Tale approccio organizzativo assicura che tutti i lavoratori siano a conoscenza del processo produttivo e vi contribuiscano in modo attivo e dinamico.



無駄

MUDA

Muda rappresenta gli **sprechi**, ovvero tutte le attività o i processi che non aggiungono valore dal punto di vista del cliente. Eliminare il Muda è un elemento chiave per migliorare l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali.

Lo spreco, spesso visto come una componente intrinseca e una conseguenza naturale dei processi aziendali, viene talvolta **accettato come un costo inevitabile**. Tuttavia, la consapevolezza riguardo gli sprechi potrebbe non essere condivisa in tutti i livelli dell'organizzazione e non tutto il personale potrebbe essere adeguatamente formato per identificarli o per comprenderne appieno le implicazioni.

Per La Marca, i concetti di risparmio e riduzione dei costi non sono più considerati semplici obiettivi, ma diventano il **naturale risultato di un'applicazione efficace del modello** che mantiene come finalità ultima la qualità del prodotto. Tutti i dipendenti sono incoraggiati a identificare e risolvere i problemi, eliminare gli sprechi e contribuire al miglioramento complessivo dell'azienda.



改善

KAIZEN

Il Kaizen rappresenta il concetto di **miglioramento graduale e costante** che coinvolge tutti i membri dell'organizzazione nel rilevare opportunità per ottimizzare i processi, eliminare gli sprechi e migliorare la qualità del lavoro.

Nell'approccio tradizionale, il concetto di miglioramento continuo, Kaizen, può essere visto come un processo indipendente, **non pienamente integrato nelle attività quotidiane**. Gli sforzi per il miglioramento sono spesso gestiti da un reparto dedicato o innescati soltanto in risposta a problemi evidenti o situazioni critiche.

L'organizzazione per team di lavoro rappresenta per i singoli individui un'opportunità di apprendimento continuo, necessaria per acquisire competenze utili per risolvere problemi, per documentare e migliorare i processi, raccogliere e analizzare i dati e autogestirsi in un gruppo. **Attraverso tale approccio il processo decisionale (o il processo di presentazione di una proposta) si sposta verso il basso, in direzione dei dipendenti, richiedendo discussione aperta e ricerca del consenso prima di implementare qualsiasi decisione**. L'alto grado di coinvolgimento delle persone, all'interno delle varie aree, permette loro di sentirsi parte attiva e responsabile nella ricerca di soluzioni migliorative per lo svolgimento del proprio lavoro. Il Kaizen a La Marca è un processo costante e strutturato che coinvolge tutti i membri dell'organizzazione.



Nel corso del 2022 La Marca, per i propri dipendenti:

- ha elargito una **liberalità** a tutti i dipendenti con almeno 4 mesi di anzianità, per un totale di **17.750,00 euro**;
- ha erogato **premi di risultato** per un totale di **105.877,30 euro**;
- ha offerto la possibilità di convertire fino al 100% del premio di risultato in **welfare**, in base all'accordo di secondo livello. La conversione aumenta il potere d'acquisto dei lavoratori poiché le somme convertite in welfare sono esenti dalla base imponibile a fini fiscali e contributivi. **La percentuale di adesione è aumentata dal 3% nel 2021 al 10% nel 2022.**
- ha omaggiato ogni lavoratore con **1 biglietto di ingresso** per il **Vinitaly**;
- ha reso disponibili per tutti i dipendenti gli **abbonamenti** per assistere alle partite dell'**Imoco Volley**.

Formazione

Nel corso del 2022, La Marca, oltre alla formazione obbligatoria, ha organizzato iniziative e percorsi formativi in azienda per un totale di 118 ore, così suddivise:

- **Qualità, Sicurezza e Ambiente: 15 ore**
- **Produzione: 63 ore**
- **Informatica: 40 ore**



Il progetto "Fior di Risorse"

La Marca, in conformità agli standard Equalitas e Smeta, ha intrapreso un **percorso di "gestione delle risorse umane"**. Tale iniziativa è stata avviata a metà marzo 2023 e ha coinvolto i 109 lavoratori in forza al momento dell'indagine, sia dipendenti che somministrati. Un progetto che è partito con l'analisi delle competenze del personale, la verifica delle attività svolte e la valutazione circa la coerenza con la qualifica e il livello attribuiti.

L'esito dell'indagine, ancora in corso alla data di pubblicazione del presente documento, costituirà la base di partenza per un successivo lavoro di valorizzazione delle risorse umane, per migliorare ulteriormente la produttività del gruppo e al tempo stesso, la motivazione, il clima interno e il benessere organizzativo dei lavoratori.



L'attenzione al consumatore

L'impegno di La Marca verso il consumatore finale si fonda sui seguenti pilastri:

Qualità e Sicurezza

La qualità del prodotto finale dipende dalla bontà della materia prima e dalla capacità di saperla trasformare nel prodotto finito.



