

GRUPPO

Martellozzo

Bilancio
di Sostenibilità
2025

Sommario

1) Premessa metodologica	2
2) Analisi di Doppia materialità e gestione del rischio	3
3) Lettera CEO	6
4) L'identità di Piera Martellozzo	6
5) Il modello di business.....	7
6) Governance della sostenibilità	8
6a) Qualità/Clienti	8
6b) Fornitori	10
7) Dimensione ambientale	11
7a) Innovazione e utilizzo delle tecnologie	15
7b) Sicurezza	15
8) Dimensione sociale	16
8a) Persone	16
8b) Territorio e tradizione	19
Appendice: analisi di materialità e di doppia materialità.....	20

1) Premessa metodologica

[BP-1 – Criteri generali per la redazione della dichiarazione sulla sostenibilità; BP-2 – Informativa in relazione a circostanze specifiche]

Il presente documento rappresenta il secondo Bilancio di Sostenibilità di Gruppo Martellozzo, approvato dal Consiglio di amministrazione in data 09/02/2026.

Il bilancio rappresenta uno strumento di comunicazione che descrive, in modo trasparente e articolato, i risultati conseguiti in ambito economico, sociale e ambientale e mostra l'impegno dell'azienda a favore dello sviluppo sostenibile, con il fine di creare valore non solo per Italtronic, ma anche per i propri stakeholder.

Nella redazione del presente documento si è fatto riferimento agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), gli indicatori sviluppati da EFRAG a livello europei che supportano le organizzazioni di grandi dimensioni nel:

- contribuire a un'economia più sostenibile e inclusiva;
- migliorare la gestione delle questioni di sostenibilità e migliorare la competitività e resilienza nel breve medio e lungo periodo;
- facilitare l'accesso a fonti di credito;
- fornire informazioni che vengono richieste dagli attori della catena del valore (obbligati dalla CSRD).

Gruppo Martellozzo nel presente documento ha rendicontato parte delle informazioni previste dagli ESRS, in ottemperanza al criterio di obbligatorietà introdotto dalla direttiva. Il presente documento conferma l'impegno dell'azienda nello sviluppo di un percorso rigoroso e credibile, che faccia crescere – in una logica di consolidamento continuo - la cultura organizzativa interna e rinforzi i sistemi e gli strumenti di misurazione e comunicazione del valore economico, sociale e ambientale prodotto per gli stakeholder, interni ed esterni, le comunità e i territori serviti.

Per fornire una rappresentazione fedele della gestione aziendale e degli impatti derivanti dall'attività aziendale, sono stati:

- applicati i principi di rendicontazione di sostenibilità previsti dagli standard più diffusi a livello internazionale;
- raccolti i dati e le informazioni di contesto in cui l'azienda opera;
- identificati e rendicontati i temi materiali, cioè i temi individuati come rilevanti alla luce dell'analisi di materialità.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e valutare l'andamento della società, le informazioni relative all'esercizio in esame sono state comparate con quelle dell'esercizio precedente.

Il perimetro delle informazioni e dei dati è il medesimo del bilancio d'esercizio della Società.

La periodicità del documento è di tipo annuale e fa riferimento all'esercizio 2025 (dal 1° gennaio 2025 al 31° dicembre 2025) comparato ai dati 2024.

Si segnala che:

- i dati relativi ai dipendenti includono tutta la società e sono riportati in headcount o FTE alla fine del periodo di reporting;

- gli indici di salute e sicurezza e i dati degli infortuni sono relativi allo stabilimento di San Quirino;
- i dati dei rifiuti sono relativi allo stabilimento di San Quirino.

Un indice dei contenuti degli ESRS è riportato alla fine del documento con lo scopo di fornire una panoramica degli indicatori riportati e le relative pagine di riferimento.

Gli indicatori fondamentali di prestazione utilizzati sono quelli richiesti dagli standard adottati e sono rappresentativi delle varie aree, nonché coerenti con il business e gli impatti dallo stesso prodotti. La scelta degli indicatori fondamentali di prestazione da rendicontare ha preso in considerazione l'analisi di materialità condotta nel corso del 2025.

Per la metodologia utilizzata per l'individuazione dei temi materiali, fare riferimento all'appendice disponibile in chiusura del presente documento. Per la rendicontazione puntuale delle attività svolte e gli obiettivi dell'anno 2025 si rimanda invece ai capitoli relativi ai temi materiali dell'azienda.

Gruppo Martellozzo nel presente documento ha rendicontato parte delle informazioni previste dagli ESRS, in ottemperanza al criterio di obbligatorietà introdotto dalla direttiva; in aggiunta a tali richieste, ha condotto un'analisi di materialità basandosi sui dati e le informazioni rilevanti per il proprio contesto interno ed esterno. In particolare, Gruppo Martellozzo ha rendicontato le seguenti informazioni richieste dalle seguenti informative:

- ESRS E1 – Cambiamenti climatici;
- ESRS E2 – Inquinamento;
- ESRS E3 – Acqua e risorse marine;
- ESRS E4 – Biodiversità ed ecosistemi;
- ESRS E5: Economia circolare;
- ESRS S1: Forza lavoro propria;
- ESRS G1: Condotta delle imprese.

2) Analisi di Doppia materialità e gestione del rischio

[SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori di interessi; SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale; IRO-1 – Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti]

Le questioni relative ad aspetti ambientali, sociali e di condotta aziendale sono definite "tematiche di sostenibilità". La materialità indica quanto una tematica di sostenibilità sia significativa per l'impresa e si basa sulla valutazione delle informazioni correlate a ciascuna tematica. L'analisi di materialità si focalizza sugli impatti reali o potenziali su persone e ambiente, nonché su rischi e opportunità finanziarie. Comprendere e gestire le tematiche rilevanti aiuta a ridurre impatti negativi, migliorare prodotti/servizi e gestire rischi finanziari. L'analisi, inoltre, identifica le tematiche rilevanti da trattare e rappresentare all'interno del bilancio di sostenibilità.

Le tematiche di sostenibilità sono, pertanto, aggregati di informazioni affini che nell'insieme consentono di valutarne la specifica rilevanza per l'impresa e per il suo ecosistema di valore.

Le informazioni a corredo di una tematica di sostenibilità devono:

- essere oggettive, misurabili e/o osservabili;
- essere espresse in modo neutro e privo di interpretazioni soggettive;
- essere di natura quantitativa o qualitativa, purché verificate e coerenti.

Queste caratteristiche garantiscono un'informazione affidabile e utile per la valutazione delle performance di sostenibilità dell'impresa.

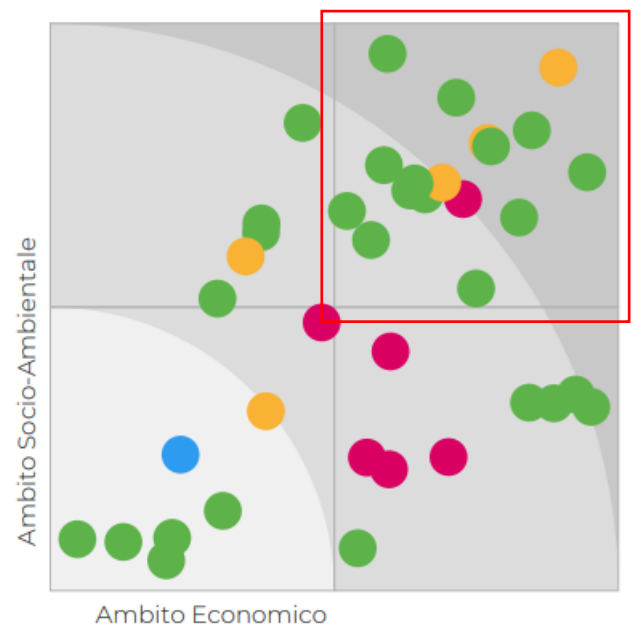
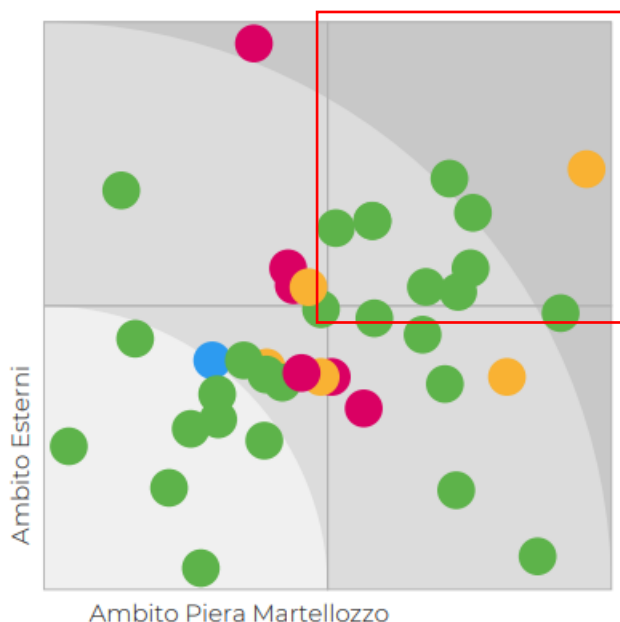
In conformità a quanto previsto dalla CSRD, sono stati portati avanti due percorsi di analisi, integrati e convergenti, relativi ai due concetti chiave di Materialità: Materialità d'impatto (Impact Materiality) e Materialità finanziaria (Financial Materiality).