Al fine di migliorare e velocizzare i controlli a garanzia della qualità e della salubrità dei vini, La Marca può contare su una **moderna strumentazione di laboratorio** per l'effettuazione di analisi che contribuiscono a garantire la consistenza dei vini, a monitorare la fermentazione, a prevenire i difetti e a garantire che il prodotto finito soddisfi gli standard desiderati. Le analisi interne vengono integrate con la collaborazione di laboratori esterni certificati. Parliamo nello specifico di:

- **Analisi chimiche e acidità volatile:** finalizzate a determinare la composizione chimica del vino. Possono includere la misurazione di alcol, zuccheri residui, acidi, pH, anidride solforosa (solfiti) e dell'acidità volatile, che può influire sulla qualità organolettica del vino.
- **Analisi microbiologiche:** sono essenziali per monitorare la presenza e l'attività di lieviti, batteri e altri microrganismi nel vino.
- **Analisi sensoriali:** coinvolgono degustatori esperti che valutano il vino in termini di aspetto, aroma, sapore e corpo, con l'obiettivo di valutare la qualità organolettica e identificare eventuali difetti.
- **Analisi di stabilità:** valutano la stabilità del vino nel tempo e possono includere la misurazione della precipitazione di cristalli tartarici o la valutazione della stabilità proteica.
- **Analisi di contaminazione:** rilevano la presenza di sostanze estranee o contaminanti nel vino, come pesticidi, metalli pesanti o altri prodotti chimici indesiderati.

Ogni prodotto è dotato di una scheda tecnica in formato elettronico, riferimento per i principali parametri analitici.

 **245.300 campioni analizzati**
+ 9% rispetto al 2021

Inoltre, tutti i fornitori dei materiali di approvvigionamento sono sottoposti a un'attenta valutazione da parte del **Team Qualità interno**, basata su parametri oggettivi quali la sicurezza e la tutela alimentare, la salute e sicurezza sul lavoro e le certificazioni possedute.

Nulla è lasciato al caso, ma è il frutto di una continua ricerca dell'eccellenza, basata sulla precisione, l'innovazione e l'attenzione costante ai dettagli.

Rintracciabilità

La cooperazione è un sistema veramente unico: per loro stessa definizione le Cantine Socie, in virtù della valenza cooperativa, si avvalgono del prodotto conferito dai propri soci coltivato nelle nostre terre.



Un circolo virtuoso del quale beneficiano sia i produttori, ai quali è assicurato un reddito dignitoso e costante nel tempo, sia i consumatori, che hanno garanzie in merito alla provenienza del vino.

L'intera filiera produttiva di La Marca è controllata: il vino confezionato è caratterizzato da una completa rintracciabilità, che permette al consumatore di conoscere tutti i passaggi che il prodotto ha attraversato, rispondendo a rigorosi standard igienico-sanitari. Il risultato è la cosiddetta **"tracciabilità di filiera"**, che permette al consumatore di identificare le responsabilità di tutti gli attori coinvolti nella produzione del vino, dalla provenienza delle uve, ai metodi di produzione, passando per i processi di lavorazione, fino alle modalità di trasporto utilizzate. I sistemi di gestione adottati dall'azienda consentono inoltre un controllo accurato dell'intero processo produttivo, con l'obiettivo di garantire la piena soddisfazione del consumatore. La **rintracciabilità interna** è gestita attraverso l'impiego di due differenti software: il sistema registra la movimentazione dei prodotti vinosi dall'arrivo in cisterna all'imbottigliamento, comprese le analisi durante il processo di vinificazione e spumantizzazione e le aggiunte di prodotti enologici. Il sistema è sottoposto a test periodici, sia interni che esterni, eseguiti da clienti e dall'Ente di Certificazione in sede di audit. **Non sono mai state rilevate non conformità rilevanti.**

Trasparenza

La qualità delle informazioni che La Marca fornisce ai clienti è prioritaria. Un impegno che si traduce in una **comunicazione** chiara e completa sulla storia della cantina, i valori che guidano le decisioni aziendali, i processi produttivi, le pratiche agricole, e gli sforzi per il sostegno della comunità locale e la riduzione dell'impatto ambientale.



La pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità rafforza questo impegno, creando un legame più profondo con i consumatori che va oltre il mero apprezzamento del prodotto.

Le Certificazioni

UNI EN ISO 22005:2008

Rintracciabilità dei prodotti nelle filiere agroalimentari, dalla fase di ricevimento delle materie prime alla fase di spedizione del prodotto finito al cliente.



IFS FOOD

Standard per l'assessment della conformità dei prodotti e dei processi in relazione alla sicurezza e alla qualità degli alimenti.



BRC GLOBAL STANDARD FOR FOOD SAFETY

Standard internazionale il cui scopo principale è quello di rafforzare e promuovere la sicurezza alimentare lungo tutta la catena di fornitura.



CERTIFICAZIONE BIOLOGICA

Garantisce il rispetto della normativa comunitaria in materia di produzione agricola biologica.



CERTIFICAZIONE EQUALITAS

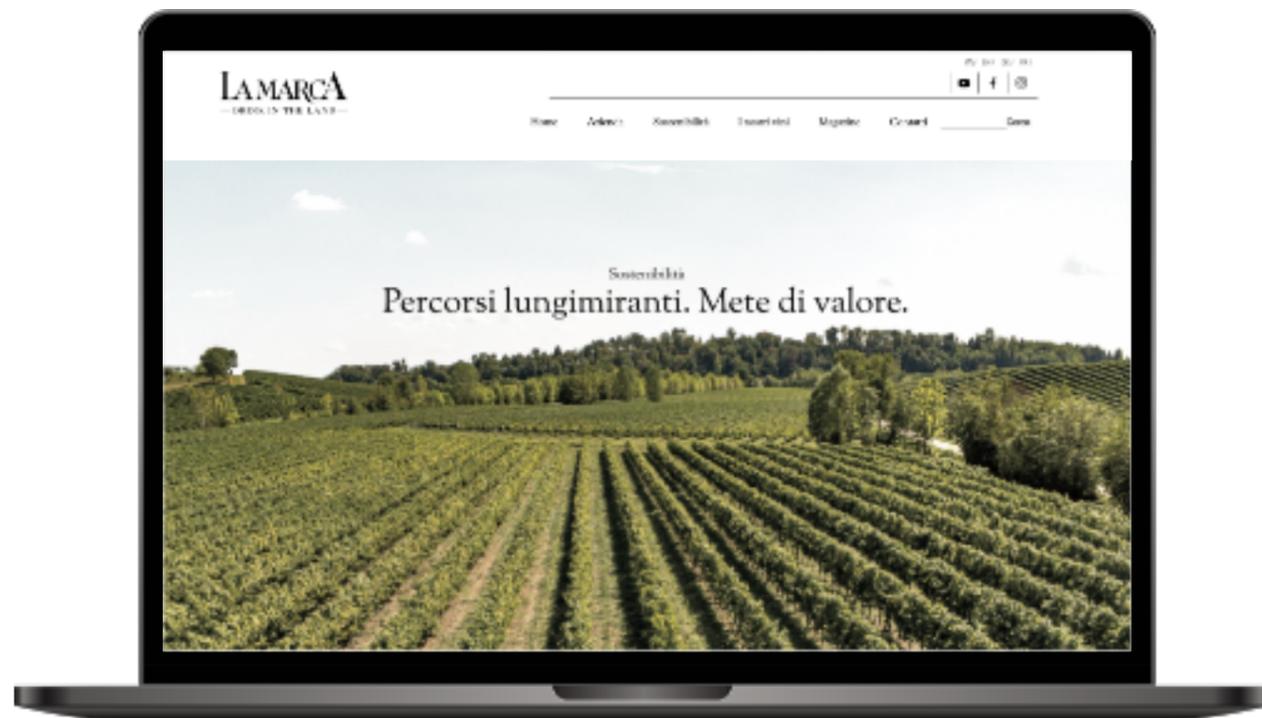
Uno dei protocolli più completi che si possano adottare nel settore del vino. È un marchio di garanzia e di trasparenza che stimola l'azienda ad un miglioramento continuo e rappresenta un'ulteriore tutela per il consumatore, oltre ad un segno di rispetto ed un impegno a lungo termine con il territorio.



La Marca per i consumatori

Negli ultimi anni, numerose ricerche condotte sia in Italia che all'estero hanno evidenziato un crescente desiderio dei consumatori di essere al centro delle relazioni con le imprese e di ingenerare un legame improntato sulla **fiducia reciproca**. Tale tendenza è il risultato di un cambiamento profondo nelle dinamiche di mercato, in cui le aziende sono vengono sempre più percepite non solo come fornitori di beni e servizi, ma come attori responsabili inseriti in una comunità globale.

A tal proposito, La Marca sta intensificando i propri sforzi per consolidare le relazioni esistenti e per sviluppare nuove connessioni, puntando su un'attività di informazione e di **coinvolgimento diretto del cliente finale**. L'obiettivo è quello di dare trasparenza ai progetti e valorizzare l'impegno dedicato al tema della sostenibilità.



Nel corso 2022 è stato creato e diffuso il nuovo **Company Profile**: i consumatori possono conoscere meglio La Marca, comprenderne la storia, prendere decisioni più informate e identificarsi con i valori. La Marca ha inoltre continuato a sviluppare i canali di comunicazione per rendere più agevole e rapida l'interazione tra l'Azienda e i propri clienti e consumatori. In particolare, è stata aggiunta una **sezione dedicata nel sito internet aziendale per inviare e-mail di segnalazioni generiche o di difettosità di prodotto**.



La **strategia di comunicazione online e sui social media** di La Marca riflette l'attenzione verso l'interesse del pubblico e l'impegno a costruire relazioni autentiche. I canali social seguono un piano editoriale preciso, con una scrupolosa selezione dei contenuti. Non si limitano alla promozione dei prodotti, ma **narrano anche il territorio, la sua tradizione e la sua storia**.

Il sostegno a progetti e iniziative locali

La Marca non si limita a generare ricchezza unicamente con la propria attività produttiva, ma interpreta e agisce costantemente il concetto di cooperazione abbracciando un **impegno profondo** verso la promozione dello sviluppo locale sostenendo attivamente iniziative del territorio.

La Marca ritiene infatti che il progresso economico debba andare di pari passo con la crescita e la prosperità della comunità circostante, lavorando insieme per creare un ambiente favorevole e generativo.