Materialità d'impatto: una tematica è giudicata rilevante se ha impatti concreti:

- reali o potenziali nel breve, medio o lungo termine;
- legati alle operazioni dirette dell'impresa o a quelle riconducibili alla sua catena del valore (Up-Stream: a monte, ad es. fornitori; Down-Stream: a valle, ad es. distributori).

Materialità finanziaria: una tematica è rilevante se influisce sulle componenti economico-finanziarie dell'impresa e del suo ecosistema di business, quali: posizione finanziaria, performance economiche, gestione della liquidità o accesso ai finanziamenti. Vanno valutati:

- rischi legati alle operazioni dirette o alla catena del valore;
- opportunità finanziarie legate alla sostenibilità;
- dipendenze da risorse naturali e sociali che possono incidere su costi, qualità e rapporti commerciali.



Di seguito la tabella riporta i dati che sono risultati materiali in una delle due casistiche sopra illustrate; pertanto, mette in evidenza gli item che sono stati considerati maggiormente rilevanti da stakeholder interni ed esterni o che hanno un forte impatto socio ambientale ma anche una rilevanza finanziaria. Ad ogni item è stata associato il nome di un tema materiale.

Impatti	SWOT	Tema materiale
Alcuni mercati serviti dall'azienda sono già molto attenti alle tematiche legate alla sostenibilità	Punto di forza	Fornitori
Annualmente Martellozzo rivede il piano di sanificazione per ridurre di anno in anno il consumo di acqua e prediligendo prodotti per la pulizia ecologici	Punto di forza	Sicurezza
Da anni il Gruppo Martellozzo dispone di un depuratore per l'acqua e, dall'anno scorso, un impianto di ultrafiltrazione	Punto di forza	Innovazione e utilizzo delle tecnologie
Gruppo Martellozzo sta lavorando per farsi conoscere a livello locale tramite degustazioni organizzate presso il punto vendita	Punto di forza	Territorio e tradizione
I conferitori di Martellozzo sono distribuiti in maniera eterogenea sul territorio così da tutelare l'azienda da eventuali conseguenze di eventi climatici avversi	Punto di forza	Fornitori
I conferitori di Martellozzo sono selezionati sulla base di uno studio approfondito del territorio e sono considerati partner aziendali	Punto di forza	Fornitori
I dipendenti dell'azienda possono accedere a fondi di categoria per beneficiare di un sistema di welfare; l'azienda dispone anche di convenzioni con Confindustria	Opportunità	Persone
Il Gruppo Martellozzo dispone di un impianto fotovoltaico che copre solo parzialmente il fabbisogno aziendale	Punto di forza	Innovazione e utilizzo delle tecnologie
Il pagamento puntuale degli stipendi è prioritario rispetto ai flussi di cassa dell'azienda, seguito dagli oneri fiscali e dai fornitori	Punto di forza	Persone
L'azienda ha adottato un Codice Etico	Punto di forza	Governance
Le certificazioni di prodotto e di processo sono un requisito imprescindibile per accedere ai tender commerciali	Punto di forza	Qualità/Clienti
Martellozzo ha investito molteplici risorse economiche per ottenere nel corso degli anni varie certificazioni che impongono una specifica linea di condotta in ambito etico e ambientale	Punto di forza	Qualità/Clienti
Martellozzo ha sviluppato una linea di prodotto contenente zero alcol	Punto di forza	Qualità/Clienti
Martellozzo propone ai propri clienti di ridurre la frequenza delle spedizioni aumentandone il volume per ridurre le emissioni atmosferiche e avere un maggiore controllo sulla produzione	Opportunità	Qualità/Clienti
Uno studio pubblicato in Atmosphere nel 2024, prevede che entro il 2061-2080 circa la metà del territorio vitivinicolo italiano potrebbe diventare troppo caldo per garantire viticoltura di alta qualità, se non si interviene su mitigazione/adattamento	Minaccia	Territorio e tradizione

3) Lettera CEO

Sono lieta di presentare il nostro nuovo Bilancio di Sostenibilità, che testimonia l'impegno costante del nostro gruppo nel coniugare crescita, innovazione e responsabilità, per lasciare alle generazioni future una qualità di vita migliore dell'attuale nel solco della tradizione di un'azienda familiare quale la nostra.

L'ultimo anno è stato ulteriormente segnato dai conflitti internazionali, dall'instabilità dei mercati sensibilmente influenzati dalla politica americana sui dazi, dai cambiamenti climatici che coinvolgono in modo diretto il settore vitivinicolo, dalla crescente pressione inflattiva e dalle difficoltà nella catena degli approvvigionamenti, ciò nonostante il nostro gruppo ha continuato a operare con determinazione rimanendo fedele ai propri valori, all'eccellenza, all'innovazione e alla passione che contraddistingue ogni nostra decisione.

In un contesto complesso anche sul piano normativo, particolarmente sui temi legati alla sostenibilità, abbiamo individuato e affrontato con responsabilità le reali difficoltà che si ponevano sul nostro operato, proseguendo il nostro percorso di sviluppo e rafforzando il contributo alla collettività.

Nel corso dell'anno abbiamo perseguito una gestione responsabile delle risorse idriche, aspetto molto importante per un'azienda del settore vitivinicolo, è continuata con profitto la politica di innovazione in ogni comparto aziendale, sia nel ciclo produttivo che logistico, particolare attenzione è stata dedicata allo sviluppo di packaging sempre più efficienti ed ecocompatibili.

La conferma di importanti certificazioni quali IFS, BRCGS, il rinnovato impegno alla formazione e all'aspetto sicurezza per tutti i collaboratori del gruppo oltre alle azioni volte a favorire l'inclusione e le pari opportunità all'interno dell'azienda, hanno caratterizzato lo spirito di dedizione e responsabilità che ci guida nel percorso verso una sostenibilità che ci permetterà di affrontare con tranquillità e coscienza le prossime sfide del futuro.

Confermando il nostro impegno per i prossimi anni ringrazio per l'attenzione.

Piera Martellozzo

CEO Gruppo Martellozzo

4) L'identità di Piera Martellozzo

Con oltre un secolo di storia alle spalle, Piera ha scelto di raccogliere il sapere di tre generazioni e lo ha trasformato in una nuova avventura, puntando sulla selezione dei vigneti più vocati e sulla produzione di vini eleganti, moderni, piacevoli da gustare e da condividere.

Cominciata nel 1899, nei poderi del padovano, la storia di Piera è una storia di famiglia, di generazioni che cambiano, di responsabilità trasmesse da padre a figlia, di personalità non comuni che si avvicendano per superare ogni volta i propri confini. Fondata dal nonno Giovanni, cresciuta con il padre Mario, Gruppo Martellozzo deve la propria affermazione in Italia e all'estero a Piera Martellozzo, che le ha dato il nome e che da oltre venticinque anni la guida con determinazione e gentilezza. Intrisa del suo spirito pionieristico e anticipatore, l'azienda conquista con talento il proprio ruolo da primario nella scena del vino italiano, spesso

precorrendo le tendenze e cercando una propria strada verso una qualità oltre le mode. Fin dagli anni '90 attua un minuzioso lavoro di rivalutazione dei vitigni autoctoni, allora poco valorizzati, come il Raboso del Piave o la Ribolla Gialla. Nel 1998 introduce la prima linea di vini biologici. Dagli anni duemila affianca la produzione sempre crescente di Prosecco a nuove declinazioni spumantistiche, dal Müller Thurgau al Moscato Giallo. Negli ultimi anni Gruppo Martellozzo ha consolidato le proprie radici fino a rappresentare un punto di riferimento in Italia e all'estero con particolare presenza sul mercato statunitense e nordeuropeo.

La direzione di Gruppo Martellozzo Srl riconoscendo che solo il miglioramento continuo potrà permettere all'azienda di incrementare la propria posizione sul mercato, punta ad un sistema gestione di sicurezza alimentare con riferimento agli standard BRCS - IFS FOOD.

La missione di Gruppo Martellozzo Srl è assicurare la massima soddisfazione alla propria clientela mediante la fornitura di prodotti di alta qualità e sicuri dal punto di vista alimentare che consentano ai clienti di differenziarsi sul mercato, a cui si aggiunge una visione ecologica ed orientata allo sviluppo sostenibile che procede di pari passo con l'attività d'impresa, garantendo la tutela ambientale inclusa la prevenzione dall'inquinamento, per un utilizzo razionale delle risorse, nel rispetto delle norme cogenti e del contesto aziendale.

La qualità riconosciuta ai vini di Gruppo Martellozzo è il risultato di un impegno quotidiano fondato sul rispetto per il territorio e per la sua tradizione, alimentato da un'innata capacità di innovare. Un impegno che si traduce anche nella massima sostenibilità dei processi e di scelte produttive mirate al minimo impatto ambientale. Professionalità, consapevolezza e apertura al nuovo sono i valori a cui Piera Martellozzo si è sempre ispirata; facendo crescere il proprio gruppo di lavoro, ha costruito un team di professionisti preparato e coeso con cui condivide l'ambizione della qualità e il rispetto per l'ambiente in cui opera.

5) Il modello di business

ESRS 2, ESRS G1

L'evoluzione del mercato e delle prassi aziendali sta rendendo sempre più centrale la capacità di interpretare ciò che i consumatori e gli stakeholder richiederanno domani. In questo contesto, l'orientamento verso la sostenibilità rappresenta un percorso già avviato da tempo all'interno dell'azienda: l'attenzione e la curiosità del mercato verso questi temi sono crescenti, e immaginare come vogliamo essere nel futuro significa necessariamente puntare su modelli sostenibili. Dal punto di vista commerciale, alcuni dei mercati già serviti dimostrano una sensibilità avanzata verso la sostenibilità, che sta diventando un requisito fondamentale anche nelle interlocuzioni con i monopoli esteri. Allo stesso modo, le certificazioni rappresentano ormai uno strumento imprescindibile per accedere ai tender: per questo motivo è importante iniziare a definire regole e processi interni che rendano le pratiche sostenibili parte integrante delle attività quotidiane, adeguando progressivamente l'intero sistema aziendale. Le certificazioni assumono un ruolo rilevante anche dal punto di vista commerciale, essendo parte integrante delle presentazioni e delle comunicazioni rivolte ai clienti. Nelle relazioni con la GDO italiana, ad esempio, emerge chiaramente come la sostenibilità sia ormai un elemento ricorrente anche nelle loro comunicazioni (dalle newsletter alle email operative) richiedendo quindi un'attenzione costante a questi aspetti. La diffusione lungo la filiera di pratiche responsabili, insieme alla capacità di innovare i materiali utilizzati, rappresenta un elemento chiave per l'affermazione di un modello di sviluppo realmente sostenibile. Per il Gruppo Martellozzo, sostenibilità significa non solo innovazione e tracciabilità dei materiali, ma anche una gestione attenta dell'intera catena del valore. La sostenibilità economica, infatti, coincide con la capacità di creare e distribuire valore, obiettivo raggiungibile attraverso il continuo miglioramento dell'affidabilità, della sicurezza e dell'innovazione dei prodotti, anche grazie alla selezione accurata dei fornitori.

Il Gruppo Martellozzo si caratterizza per una struttura organizzativa che valorizza tre brand distinti: Piera 1899, Martellozzo e Blu Giovello; ognuno con una propria identità e una missione definita. Questa articolazione

consente al gruppo di esprimere la ricchezza delle proprie radici regionali, mettendo in evidenza al contempo le affinità e i valori condivisi che uniscono i marchi.

Piera 1899 è l'emblema della connessione profonda con il territorio del Friuli, in particolare con la zona delle Grave. Attraverso questo brand, si racconta la storia e la tradizione vitivinicola friulana, con un focus sulla qualità e sull'espressione autentica dei vitigni locali.

Martellozzo, invece, rappresenta il cuore veneto dell'azienda, fondata nel 1899 a Camposampiero (PD). Questo brand porta con sé tutta l'eredità storica della famiglia Martellozzo, tramandata di generazione in generazione. Martellozzo è sinonimo di tradizione e innovazione, unendo le radici profonde nel Veneto a una costante ricerca di miglioramento qualitativo e stilistico.

Blu Giovello è il brand lifestyle, pensato per portare l'eccellenza vinicola italiana all'estero. Con il suo packaging accattivante e distintivo, caratterizzato da una bottiglia blu, questo marchio vuole incarnare l'essenza italiana: il blu del Mar Mediterraneo, il blu che richiama il colore della nostra penisola. Blu Giovello si rivolge a un pubblico internazionale con un linguaggio fresco e moderno, proponendo vini che trasmettono il gusto e lo stile di vita italiano.

6) Governance della sostenibilità

ESRS 2, ESRS G1

L'azienda è guidata da una leadership femminile: Piera Martellozzo, Amministratrice Delegata e Presidentessa del Consiglio di amministrazione. Sotto la sua direzione è stato avviato un percorso che coinvolge progressivamente tutti i livelli di governance, attraverso una serie di iniziative orientate a integrare la sostenibilità nelle decisioni strategiche e operative, così da dimostrare la forte attenzione nei confronti delle istanze degli stakeholder strategici. Tale approccio ha permesso di perseguire un modello di "successo sostenibile", orientando le scelte aziendali verso una valutazione integrata degli impatti ambientali (come clima e biodiversità), sociali ed economici. La prospettiva adottata è di medio-lungo periodo, con l'obiettivo di generare valore per gli azionisti e per tutti i portatori di interesse coinvolti. In questo quadro si inserisce l'adozione del Codice Etico aziendale, che definisce con chiarezza le responsabilità etico-sociali di ogni componente dell'organizzazione. Il Codice Etico di Gruppo Martellozzo raccoglie principi e comportamenti fondamentali per tutelare sicurezza, libertà e dignità delle persone, configurando un sistema di valori condiviso che contribuisce a migliorare le relazioni interne ed esterne e a favorire un clima di fiducia. Il rispetto di tali principi rappresenta un requisito essenziale per la reputazione e il successo di lungo periodo dell'azienda, oltre che uno strumento per prevenire comportamenti irresponsabili o potenzialmente illeciti da parte di chi opera in nome e per conto della società. Il documento definisce in modo trasparente le responsabilità dei diversi operatori aziendali verso tutti i soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, nelle attività dell'impresa: clienti, fornitori, soci, dipendenti, collaboratori, istituzioni pubbliche e altri portatori di interesse. I destinatari del Codice sono quindi tenuti a un rispetto rigoroso e integrale dei valori in esso contenuti e a preservare, attraverso i propri comportamenti, la reputazione dell'azienda e l'integrità del suo patrimonio economico, sociale e umano. Il Codice Etico non sostituisce né prevale sulle normative vigenti e deve condiviso e rispettato da tutti i dipendenti. È disponibile sul sito internet della Società e fornisce una definizione chiara e trasparente dei principi e dei valori alla base dell'intera organizzazione.

6a) Qualità/Clienti

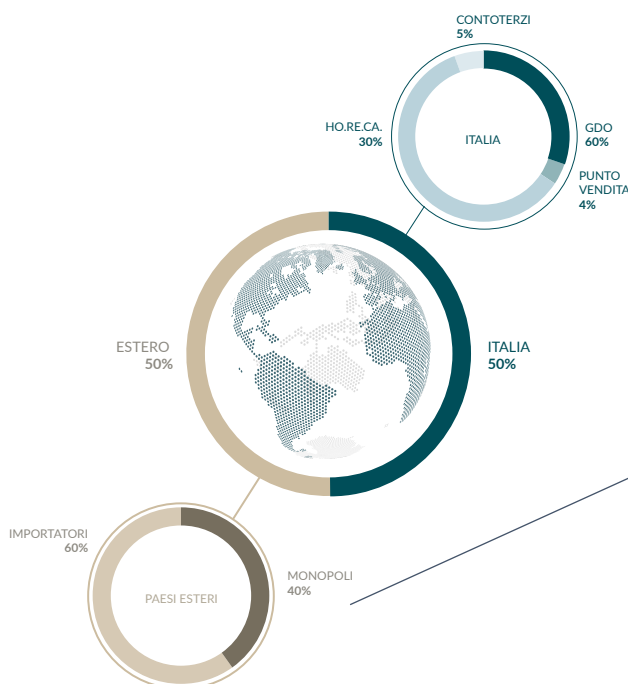
ESRS S4 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali

La produzione di Gruppo Martellozzo si fonda sulla qualità, intesa in tutte le sue declinazioni: un approccio produttivo attento, che si basa sull'uso ponderato delle risorse e su una cura particolare per la materia prima. Tra gli obiettivi principali vi è la garanzia della massima sicurezza alimentare, assicurando prodotti pienamente conformi alle normative vigenti. Le certificazioni esterne ottenute dall'azienda confermano la solidità di

questo impegno e attestano il rispetto dei più elevati standard qualitativi. Di seguito una lista delle certificazioni possedute dall'azienda:

- IFS Food Certificate: certificazione internazionale riconosciuta a livello globale, progettata per valutare la conformità dei prodotti e dei processi in relazione alla sicurezza e alla qualità degli alimenti; garantisce ai consumatori che i prodotti alimentari provengono da aziende che applicano rigorosi controlli sulla sicurezza alimentare e sulla qualità.
- BRCGS Food Certificate: come l'IFS Food, il BRCGS Food si concentra sulla sicurezza alimentare, garantendo che i prodotti siano sicuri per il consumo, ma è stato sviluppato e ha un focus specifico principalmente per soddisfare i requisiti della grande distribuzione organizzata (GDO).
- QNPI (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata): certificazione che attesta una produzione agricola più sostenibile, tracciabile e controllata
- E-QUALITAS: certificazione per la sostenibilità nella filiera che valuta e certifica aspetti ambientali, sociali ed economici, coprendo azienda, prodotto e territorio.
- IO SONO FVG: marchio che identifica aziende e prodotti impegnati nella sostenibilità ambientale, sociale ed economica promuovendo l'origine locale, la tracciabilità e qualità del territorio
- Bioagricert: si tratta di uno degli enti di certificazione biologica più conosciuti e accreditati in Italia. Il suo ruolo principale è quello di verificare e certificare che i prodotti alimentari e non alimentari provenienti da agricoltura biologica rispettino le normative europee e nazionali vigenti in materia.
- RafCycle: è programma di riciclo che permette di dare nuova vita ai supporti in carta o PET delle etichette, evitando che finiscano in discarica o vengano inceneriti, valorizzando questo tipo di rifiuto.