In virtù della propria natura, La Marca da anni sceglie di estendere l'impatto della propria attività supportando iniziative culturali e varie associazioni sportive locali (Opitergina Calcio, Calcio Fontanelle, Oderzo Basket), mantenendo l'impegno anche durante gli anni della pandemia.

Un particolare sodalizio la lega all'**Imoco Volley, la squadra di pallavolo di Conegliano, campione del mondo, d'Europa e d'Italia, nonché detentrici del record mondiale con 76 vittorie consecutive.** Una sponsorizzazione che è motivo di grande soddisfazione per un'azienda come La Marca, poiché anche attraverso lo sport si fa portavoce dei valori più profondi della cooperazione quali gioco di squadra, resilienza e passione.

	2020	2021	2022	Totale 3 anni
Associazioni di volontariato, culturali, comuni e scuole	50,00 €	450,00 €	-	500,00 €
Associazioni sportive	44.500,00 €	47.610,00 €	47.610,00 €	139.720,00 €
Regione Veneto per emergenza sanitaria	51.000,00 €	-	-	51.000,00 €
Centro di Riferimento Oncologico di Aviano	-	-	25.000,00 €	25.000,00 €
Totale	95.550,00 €	48.060,00 €	72.610,00 €	216.220,00 €

Nel 2022, La Marca ha destinato al territorio risorse per un totale di **72.610,00 euro**. Tra queste, rientra anche la donazione in memoria del Presidente Valerio Cescon, devoluta al C.R.O. di Aviano.

Un ulteriore impegno a sostegno delle iniziative locali nel corso 2022 ha visto La Marca **sponsor della Tiramisù World Cup** svoltasi a Treviso dal 6 al 9 ottobre 2022. Una competizione tra non-professionisti ideata con l'obiettivo di decretare il migliore preparatore del dessert italiano per eccellenza.

La Marca sostiene anche iniziative volte a promuovere il modello cooperativo nella società civile come modello imprenditoriale vincente. Tra queste si annoverano la manifestazione annuale **SCOOP! La Grande Festa delle Cooperative** che si è tenuta a Cortina lo scorso 15 luglio e che La Marca sostiene da cinque edizioni, e Vivite, l'evento dedicato alla produzione vitivinicola delle cantine cooperative italiane.





Ambasciatori del Prosecco nel mondo



La presenza internazionale

In 50 anni di storia, La Marca ha conquistato un ruolo di primo piano nel mercato grazie a marchi distintivi e all'alta qualità dei propri vini, sia in Italia che all'estero.

Le caratteristiche assolutamente uniche della filiera di La Marca rappresentano tutt'oggi uno strumento prezioso per continuare ad attrarre clienti e consumatori. La Marca, insieme alle Cantine Proprietarie, può contare su una superficie di vigneti molto vasta che assicura un elevato volume di prodotto di alta qualità. Le punte di eccellenza raccolte nell'area di Conegliano Valdobbiadene fanno la differenza su un prodotto già di alta gamma qual è il Prosecco D.O.C.

Grazie alla disponibilità di materia prima di qualità e a un'importante capacità produttiva, La Marca ha contribuito in modo determinante al successo del Prosecco, in particolar modo nel mercato statunitense: **il vino più consumato negli U.S.A. è il Prosecco La Marca.**

Una forza commerciale che ha prodotto un impatto positivo indiretto a sostegno di tutto il settore: un effetto trainante per tutta la filiera del Prosecco.

Il Prosecco è un prodotto che affonda le radici in secoli di produzione artigianale e nella passione dei viticoltori locali, che coltivano le uve con cura e dedizione. La popolarità ha varcato i confini italiani, raggiungendo le tavole di tutto il mondo. È infatti l'esempio perfetto di come un prodotto legato alla tradizione possa diventare un'icona del Made in Italy riconosciuta e ammirata in ogni angolo del pianeta, grazie al suo straordinario sapore e alla sua versatilità.

Il nostro modo di interpretare il Prosecco racconta l'impegno costante nel tutelare il territorio, tutelare le migliaia di famiglie coinvolte nella filiera, il loro lavoro e la loro professionalità.



I mercati

Il mercato interno

Nel corso del 2022 il mercato nazionale ha registrato un incremento di fatturato su tutti i canali serviti:

- Il **fatturato totale** ha registrato una **crescita del 6,59%**;
- Il **fatturato dei vini confezionati** con il marchio La Marca e con gli altri brand esclusivi, ha registrato un ulteriore **aumento del 4,33%** rispetto al 2021. I **vini in fusto** hanno aumentato i **volumi del 27,85%** e il **fatturato del 35,31%**;
- Il segmento **Ho.Re.Ca.** ha evidenziato un incremento del volume delle vendite dei prodotti imbottigliati dello **0,92%** e del fatturato del **13,91%**;
- La **Grande Distribuzione Organizzata (G.D.O.)** è il canale che più di ogni altro ha riscontrato difficoltà nel 2022. L'inflazione, mai così alta dalla metà degli anni 80, ha spinto parte dei consumatori a cambiare le proprie abitudini di spesa. Nonostante la flessione dei volumi di vendita registrati nel 2022, si conferma come il canale più importante per la distribuzione dei vini. Il fatturato, rispetto al 2021, è **creciuto del 2,71%**. La G.D.O. rappresenta il **76,45%** dell'intero fatturato del mercato interno.

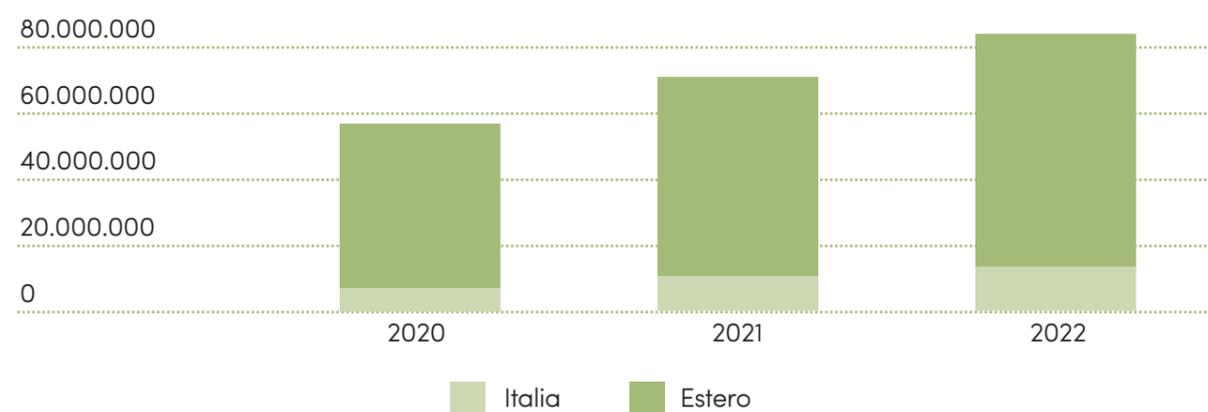


+6,59%
Fatturato
totale



+2,71%
Fatturato
G.D.O.

Vendite di vino (bottiglie da 750 ml)