La presenza commerciale di Gruppo Martellozzo copre quasi tutto il mondo e si rivolge a interlocutori molto diversi tra loro: importatori di medie e grandi dimensioni e, parallelamente, importanti monopoli come quelli svedesi e canadesi, caratterizzati da dinamiche differenti rispetto ai tradizionali distributori. Le esigenze dei clienti variano significativamente da paese a paese: mentre in alcuni mercati, come quello cinese, è ancora richiesta una bottiglia più pesante, in altri, come Stati Uniti e Canada, si predilige un peso più leggero. Questo scenario rende complesso trasferire in modo uniforme i valori legati alla sostenibilità, soprattutto in contesti in cui permangono barriere culturali difficili da superare.



SPECIFICA DEI PAESI ESTERI	
Canada	35,2%
Austria	27,7%
Stati Uniti	11,1%
Svezia	6,3%
Brasile	4,9%
Olanda	3,1%
Malta	1,7%
Resto del mondo	10%

Il cambiamento climatico rappresenta un elemento di criticità da non sottovalutare: le condizioni meteorologiche estreme impattano non solo la produzione agricola, ma anche le vendite. Ad esempio, una stagione estiva caratterizzata dalla pioggia può compromettere interi periodi di consumo: in tali circostanze, i clienti finali tendono a orientarsi verso prodotti diversi, e anche gli operatori del settore, come bar e locali, subiscono l'effetto delle variazioni climatiche. Accanto a queste sfide, il settore vitivinicolo affronta un cambiamento più ampio nelle abitudini di consumo. Se un tempo il vino rappresentava una presenza quotidiana e funzionale, oggi viene percepito come un prodotto meno essenziale, e questo richiede un impegno significativo per riconquistare la fiducia dei consumatori. A ciò si aggiunge la tendenza verso un minore consumo di alcol, che ha portato l'azienda a introdurre anche prodotti a zero alcol. Tuttavia, si tratta di un mercato ancora in fase di sperimentazione: i buyer devono testarne l'accoglienza e, allo stesso tempo, tenere conto delle criticità legate alla data di scadenza, che richiedono una gestione accurata del magazzino per evitare il rischio di invenduto.

Gruppo Martellozzo ha tuttavia costruito un rapporto di fiducia e una reputazione salda, costruiti nel tempo con i clienti e che passa anche attraverso l'utilizzo di un'etichettatura in grado di fornire informazioni chiare e veritiere; eventuali allergeni presenti vengono sempre segnalati.

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Strutturare ed erogare un questionario di soddisfazione clienti a campione	0%	Dicembre 2026	80% di clienti soddisfatti

6b) Fornitori

ESRS G1

Il modello produttivo su cui si fonda Gruppo Martellozzo nasce da un approccio preciso: conoscere approfonditamente il territorio e collaborare con conferitori considerati veri e propri partner. La scelta non è infatti orientata al semplice acquisto della materia prima al prezzo più conveniente, ma alla valorizzazione del lavoro svolto a monte da chi opera in agricoltura e sostiene volumi produttivi importanti. Questo modello consente di offrire una gamma ampia di prodotti che non sarebbe possibile ottenere disponendo esclusivamente di pochi ettari attorno all'azienda. Si tratta anche di una scelta strategica in termini di qualità e continuità produttiva, soprattutto in un contesto segnato dai cambiamenti climatici. La diversificazione geografica dei vigneti, resa possibile grazie alla rete dei conferitori, permette di mitigare il rischio: concentrare tutta la produzione in un'unica zona significherebbe, ad esempio, perdere l'intero raccolto di Pinot Grigio in caso di eventi atmosferici estremi. Sebbene questo metodo sia consolidato in altri Paesi, come la Francia, non è sempre compreso in Italia, dove può essere erroneamente associato al modello delle cantine sociali o dei consorzi. La struttura dell'azienda consente inoltre una maggiore flessibilità commerciale. Con i partner della GDO, ad esempio, è possibile sviluppare etichette dedicate e mantenere i ritmi quantitativi richiesti, senza dover attendere lunghi tempi di produzione. La filosofia alla base dell'offerta è orientata al servizio: vendere il vino significa affiancare i partner lungo tutto il percorso di vendita, condividere il rapporto con il consumatore finale e raccogliere feedback più rapidi. Questo approccio facilita anche l'attività di educazione dei rivenditori e il trasferimento dell'identità aziendale, un processo che richiede tempo ma che, nel lungo periodo, porta a risultati solidi.

Nella selezione delle materie prime, Gruppo Martellozzo richiede ai fornitori standard qualitativi elevati, considerando la qualità uno dei presupposti fondamentali per garantire ai consumatori prodotti sicuri e affidabili. La scelta dei partner si basa inoltre su criteri di produzione responsabile e consapevole, elementi ritenuti imprescindibili. L'azienda si affida a una catena di fornitura corta e radicata nel territorio. Questo modello permette un maggiore controllo sulla sicurezza e sulla freschezza della materia prima, contribuisce

al mantenimento di elevati livelli qualitativi e consente di ridurre significativamente le emissioni di CO2 legate ai trasporti. Le relazioni consolidate nel tempo con i fornitori favoriscono inoltre la crescita dell'economia locale e lo sviluppo dell'area geografica coinvolta.

La società intrattiene rapporti con fornitori locali in queste percentuali:

	2024	2025
Numero fornitori locali	75	67
% su numero totale	71	71

Nei rapporti con i propri fornitori, Gruppo Martellozzo si impegna a gestire in modo efficace i principali rischi legati al ciclo di approvvigionamento, con l'obiettivo di mitigarne gli impatti e, allo stesso tempo, aumentare la trasparenza lungo la filiera. Tale trasparenza rappresenta uno strumento fondamentale per diffondere i principi di sostenibilità a tutti i livelli della catena di fornitura. Ai fornitori viene richiesto principalmente il possesso di certificazioni che garantiscano elevati standard e che consentano all'azienda di evitare audit aggiuntivi. Collaborare con partner già certificati significa poter contare su una mentalità affine e su un allineamento naturale rispetto alle richieste normative, favorendo così un rapporto basato sulla fiducia reciproca e sulla condivisione degli stessi principi. In alcuni casi, tuttavia, non tutti i fornitori dispongono delle certificazioni richieste. In tali situazioni l'azienda effettua la valutazione tramite un questionario, così da garantire comunque i livelli di sicurezza e conformità necessari.

Di seguito vengono indicate le diverse categorie di fornitori, per lo più vicini logisticamente alla sede di Gruppo Martellozzo, in modo da favorire e valorizzare i prodotti locali e per incidere in misura minore sull'impatto ambientale derivante dal trasporto.

Tipologia prodotto fornito	% fornitori locali su numero totale medesimi fornitori
Sfuso	88%
Packaging	63%
Prodotti enologici	53%

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Aumentare la percentuale di fornitori valutati secondo criteri ambientali	86%	Dicembre 2026	90% fornitori valutati su fornitori totali

7) Dimensione ambientale

ESRS E1, ESRS E3, ESRS E5

La sostenibilità rappresenta un elemento centrale dell'orientamento strategico di Gruppo Martellozzo, che negli ultimi anni ha introdotto numerose novità e innovazioni in ottica di riduzione degli impatti ambientali. In questo capitolo vengono approfonditi in particolare:

- le performance relative all'utilizzo delle risorse naturali, come acqua, energia ed emissioni di gas serra;
- le iniziative adottate per ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi;
- la gestione dei rifiuti e le azioni di riciclo attuate.