88%
Estero



12%
Italia

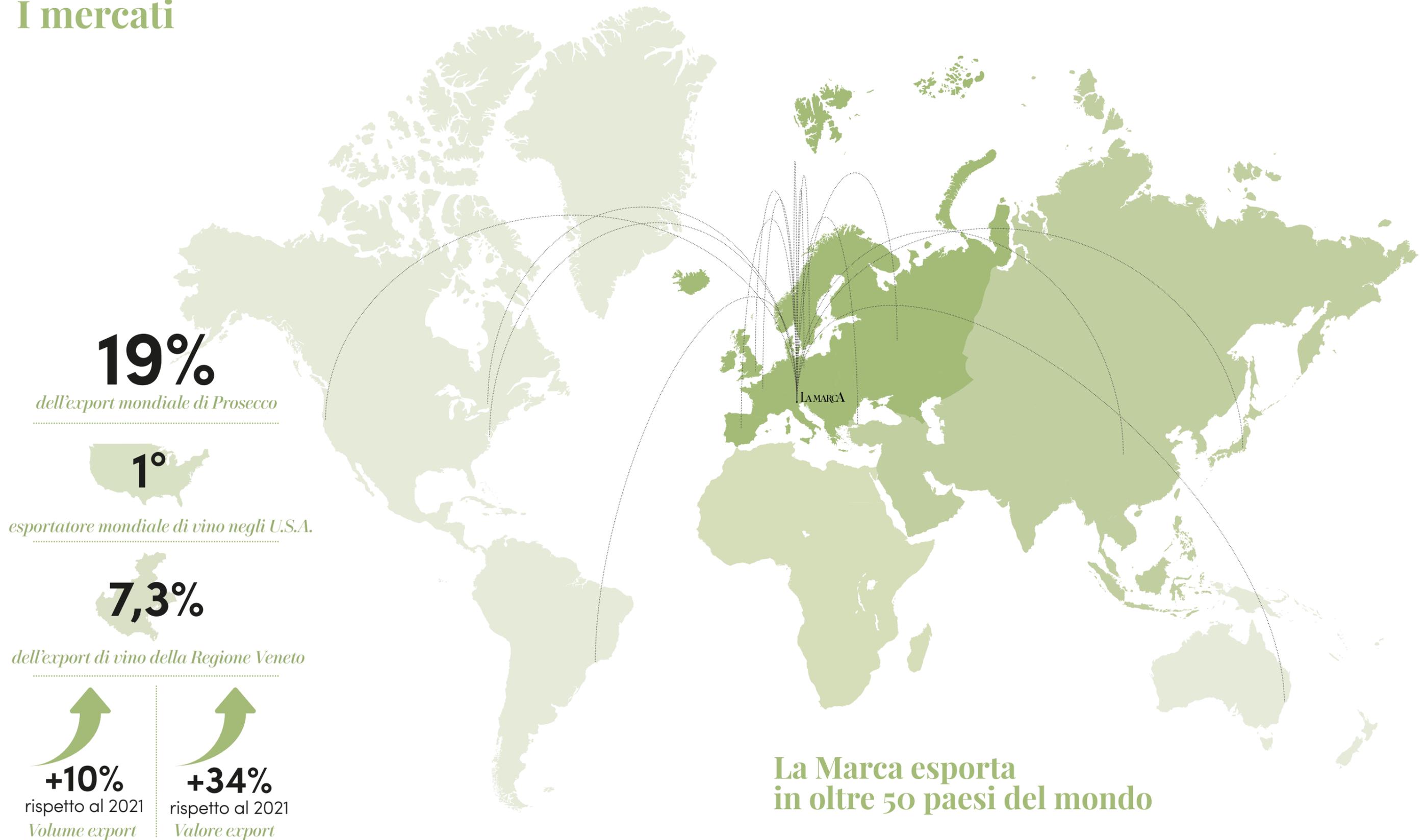
Il mercato estero

Le esportazioni hanno registrato nel 2022 un **aumento complessivo del 10% in volume e del 34% in valore**, sempre guidate dalla categoria del Prosecco spumante.

Il 2022 è stato un anno di crescita importante per il fatturato estero delle imprese del settore vitivinicolo del Veneto, con un valore totale delle vendite internazionali che ha raggiunto i 2,8 miliardi di euro al 31 dicembre 2022. **Nel contesto regionale, La Marca ha contribuito per circa il 7,3% dell'export totale.**

Una buona parte di questo primato è legata all'affermazione internazionale del Prosecco, 1,1 miliardi di euro il valore esportato nel 2022 con un incremento del 19,6% rispetto all'anno precedente, trascinando verso il successo tutta la categoria degli spumanti. **Il 19% del Prosecco esportato nel 2022 è Prosecco La Marca.**

I mercati



I brand del Gruppo

La produzione di **Prosecco D.O.C.** e di **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G** rappresenta il core business di La Marca, seguita dalla produzione di vini bianchi e rossi fermi. Mantenendo ben salde le proprie radici e guardando al futuro, con impegno, lavoro ed importanti investimenti, La Marca ha realizzato il sogno dei soci fondatori: creare vini di qualità riconosciuti a livello internazionale. Oggi i vini della cantina La Marca sono "ambasciatori" autorevoli della qualità Made In Italy nel mondo e sono distribuiti in oltre 50 Paesi, con una prevalenza in Europa e Nord America.

Bouquet, Novecento, Classic, Millage e Foscato sono le linee di prodotto con le quali La Marca si presenta nei mercati offrendo al consumatore prodotti delle denominazioni nelle quali è presente.



LA MARCA

Bouquet Collection

La linea premium dedicata al canale Ho.Re.Ca.

Prosecco D.O.C. Treviso Brut
 Prosecco D.O.C. Treviso Extra Dry
 Prosecco Rosé D.O.C. Millesimato Extra Dry
 Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Millesimato Extra Dry
 Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Cuvée Dry
 Valdobbiadene Superiore di Cartizze D.O.C.G. Dry
 Pinot Grigio Delle Venezie D.O.C.
 Traminer aromatico Veneto I.G.T.
 Cabernet Piave D.O.C.
 Merlot Piave D.O.C.

Novecento Collection

**È l'espressione della gioia, dello stile, della creatività,
 è una gratificazione fuori dal comune,
 è il prendersi il lusso della meraviglia**

Prosecco D.O.C. Treviso, Extra Dry
 Conegliano Valdobbiadene Prosecco superiore D.O.C.G.
 Millesimato Brut Prosecco D.O.C. Biologico Extra Dry

Classic Collection

Ogni giorno ci meritiamo un momento speciale

Prosecco D.O.C. Treviso Frizzante
 Prosecco D.O.C. Treviso Frizzante spago
 Prosecco D.O.C. Treviso Extra Dry
 Prosecco Rosé D.O.C. Millesimato Extra Dry
 Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Extra Dry
 Chardonnay Marca Trevigiana I.G.T.
 Cabernet Marca Trevigiana I.G.T.
 Merlot Marca Trevigiana I.G.T.

Millage



Millage

Millage è una linea di spumanti fresca e colorata prodotta dalla Cantina La Marca, con le migliori uve delle pianure e delle colline del Prosecco D.O.C. e D.O.C.G. Migliaia di piccolissime bollicine danzano salendo rapidamente in superficie, creando preziose collane di perle, ecco Millage: mille bolle di perlage! Millage è una magia che cattura e seduce come la musica: "Sounds like bubbles", spumeggianti bollicine musicali. Millage è un piacere polisensoriale: la vista è incantata da un'affascinante pioggerellina di fluttuanti sfere lucenti; l'olfatto è avvolto da intensi profumi di frutta e fiori; in bocca le papille sono stuzzicate delicatamente da minerali e aromi e il suono delle bollicine mette subito allegria!

- Prosecco D.O.C. Treviso Brut
- Prosecco D.O.C. Treviso Extra Dry
- Prosecco D.O.C.G. Extra Dry
- Prosecco D.O.C. Rosé Brut



FOSCARO



Foscara

Foscara, linea dedicata alla meravigliosa Venezia, offre spumanti di grande qualità, equilibrati e armonici, perfetti per una pausa, un aperitivo o qualunque altra occasione di convivialità. Foscara è un marchio di grande valore storico per La Marca, registrato per la prima volta in Italia nel maggio 1985 come "Foscara Rosso". Il marchio è ben noto nel mercato interno e il suo nome è strettamente legato alla storia e al territorio dell'azienda, evocando Venezia e l'illustre famiglia nobile dei "Foscari". La famiglia Foscari, una delle antiche casate patrizie veneziane, raggiunse l'apice del suo prestigio nei secoli XIV e XV, con il dogato di Francesco Foscari (1423-1457).