L'impegno concreto di Gruppo Martellozzo nella riduzione delle esternalità negative generate dai propri processi e prodotti è dimostrato da una serie di interventi realizzati durante l'anno e dagli obiettivi fissati per i prossimi esercizi, aventi lo scopo di contribuire in modo positivo alla tutela e salvaguardia dell'ambiente attraverso strategie mirate alla minimizzazione degli impatti generati dalle attività aziendali. L'azienda è costantemente impegnata nell'individuazione delle soluzioni più idonee a garantire un utilizzo responsabile delle risorse naturali, una riduzione dei consumi energetici e una gestione più efficiente delle emissioni in atmosfera.

I principali impatti ambientali si generano lungo la catena di fornitura, ma Gruppo Martellozzo adotta comportamenti virtuosi in tutte le fasi delle proprie attività con l'obiettivo di:

- contenere i consumi di energia e di acqua e contribuire all'abbattimento delle emissioni di CO₂;
- ridurre la quantità di rifiuti prodotti;
- favorire il riciclo e un corretto smaltimento dei prodotti finiti e dei relativi imballaggi.

Gruppo Martellozzo si impegna a produrre in modo sempre più efficiente, riducendo il consumo di energia e risorse e ottimizzando la gestione degli aspetti ambientali (risorse, acqua, rifiuti, materie prime), con l'obiettivo di preservare un ambiente più sano e vivibile per le generazioni future. Tale impegno si traduce nella realizzazione di prodotti con un impatto ambientale ridotto, grazie a una maggiore durata e flessibilità, a un minor fabbisogno energetico e a un packaging più riciclabile. Il riesame e la riprogettazione dei processi produttivi e delle tecnologie utilizzate rappresentano passaggi fondamentali per prevenire o ridurre gli impatti ambientali, rendendo necessario il ricorso alle migliori tecniche disponibili e un utilizzo razionale ed efficiente delle risorse e delle materie prime. Inoltre, il rispetto delle normative ambientali costituisce un requisito imprescindibile e riflette la maturità raggiunta sia dagli impianti produttivi sia dal sistema di gestione ambientale, a garanzia di un uso sostenibile delle risorse naturali e di un'adeguata gestione dei rifiuti. L'attenzione agli impatti ambientali, come si vedrà maggiormente nel dettaglio in seguito, si traduce anche nella scelta dei prodotti utilizzati quotidianamente: per le pulizie, l'azienda impiega per lo più detersivi certificati Ecolabel; per la carta, privilegia materiali riciclati o certificati FSC.

Energia ed emissioni

Il Gruppo Martellozzo è consapevole dell'importanza fondamentale della riduzione dei consumi energetici complessivi aziendali, un aspetto che può portare grandi benefici sia ambientali sia economici. L'azienda combina perciò attività di sensibilizzazione interna e promozione di comportamenti responsabili con investimenti mirati in tecnologie e macchinari più efficienti. L'obiettivo è costruire un sistema di gestione dell'energia che sia al tempo stesso sostenibile e performante, capace di generare una diminuzione delle emissioni, sia dirette che indirette, e un risparmio in termini di consumo complessivo. Un ruolo centrale è rivestito dall'impianto fotovoltaico installato presso la sede aziendale, che consente di utilizzare energia elettrica proveniente da fonte rinnovabile. L'energia autoprodotta copre parzialmente il fabbisogno aziendale, contribuendo al funzionamento dei macchinari di produzione, dell'impianto di climatizzazione, dell'illuminazione e delle attrezzature degli uffici. Parallelamente, l'azienda adotta iniziative orientate alla riduzione delle emissioni indirette lungo la catena logistica. In particolare, Gruppo Martellozzo invita i propri clienti a ottimizzare le spedizioni aumentando il volume dei singoli ordini e diminuendo la frequenza degli invii. Questa pratica consente di ridurre il numero complessivo di trasporti, contribuendo così a limitare le emissioni atmosferiche e a garantire un maggiore controllo sulla pianificazione della produzione.

	2024	2025
Totale energia elettrica consumata (KWh)	689.287	729.362
Totale energia elettrica rinnovabile prodotta e autoconsumata da	124.23	111.20

impianto fotovoltaico (KWh)		
------------------------------------	--	--

Prelievo idrico

Per prelievo idrico si intende tutta l'acqua utilizzata all'interno dell'azienda, proveniente da pozzo o da acquedotto, per qualsiasi finalità legata alle attività svolte nel corso dell'anno di rendicontazione. Gruppo Martellozzo non effettua prelievi da aree soggette a stress idrico e utilizza esclusivamente acqua dolce, approvvigionata da due fonti distinte: le falde sotterranee e la rete acquedottistica locale. Questo duplice approccio permette di garantire continuità nelle forniture e un controllo più accurato dei consumi. Per assicurare un utilizzo sempre più efficiente della risorsa idrica, Gruppo Martellozzo dispone da diversi anni di un depuratore per il trattamento delle acque, al quale si è aggiunto un impianto di ultrafiltrazione introdotto a dicembre 2024. Questo investimento consente di migliorare la qualità dell'acqua trattata e di ottimizzare le operazioni che richiedono elevati standard igienici. Inoltre, per ridurre progressivamente l'impatto legato all'uso dell'acqua, Gruppo Martellozzo rivede ogni anno il proprio piano di sanificazione, con l'obiettivo di ottimizzare le procedure e diminuire il volume di acqua necessario alle operazioni di pulizia. Tale impegno si accompagna alla scelta di utilizzare prodotti ecologici, che consentono di mantenere elevati standard igienici minimizzando al tempo stesso l'impatto ambientale complessivo.

	2024	2025
Risorse idriche prelevate (m3)	21.948	15.849

Produzione e gestione dei rifiuti

Gruppo Martellozzo segue procedure specifiche per la gestione dei rifiuti generati dalle proprie operazioni e si impegna per ridurre la quantità di scarti prodotti e di favorirne il corretto smaltimento e recupero. L'azienda adotta un approccio strutturato che consente di gestire in modo efficiente tutte le tipologie di rifiuto generate durante le attività produttive e amministrative, infatti la raccolta e lo smistamento dei materiali avvengono tramite una piazzola ecologica interna, dotata di cassoni compattatori che permettono di ottimizzare lo stoccaggio, ridurre i volumi e migliorare la tracciabilità dei flussi. La gestione operativa è affidata a due aziende specializzate: una dedicata al ritiro del rifiuto secco non riciclabile e una responsabile della raccolta differenziata dei materiali riciclabili, tra cui vetro, carta, cartone, plastica e legno. La produzione di rifiuti è misurata come peso totale dei materiali evacuati o spediti dall'attività aziendale. I dati riportati in tabella si riferiscono ai kg di rifiuti pericolosi e non pericolosi inviati a recupero di materia, un processo che consente di trasformare gli scarti in nuove materie prime seconde da reintrodurre nel ciclo produttivo sotto forma di materiali riciclati. Valorizzare il rifiuto sottraendolo allo smaltimento genera un valore aggiunto per la produzione e rappresenta un primo, concreto approccio verso una visione più circolare delle risorse.

Rifiuti per categoria destinati al recupero (Kg)	2024	2025
Imballaggi carta e cartone 150101	25.560	18.730
Imballaggi plastica 15010	12.520	8.050

Imballaggi vetro 150107	52.000	25.930
Imballaggi materiali misti 150106	12.320	5410
Imballaggi legno 150103	11.560	8.161
Toner non contenenti sostanze pericolose 080318	0	0
Fanghi 20705	20.000	0
Ferro-Acciaio 170405	4.960	8.040
Legno 170201	15.940	0
Appar. Fuori uso 160216	15	0
Cemento 170101	0	31980
Misti demolizione edilizia 170904	0	4160

% VARIAZIONE ANNUALE RIFIUTI NON PERICOLOSI /PEZZI PRODOTTI (kg/bt)	2024	2025
		132%
% VARIAZIONE ANNUALE RIFIUTI PERICOLOSI /PEZZI PRODOTTI (kg/bt)	2024	2025
		0%

Nel corso dell'anno, la quantità complessiva di rifiuti ha risentito anche degli interventi di ristrutturazione degli spazi aziendali, che hanno comportato la dismissione di materiali e arredi non più utilizzabili. I lavori hanno interessato prima gli uffici, ristrutturati nel 2024, e successivamente le cantine e le barricaie, con interventi conclusi nel 2025. Anche questi materiali sono stati conferiti nel rispetto delle procedure previste, garantendo adeguata differenziazione e corretto smaltimento.

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Definire obiettivi di riduzione dei rifiuti generati	-26%	Dicembre 2026	-10% dei kg di rifiuti prodotti
Aumentare la percentuale di materiali riciclati utilizzati nel packaging	+8.9%	Dicembre 2026	+10% materiali riciclati utilizzati nel packaging

7a) Innovazione e utilizzo delle tecnologie

Gruppo Martellozzo promuove il miglioramento continuo delle proprie prestazioni attraverso l'adozione progressiva delle migliori tecnologie e delle modalità gestionali disponibili, supportata da un programma strategico di investimenti in ricerca e sviluppo. Il settore agricolo si trova oggi a confrontarsi con nuovi scenari legati al cambiamento climatico, che possono influire negativamente sulla produttività, perciò innovare e rinnovarsi non è solo necessario per mitigare gli effetti delle proprie operazioni, ma anche per mantenere la propria presenza e competitività sul mercato.