- Prosecco D.O.C. Treviso Extra Dry
- Prosecco Frizzante D.O.C. Extra Dry
- Prima Cuveé



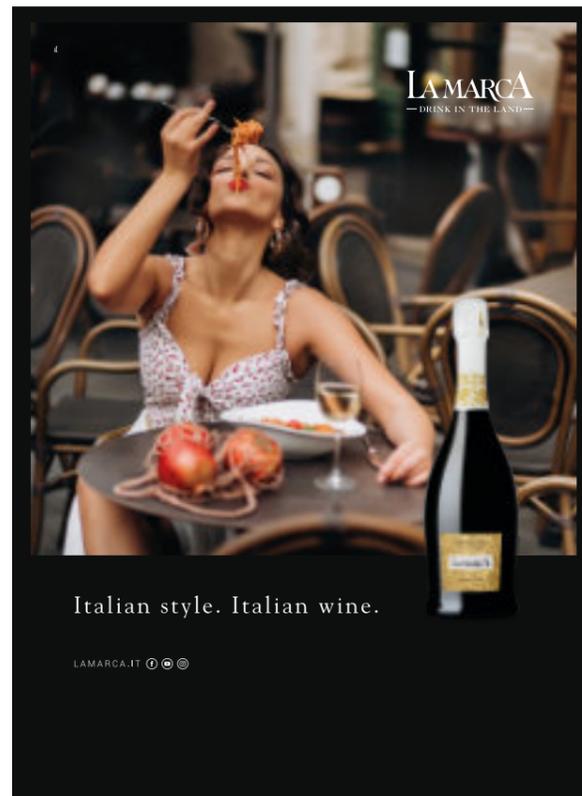
La Marca: Italian Experience

Per La Marca il Prosecco è molto più di un vino spumante: **ogni bottiglia racconta oltre cinquant'anni di storia**, la cui anima è custodita nelle oltre 4.500 persone che ogni giorno, unite dalla passione, se ne prendono cura. Quella passione che si può raccogliere lungo i filari degli oltre 15.000 ettari di vigneto e nel rispetto per la terra di chi ne coglie i dorati frutti.

Con il claim **"Drink in The Land"**, l'intento è quello di trasportare i palati in un viaggio attraverso i suggestivi paesaggi delle colline della Marca Trevigiana, patrimonio Unesco, fra le sue città d'arte e le ville storiche, dove le vigne baciata dal sole producono uve pregiate. Il Prosecco, simbolo di convivialità e gioia, invita a brindare per i momenti speciali. Il successo internazionale non è dovuto soltanto al suo sapore straordinario, ma anche al suo ruolo di messaggero dell'arte di vivere italiana, diffondendo l'amore per la bellezza, la buona compagnia e la passione culinaria in tutto il mondo.

La Marca sente l'orgoglio di portare nel mondo questo patrimonio inestimabile: si distingue come un'eccellenza enologica locale con vocazione internazionale. Le etichette, rinomate e amate, varcano confini e oceani raggiungendo più di 50 paesi portando con sé secoli di tradizione e un'ampia gamma di prodotti con caratteristiche uniche.

Un viaggio enologico, che ha inizio in terre di prestigio, si snoda attraverso una varietà di profumi e sapori, per poi giungere in ogni angolo del mondo. Ogni bottiglia di La Marca racconta l'arte vinicola italiana.



Italian style. Italian wine.

LAMARCA.IT

Campagna pubblicitaria all'interno dell'Aeroporto di Venezia Marco Polo.



La **strategia di comunicazione** di La Marca nel corso del 2022 ha avuto come obiettivo principale il mantenimento del processo di **premiumization**, che mira ad accrescere la percezione del valore e l'innalzamento dell'immagine dell'azienda e dei vini. Ogni bottiglia racconta l'impegno di La Marca verso la qualità e l'autenticità e che ha conquistato il cuore di enoappassionati ed intenditori in tutto il mondo, offrendo un assaggio di Italia ad ogni sorso.

Oltre alla realizzazione dei nuovi materiali promozionali, come il **company profile** e il **catalogo generale**, nel 2022 è stato possibile riprendere le fiere internazionali, interrotte per quasi tre anni a causa della pandemia. Al fine di rimanere al passo con le ultime tendenze e innovazioni nel mondo dell'enologia e condividere le proprie eccellenze vinicole con una platea internazionale, l'azienda ha scelto di partecipare alle **principali fiere internazionali** del settore enologico: **Wine Paris, Prowein e Vinitaly** sono ulteriori occasioni per consolidare la presenza sul mercato globale e stabilire nuovi contatti commerciali.