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Instaurare una collaborazione con università/consorzio del territorio per favorire l'innovazione dei prodotti	0	Dicembre 2026	Numero collaborazioni instaurate (1)

7b) Sicurezza

ESRS S1

Nel settore vitivinicolo, le risorse aziendali possono essere esposte a diverse tipologie di rischio durante lo svolgimento delle proprie mansioni. Per questo motivo, Gruppo Martellozzo considera la sicurezza un requisito imprescindibile, da rispettare e far rispettare lungo l'intera filiera produttiva. I principali rischi tipici del settore includono l'uso di macchinari e attrezzature, l'esposizione a sostanze chimiche, nonché i movimenti ripetitivi e le posture scorrette durante le attività operative. Nell'osservanza del D.lgs. 81/2008 in materia di sicurezza sul lavoro, l'azienda adotta con rigore tutte le misure necessarie o utili a ridurre i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori e delle lavoratrici, tutelandoli da eventuali infortuni e garantendo un ambiente di lavoro protetto e conforme alla normativa vigente. L'azienda ha nominato i soggetti preposti previsti dal decreto e ha implementato il sistema di controllo e monitoraggio dei rischi legati alla sicurezza dei lavoratori. Nel corso del 2025 sono stati erogati 14 corsi sulla sicurezza e sono state condotte 17 visite mediche; completando le figure in scadenza, sul totale delle 31 risorse.

L'azienda fornisce alle proprie risorse tutti i dispositivi di protezione individuale previsti, così come le indicazioni per farne un uso corretto.

Anno di Riferimento	Tot. OPERAI	Tot. IMPIEGATI	Tot. Ore Lavorate	Tot. Ore in Infortunio	Perc. Ore infortuni	IG Indice di gravità
2024	12	14	39.373,00	-	0,0%	0,0
2025	13	18	47.732,50	-	0,0%	0,0

Anno di Riferimento	Tot. N. Infortuni	IF Indice di frequenza	Numero Totale Infortuni con inabilità temporanea :	Numero Totale Infortuni con inabilità permanente :	Numero Totale Infortuni con morte:
2024	-	0,0	0,0	-	-

2025	-	0,0	0,0	-	-
------	---	-----	-----	---	---

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Completare la valutazione dei rischi per tutta la forza lavoro	65%	Dicembre 2026	100% persone valutate

8) Dimensione sociale

8a) Persone

ESRS S1

Le persone che compongono la forza lavoro di Gruppo Martellozzo sono eterogenee, ma accomunate dall'obiettivo di garantire un prodotto di eccellenza. L'apporto di ciascuna risorsa, grazie alle proprie competenze specifiche, è fondamentale per mantenere gli elevati standard aziendali. Il benessere dei collaboratori è considerato determinante per la competitività dell'azienda, influenzando direttamente produttività, motivazione e soddisfazione delle persone. Tutti i lavoratori e le lavoratrici sono assunti regolarmente, con contratti disciplinati dal CCNL Alimentari e Industria, che regolano ore di lavoro, straordinari, pause e giorni di riposo. La corretta gestione degli stipendi rappresenta una priorità: i salari sono regolarmente corrisposti il 10 di ogni mese, o il venerdì precedente se il giorno cade nel weekend. Inoltre, i dipendenti possono aderire a fondi di categoria e usufruire di convenzioni con associazioni come Confindustria, che offrono vantaggi per specifiche tipologie di acquisti.

L'azienda valorizza tutte le risorse senza discriminazioni di età, genere, etnia, religione o anzianità di servizio, promuovendo un approccio inclusivo e orientato all'equità. Le aree principali di intervento in materia di risorse umane comprendono:

- la salute, la sicurezza e il benessere nei luoghi di lavoro;
- il rispetto delle diversità e la promozione dell'equità di genere;
- la formazione per accrescere competenze tecniche e trasversali;
- la qualità dell'ambiente di lavoro, favorendo un clima sereno e collaborativo.

Le risorse di Gruppo Martellozzo sono 31, la cui età media è di 39 anni.

Genere	2024	2025
Donne	20	13
Uomini	23	18
Totale	43	31

Di seguito vengono specificati i diversi tipi di contratto stipulati con la forza lavoro dell'azienda.

Tipologia di contratto	Donne	Uomini	Totale
Tempo determinato	0	1	1
Tempo indeterminato	12	15	27
Apprendistato	0	2	2
Contratto a chiamata	1	0	1
Totale	13	18	31

Fasce d'età	2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Fino a 29 anni	8	6	14	3	2	5
Da 30 anni a 49 anni	8	13	21	7	12	19
Oltre 50 anni	4	4	8	3	4	7
Totale	20	23	43	13	18	31

La selezione del personale avviene tramite i responsabili dei singoli reparti, che gestiscono i colloqui con la supervisione della titolare. La direzione non prevede questionari di cessazione, poiché le uscite si verificano generalmente per dimissioni volontarie o scadenza contrattuale, talvolta concordate.

NUOVE ASSUNZIONI	2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Assunzioni						
Fino a 29 anni	7	9	10	0	2	2
Da 30 anni a 49 anni	1	4	5	0	1	1
Oltre 50 anni	2	0	2	0	0	0
Totale	10	7	17	0	3	3
CESSAZIONI						
Fino a 29 anni	3	6	9	0	0	0
Da 30 anni a 49 anni	2	2	4	0	1	1
Oltre 50 anni	2	0	2	0	0	0
Totale	7	8	15	0	1	1

Turnover 2025	Donne	Uomini	Totale
Tasso di turnover complessivo	0	26,66	26,66
Tasso di turnover negativo	0	6,66	6,66
Tasso di turnover positivo	0	20	20
Tasso di compensazione del turnover	0	300	300

I tassi di turnover sono calcolati nel seguente modo:

Tasso di turnover complessivo:	$\frac{\text{entrati} + \text{usciti nel periodo}}{\text{organico medio periodo}} * 100$
Tasso di turnover negativo:	$\frac{\text{usciti nel periodo}}{\text{organico inizio periodo}} * 100$
Tasso di turnover positivo:	$\frac{\text{entrati nel periodo}}{\text{organico inizio periodo}} * 100$
Tasso di compensazione del turnover:	$\frac{\text{entrati nel periodo}}{\text{usciti nel periodo}} * 100$

Il tasso di compensazione del turnover è pari al 300%, questo significa che l'azienda si sta ampliando, indicando una fase di crescita rapida.

La formazione e lo sviluppo professionale costituiscono strumenti essenziali per l'apprendimento, l'adattamento ai cambiamenti del settore e la crescita delle competenze individuali e organizzative. Gruppo Martellozzo sostiene la partecipazione dei dipendenti a corsi proposti sia dalle associazioni di categoria sia da enti esterni, finanziandone integralmente la partecipazione. Per i commerciali, ad esempio, l'azienda programma corsi specifici di formazione sommelier, mentre tutti i corsi di sicurezza sono anch'essi integralmente sostenuti. Pur non essendo presente un piano formativo strutturato e pianificato annualmente, l'azienda favorisce la partecipazione a corsi in base alle opportunità e alle esigenze dei reparti, incentivando la proposta di iniziative formative individuali. Questo approccio flessibile consente di sviluppare competenze multidisciplinari e di adattarsi alle evoluzioni di un settore in continua trasformazione.

Nel biennio appena concluso è stata effettuata la seguente attività formativa:

	2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Ore di formazione	392	144	536	218	331	549
Ore di formazioni inerenti alla sicurezza	8	67	75	44	39	83

L'azienda è in regola con tutti gli adempimenti e i versamenti previdenziali, assistenziali e assicurativi nonché con tutti gli altri obblighi previsti dalla normativa vigente.

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Sviluppare i mansionari per tutta la forza lavoro	44%	Giugno 2026	100% persone con mansionario
Completare la formazione relativa a salute e sicurezza per collaboratori e collaboratrici	65%	Giugno 2026	100% persone formate

8b) Territorio e tradizione

Piera Martellozzo ritiene che sia molto importante non limitarsi al solo vino, ma che sia altrettanto importante curare i rapporti con coloro che allevano i vigneti, ascoltare le loro storie, conoscere le famiglie, conquistare la loro fiducia. Oltre ad essere un'esperienza irrinunciabile, questo aiuta molto nel lavoro quotidiano dell'azienda. Piera Martellozzo lavora tra Friuli-Venezia Giulia, Veneto orientale e Trentino: suoli complessi e variegati, il cui comune denominatore è la capacità di regalare vini pregiati, unita ad una storia millenaria la cui eredità è ancora viva e tangibile nelle ville patrizie, nei borghi antichi, nelle tante città d'arte.

Situata a San Quirino nel pordenonese, a nord est della penisola, Gruppo Martellozzo ha scelto come proprio territorio d'elezione il Friuli Grave. Qui le montagne a nord riparano i suoli dai venti più freddi. L'Adriatico a sud svolge invece il suo effetto mitigatore concorrendo alla creazione di un microclima particolarmente adatto alla coltivazione della vite. Il terreno, di origine alluvionale, è caratterizzato da un'ampia superficie sassosa, che esalta l'escursione termica tra il giorno e la notte favorendo un'ideale concentrazione di sostanze aromatiche nella buccia, e quindi profumi più intensi ed eleganti, oltre che la presenza di acidi naturali nella polpa, indispensabili per una buona conservazione del vino.

Nel tempo, Gruppo Martellozzo ha allargato i suoi orizzonti, sempre puntando alla qualità e consolidando le proprie radici nel patrimonio enologico del nord est d'Italia, di cui rappresenta un'espressione compiuta, alimentata da un'eredità secolare di cultura, arte e storia. Provenienti da vigneti situati in Friuli-Venezia Giulia, Veneto e Trentino, regioni diverse ma accomunate da un'antica tradizione vinicola, i grappoli che oggi si trasformano in vino raccontano la quintessenza di un territorio plasmato nei millenni dai fiumi, dove la vite prospera. Da luoghi intrisi di conoscenza, bellezza e tradizioni nate fra ville venete e vestigia dell'antica Repubblica veneziana, fluisce un patrimonio di sapere che decantiamo in ogni nostro calice.

Definiti da un approccio fondato sulla competenza e su elevati standard di qualità, i vini del Gruppo Martellozzo nascono con l'ambizione di portare la propria identità territoriale sui mercati internazionali. La valorizzazione dei vitigni autoctoni, su cui l'azienda ha sempre investito, appare come la via maestra per esprimere al meglio le potenzialità di quest'area. Ad essi si accompagnano anche varietà internazionali di rango che con personalità interpretano la tipicità del territorio. Inoltre, tra i primi a sperimentare sul tema, Gruppo Martellozzo ha introdotto a partire dagli anni Novanta una linea di vini biologici, facendo da apripista alle tendenze più attuali di consumo. Negli ultimi anni, infatti, la coltivazione di viti biologiche ha registrato una crescita significativa, mantenendo tuttavia una quota percentuale rispetto al totale nazionale ancora relativamente bassa, attestandosi sul 4,5%. Accogliendo la tradizione e guardando al tempo stesso al futuro, Gruppo Martellozzo è da sempre votato ad un unico obiettivo: ottenere la migliore qualità possibile in vini caratterizzati da piacevolezza e abbinabilità, in grado di competere con le più grandi tradizioni vinicole nel mondo.

Nell'ambito della nostra strategia di enoturismo, l'azienda ha scelto di ottenere la certificazione IO SONO FVG, con l'obiettivo di essere ambasciatori autentici del territorio e contribuire alla sua promozione attraverso le iniziative del marchio. Questo percorso consente di rafforzare l'attività di incoming, accogliendo visitatori in azienda e valorizzando le eccellenze locali in un'ottica di rete. Ha inoltre aderito al Consorzio del Turismo di Pordenone, per consolidare la propria presenza sul territorio, generare opportunità qualificate e prepararsi al meglio all'appuntamento di *Pordenone Capitale Italiana della Cultura 2027*.

Obiettivo	Stato di avanzamento obiettivo 2025	Orizzonte temporale	KPI
Rafforzare la gestione degli impatti climatici lungo la filiera.	0	Dicembre 2026	Coinvolgimento di almeno 1 fornitore che adotti soluzioni a tutela ambientale.
Incrementare il numero di piccoli fornitori locali	72%	Dicembre 2026	+5% di fornitori locali

Gruppo Martellozzo Srl ha predisposto un piano di investimenti per la sostenibilità strutturato su diversi anni.

2025		
Area d'investimento	€	Obiettivo/beneficio atteso
Formazione del personale dipendente	27.300	Miglioramento delle competenze dei lavoratori/lavoratrici
Installazione trattamento ultrafiltrazione depuratore	150.000	Scaricare nel terreno un' acqua di maggiore qualità, più simile alla sua natura e priva di inquinanti
Mantenimento certificazioni E-qualitas e Sqnpi	3.700	Impegno dell' azienda su tematiche ESG, per dimostrare che siamo responsabili dell' ambiente, della comunità e del personale
2026		
Area d'investimento	€	Obiettivo/beneficio atteso
Formazione del personale dipendente	26.000	Miglioramento delle competenze dei lavoratori/lavoratrici
Sostituzione nastri linea di imbottigliamento	10.000	Riduzione del consumo di acqua
Installazione contatori rubinetti acqua	7.000	Miglior monitoraggio del consumo d'acqua per analizzare una possibile riduzione della stessa
Analisi acque meteoriche	2.000	Verificare che siano acque di seconda pioggia
Installazione vasca di accumulo per le acque meteoriche di seconda pioggia	50.000	Utilizzo dell' acqua di seconda pioggia per irrigare la piantumazione e pulire i piazzali
Contratto con fornitore di energia elettrica che utilizza una parte di energia da fonte rinnovabile	175.000	Minor inquinamento e fonte inesauribile
Mantenimento certificazioni E-qualitas e Sqnpi	3.700	Impegno dell' azienda su tematiche ESG, per dimostrare che siamo responsabili dell' ambiente, della comunità e del personale
Sostituzione vapore e peracetico con biossido di cloro	20.000	Minor impatto ambientale, diminuzione dei tempi di lavaggio e di energia elettrica
2027		
Area d'investimento	€	Obiettivo/beneficio atteso
Formazione del personale dipendente	27.000	Miglioramento delle competenze dei lavoratori/lavoratrici
Installazione vasca di accumulo per le acque meteoriche di seconda pioggia	50.000	Utilizzo dell' acqua di seconda pioggia per irrigare la piantumazione e pulire i piazzali
Mantenimento contratto con fornitore di energia elettrica che utilizza una parte di energia da fonte rinnovabile	170.000	Minor inquinamento e fonte inesauribile
Mantenimento certificazioni E-qualitas e Sqnpi	3.700	Impegno dell' azienda su tematiche ESG, per dimostrare che siamo responsabili dell' ambiente, della comunità e del personale
Sostituzione vapore e peracetico con biossido di cloro	20.000	Minor impatto ambientale, diminuzione dei tempi di lavaggio e di energia elettrica
Upgrade fotovoltaico da 180 W a 300W	500.000	Minor inquinamento e fonte inesauribile

Di seguito vengono riepilogate le spese già sostenute dall'azienda e quelle previste per il prossimo periodo.

Appendice: analisi di materialità e di doppia materialità

Il dataset elaborato secondo i criteri elencati all'inizio del presente bilancio viene proposto ai partecipanti, in forma sincrona o asincrona, al fine di acquisire valutazioni soggettive da ciascuno, volte ad attribuire, a ciascun

item valutato, un univoco posizionamento all'interno di una Matrice SWOT (Forze, Debolezze, Opportunità, Minacce).

La Matrice SWOT tiene in considerazione tre differenti criteri:

- Esterno-Interno, ovvero esogeneità o endogeneità dell'elemento trattato;
- Positivo-Negativo, in termini di effetti prodotti dall'elemento nel contesto organizzativo trattato;
- Rilevanza, ovvero ampiezza di tali impatti.

Tale attribuzione viene svolta dai partecipanti all'interno dell'applicazione web Mosaic – Design your Decision, rispondendo a sei quesiti per ciascun item considerato.

I quesiti sono:

Esterno vs Interno

- L'elemento descritto: è determinato da fattori esterni o interni al contesto?
- L'elemento descritto: produrrà maggiori effetti in futuro o ha prodotto maggiori effetti in passato?

Positivo vs Negativo

- L'elemento descritto è: positivo o negativo?
- L'elemento descritto rappresenta: una risorsa su cui contare o un bisogno/problema da affrontare?

Rilevanza

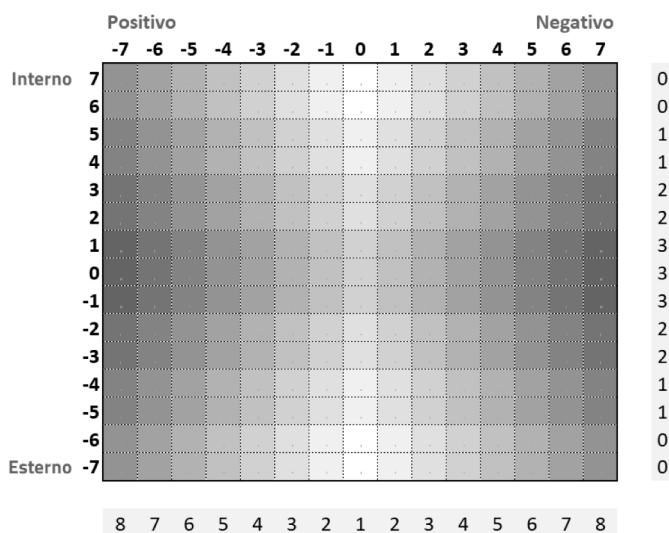
- Quanto impatta sul contesto a livello economico l'elemento descritto?
- Quanto impatta sul contesto a livello ambientale e/o sociale l'elemento descritto?