La Marca: uno sguardo al futuro



Un impegno costante

Nell'ambito della visione aziendale orientata alla sostenibilità, la programmazione futura è il fondamento su cui costruire una prospettiva che rispecchi gli ideali e gli obiettivi dell'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite**. La sfida che La Marca ha accettato è chiara: continuare a integrare i principi di sviluppo sostenibile in ogni aspetto delle attività, contribuendo in modo significativo al raggiungimento degli obiettivi globali di sostenibilità entro il 2030.

La Marca vuole essere catalizzatrice del cambiamento, pioniera nell'adozione di soluzioni avanzate che coniughino l'efficienza operativa con l'impatto positivo sul pianeta e sulla società.

Attraverso tale **programmazione**, in continuità con i traguardi raggiunti nel corso del 2022 (cfr. paragrafo 1.1), l'azienda vuole superare le sfide con determinazione, implementando strategie che consentano di prosperare in armonia con l'ambiente e con le comunità che vi abitano. La Marca è consapevole che il cambiamento richiede costanza e che le azioni intraprese oggi avranno un impatto duraturo sul mondo e sulle generazioni future.

In questo contesto, continuare a porsi degli obiettivi, per La Marca, è testimonianza tangibile del proprio contributo per un futuro sostenibile e responsabile, un passo ulteriore verso la realizzazione concreta dei valori condivisi e promossi dall'Agenda 2030.



GOAL

ATTIVITÀ

TEMPI DI REALIZZAZIONE



Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età

Miglioramento benessere organizzativo del personale aziendale:

- Verificare il corretto inquadramento del personale;
- Definizione del piano delle competenze;
- Incremento dell'attività formativa degli operatori in tema di qualità e processi produttivi (per aumentare la consapevolezza);
- Potenziamento del servizio di prevenzione e protezione per la salute e la sicurezza negli ambienti di lavoro con miglioramento della cartellonistica di linea e istruzioni operative;
- Ammodernamento delle strutture e degli uffici con introduzione anche di mensa aziendale e spogliatoio per incrementare benessere organizzativo.

In corso nel 2023



Garantire a tutti la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie

Recupero delle acque sciacquatrici con percorso di purificazione e riutilizzo.

Previsto nel 2026



Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile

Investimenti strutturali per ammodernamento ed efficienza produttiva degli impianti:

- Nuova linea di imbottigliamento;
- Ammodernamento aree;
- Ispettore bottiglie vuote.

In corso nel 2023

Nuovo sistema per la gestione degli accessi nel perimetro aziendale.

Sostituzione del software gestionale interno.

Previsto nel 2024



Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili

Potenziamento dei rapporti con le istituzioni locali:

- Proposte per il miglioramento della viabilità e del verde urbano.

Previsto nel 2026



Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

Incremento del coinvolgimento dei fornitori sul tema della sostenibilità.

In corso nel 2023

Nota metodologica

La metodologia utilizzata per la stesura della seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità di La Marca, in continuità con la precedente, segue lo **standard Equalitas**, evidenziando l'impegno costante dell'azienda nella promozione della sostenibilità sociale, economica e ambientale.

Il rapporto riguarda l'anno 2022 e offre un'analisi dettagliata delle performance aziendali e delle iniziative sostenibili implementate durante l'arco temporale considerato, garantendo coerenza e comparabilità con il quadro di riferimento adottato in precedenza. Per fornire una visione completa delle dinamiche in corso, sono stati inclusi dati delle annualità precedenti, quando possibile e ove comparabili. Sono stati inoltre delineati obiettivi futuri e iniziative pianificate, evidenziando l'impegno continuo di La Marca nel perseguire la sostenibilità.

Il processo di elaborazione è stato il risultato di un lavoro di squadra che ha coinvolto analisi interne e team dedicati. La raccolta dei dati è avvenuta a partire da analisi di mercato, dati contabili e gestionali interni, l'utilizzo di banche dati esterne e l'analisi di studi e statistiche di settore.

L'analisi di materialità è stata condotta attraverso la somministrazione di appositi questionari, sia online che in forma cartacea, che hanno permesso l'identificazione di precisi temi di sostenibilità sociali, economici e ambientali ritenuti strategici e prioritari. Nel corso dell'ultimo anno, l'azienda ha concentrato i propri sforzi su questi temi, implementando iniziative e progetti che sono descritti nel presente rapporto.

Il presente documento non solo presenta una visione dettagliata delle performance aziendali, ma riflette l'approccio di La Marca verso una gestione responsabile e sostenibile a dimostrazione di un *modus operandi* fortemente ispirato al modello imprenditoriale cooperativo, volto alla creazione di valore condiviso per tutte le parti coinvolte e interessate.

La Marca Vini e Spumanti Sca

Via Baite, 14 - 31046 Oderzo (TV) - Italia
Tel. +39 0422 814681
lamarca@lamarca.it - www.lamarca.it

Il presente documento è stato realizzato
con il supporto tecnico di
Confcooperative Belluno e Treviso.



LA MARCA
— DRINK IN THE LAND —

Il presente documento è stato stampato su carta Favini Shiro Echo, una carta riciclabile, biodegradabile, certificata FSC™.
È prodotta con 100% energia verde rinnovabile a zero emissioni grazie alla neutralizzazione della CO₂ residua non evitabile.