Le valutazioni sono raccolte mediante una scala Likert a 15 punti (da -7 a +7 per Esterno vs Interno e per Positivo vs Negativo e da 1 a 15 per Rilevanza).

Gli elementi valutati Positivi e Interni sono considerati Punti di Forza. Quelli Negativi Interni delle Debolezze. Gli elementi Positivi Esterni sono Opportunità e quelli Negativi Esterni delle Minacce.

Ai fini dell'Analisi di Materialità i valori attribuiti agli item vengono elaborati secondo un algoritmo codificato. Ciascun Item valutato da un partecipante viene convertito in un indice grezzo di materialità individuale sommando i valori risultanti da questa tabella di conversione:

Esterno													Interno	
-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
0	0	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	1	0	0
Positivo													Negativo	
-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8
Irrilevante													Rilevante	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15



L'algoritmo di conversione tra Matrice SWOT e Matrice di Materialità può essere raffigurato graficamente come nell'immagine a sinistra.

Come si può notare, vengono maggiormente valorizzati i valori polarizzati positivi o negativi e quelli considerati al confine tra interno ed esterno all'organizzazione.

Tali elementi si integrano a quelli di rilevanza, che ricoprono un valore ponderale quasi doppio (15 punti rispetto agli 8 del criterio positivo-negativo e 3 dell'esterno-interno).

Importante notare che l'ultimo quesito relativo all'utilità di analisi è stato dedicato, in sede di

rilevazione, alla acquisizione di giudizi in merito agli impatti economico-finanziari per l'organizzazione relativi allo specifico item valutato. Tale elemento viene considerato disgiuntamente al momento del calcolo della cosiddetta Doppia Materialità.

La somma ottenuta è moltiplicata per 100 e divisa per il massimo punteggio risultante dalla formula:

$2 * \text{Massimo valore Esterno-Interno} + 2 * \text{Massimo valore Positivo-Negativo} + 2 * \text{Massimo valore Rilevanza}$.
 Nell'impostazione base, tale valore è pari a 52 ($2*3+2*8+2*15$).

L'algoritmo può essere variato all'interno dell'apposito cruscotto digitale nei casi in cui vi siano argomentati motivi analitici per alterare il quadro di assunti standard.

In tal modo il valore materiale individuale diviene espresso in percentili.

Le valutazioni espresse dagli Stakeholder Interni ed Esterni sono quindi separate ed elaborate disgiuntamente in parallelo.

Successivamente, per ciascun item considerato, e per ciascun sottogruppo di partecipanti (Stakeholder interni ed esterni) vengono calcolati:

- Media degli indici di materialità individuali (M);
- Deviazione Standard degli indici di materialità individuali (DT);
- Numero di partecipanti che ha valutato lo specifico item (U).

Sono inoltre considerati due coefficienti standard (tipicamente, il coefficiente CR è valorizzato 1 e quello CD 2 ma possono essere variati in modo trasparente su argomentate ragioni di analisi):

- Coefficiente numerosità di rispondenti (CR);
- Coefficiente dispersione (CD).

L'indice finale di materialità, disgiunto tra interno ed esterno, si calcola quindi con la seguente funzione:

$$M + (CR * U) / (1 + CD * DT)$$

Nel caso in cui un unico partecipante abbia valutato un determinato item, il suo valore materiale risulta essere pari al suo indice di materialità individuale.

Pertanto, il valore medio di materialità individuale viene corretto sulla base del numero di utenti che ha ritenuto di valutare l'item e della dispersione nel campione in merito alle valutazioni date all'item.

Pertanto, la materialità sarà maggiore per gli item che hanno ricevuto maggiori valutazioni e minore per quelli con valutazioni caratterizzate da maggiore deviazione standard. I coefficienti possono essere usati per amplificare questo effetto di aggiustamento.

Attraverso i precedenti passaggi matematici, ciascun item è dunque associato ad un valore di materialità interno ed esterno. Tali valori sono infine standardizzati attraverso un procedimento statistico definito calcolo dello Z-score.

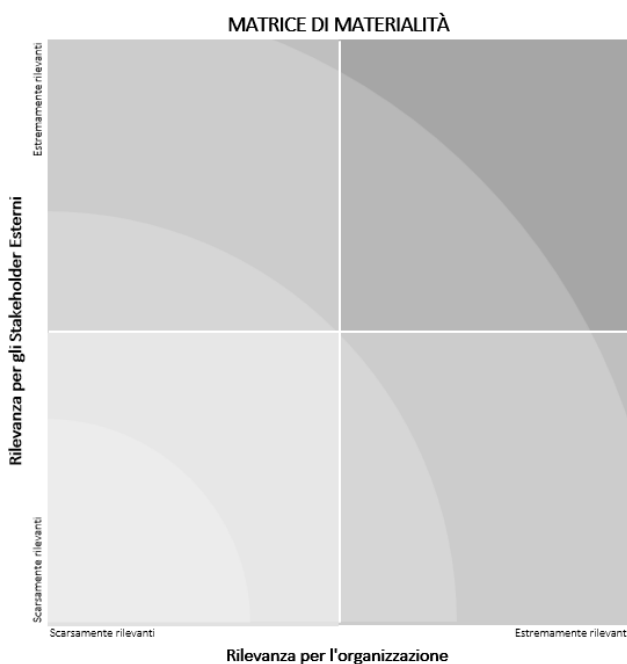
Si considerano:

- Il punteggio di materialità di un item x per gli stakeholder (disgiuntamente interni od esterni) (X);
- la media dei punteggi di materialità per tutti gli item valutati dagli stakeholder (sempre disgiuntamente considerati) (MED);
- la deviazione standard dei punteggi di materialità per tutti gli item valutati dagli stakeholder (sempre disgiuntamente considerati) (DEVST),

la formula per il calcolo dello Z-score è la seguente:

$$(X - MED) / DEVST$$

Pertanto, lo Z-score si riferisce al numero di deviazioni standard di ciascun valore di dati rispetto alla media, ove uno z-score pari a zero indica la media esatta.



La standardizzazione consente di visualizzare i punteggi di materialità degli item all'interno di un Piano Cartesiano suddiviso in 4 quadranti con origine data dall'incrocio dei valori medi relativi agli stakeholder interni ed esterni. I valori per gli stakeholder interni sono espressi in Ascissa (retta orizzontale) e quelli per gli stakeholder esterni in Ordinata (retta verticale).

Nel quadrante in alto a destra (Q1: +;+) sono così visualizzati gli item con valori positivi, quindi superiori alla media, sia per gli interni che per gli esterni. Nel quadrante in basso a destra (Q2: +/-) si trovano i valori negativi per gli esterni (inferiori alla media) ma positivi per gli interni. Nel quadrante in basso a sinistra (Q3: -;-) sono collocati i valori negativi per entrambi i gruppi. Infine, nel quadrante in alto a sinistra (Q4: -;+) vi sono i valori positivi (maggiori della media) per gli esterni ma negativi per

gli interni).

Nel calcolo della Doppia Materialità il procedimento descritto viene replicato in modo disgiunto considerando i valori attribuiti dai partecipanti in sede di valutazione degli item nelle risposte al 6° quesito unicamente. Come ricordato, in sede di somministrazione, i partecipanti ricevono istruzione di valutare, in quella occasione, la rilevanza dell'impatto economico-finanziario generato nell'organizzazione dall'item.

I valori Z-score della materialità generale (media tra quella relativa agli stakeholder interni e quelli esterni), posti in Ascissa, vengono combinati con i valori Z-score della materialità economico-finanziari (media tra quella relativa agli stakeholder interni e quelli esterni), in Ordinata. In Q1 saranno così rappresentati i valori ritenuti materiali sia dagli stakeholder interni che esterni tanto termini generali (considerando elementi Ambientali, Sociali e di Governance) quanto in termini economico-finanziari.

In conclusione, l'intero processo di misurazione della materialità degli item inseriti nel dataset di analisi avviene in modo sistematico, analitico ed automatico. Il dato raccolto digitalmente all'origine, al momento della valutazione da parte degli stakeholder consultati all'interno della Applicazione Web Mosaic – Design your Decision, viene restituito nella rappresentazione della Matrice di Materialità, senza interventi interpretativi soggettivi o possibilità di manomissione, secondo il procedimento matematico e statistico sopra descritto. I risultati sono pertanto ripetibili e verificabili da qualunque osservatore esterno.



GRUPPO
Martellozzo

Gruppo Martellozzo srl
Via Pordenone, 33 - 33080
San Quirino, PN Italia