

ARNALDO·CAPRAI

Bilancio di Sostenibilità

2024

Indice

Lettera agli stakeholder	4
<hr/>	
Highlights 2024	6
<hr/>	
Capitolo 1 - Origini	7
 1.1 Viticoltore in Montefalco dal 1971	8
 1.2 La visione della sostenibilità	11
 1.3 Materialità e Agenda 2030	13
1.3.1 Il valore strategico dell'analisi di materialità	13
1.3.2 Identificazione dei temi	13
1.3.3 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder	15
1.3.4 I risultati emersi	15
1.3.5 Il contributo all'Agenda 2030	17
<hr/>	
Capitolo 2 - Connessioni	19
 2.1 Identità in bottiglia	20
 2.2 Puntabella, il rosato del Lago Trasimeno	21
 2.3 Reti e mercati	26
 2.4 La forza del racconto	28
<hr/>	
Capitolo 3 - Natura	31
 3.1 Innovazione e tradizione	33
3.1.1 Il cambiamento climatico e nuovi terroir del vino: le opportunità dell'Appennino umbro	34
 3.2 Qualità e controllo	36
 3.3 Biodiversità	38
<hr/>	
3.4 Consumi e risorse	39
3.4.1 Energia	40
3.4.2 Acqua	41
3.4.3 Emissioni	43
<hr/>	
Capitolo 4 - Persone	45
 4.1 La comunità di Caprai	46
 4.2 Sicurezza e benessere	47
 4.3 La cultura del lavoro in vigna	48
 4.4 Talenti e nuove generazioni	49
4.4.1 Il vigneto digitale: coltivare il futuro dell'agricoltura	50
 4.5 Il contributo al territorio	52
<hr/>	
Nota metodologica	54
<hr/>	
GRI Content Index	55
<hr/>	
Appendice tecnica	56

Lettera agli stakeholder

Gentili Stakeholder,

vi presentiamo il Bilancio di Sostenibilità 2024, un resoconto vivo di come la nostra azienda ha attraversato un anno complesso: il quadro economico e geopolitico internazionale ha ulteriormente acuito le tensioni di un settore, quello vitivinicolo, già chiamato da tempo a confrontarsi con le sfide dovute ai mutamenti climatici e all'emergere di nuove tendenze di consumo.

Il comparto del vino, oggi, vive a livello globale una fase di transizione che, se da un lato apre nuove prospettive di sviluppo, dall'altro impone una **riflessione profonda sul proprio ruolo nella contemporaneità**. Tale fenomeno si manifesta con maggiore evidenza nei paesi di tradizione vitivinicola del “vecchio mondo”: la crescente variabilità climatica, la contrazione dei consumi e il cambiamento negli stili di vita stanno progressivamente ridisegnando gli orizzonti del mercato; i consumatori, più consapevoli e attenti alla salute, tendono a privilegiare un approccio esperienziale al vino, vissuto come forma di conoscenza, cultura e identità. Si assiste, in questo scenario, a un tentativo, per certi aspetti semplicistico, di equiparare il vino alle altre bevande alcoliche, talora fino a equipararlo ai superalcolici, riducendone la dimensione culturale e simbolica. È un processo che implica una **ridefinizione del rapporto tra vino, cultura e società, e interroga profondamente il nostro modo di produrre, comunicare e di intendere il legame con il territorio**.

Il 2024 ha rappresentato quindi un anno di consolidamento e riflessione. **Abbiamo scelto di rafforzare il dialogo con i nostri stakeholder**, nella convinzione che soltanto attraverso un confronto aperto con chi vive, lavora e ama il vino è possibile affrontare le sfide del presente senza smarrire la nostra identità. Il coinvolgimento attivo di dipendenti, partner, istituzioni, clienti e comunità locale ci permette di leggere con maggiore lucidità i segnali del cambiamento, indicandoci la strada su come poter tradurre le aspettative collettive in orientamenti concreti per l'azienda.

I risultati di questo percorso sono raccolti nel presente Bilancio, dove l'analisi di materialità ne sostiene l'obiettivo, facendosi strumento di ascolto e di visione condivisa, capace di orientare l'individuazione dei temi realmente rilevanti per l'impresa e per il contesto in cui essa opera.

Sin dalla sua fondazione, la nostra azienda ha ancorato la propria crescita alla qualità, concentrandosi in particolare sulla produzione di vini di alta fascia, capaci di coniugare eccellenza agronomica ed enologica e valore aggiunto. **Nel 2024 le ventiquattro referenze prodotte dalla nostra cantina hanno raggiunto ventiquattro Paesi**, dimostrando ancora una volta la forza comunicativa della Arnaldo Caprai, che oltrepassa i confini dell'Umbria per intrecciare radici locali con orizzonti globali. E anche quest'anno **l'internazionalizzazione non ha rappresentato una mera espansione commerciale, ma un percorso di narrazione e di memoria**. In questo risiede la differenza tra il vino e le altre bevande alcoliche: è racconto del luogo, della spiritualità e di valori universali.

E la Arnaldo Caprai continua a raccontarlo rimanendo fedele alle proprie origini e, al tempo stesso, aperta al cambiamento: è questa la sfida che da oltre cinquant'anni continuiamo a raccogliere, facendo sì che Montefalco e l'Umbria siano al contempo il nostro orizzonte e la nostra voce nel mondo — luoghi dove natura, spiritualità e cultura si intrecciano. E in questo **la sostenibilità, per noi, non è una dichiarazione, ma un modo di stare nel mondo: significa agire con responsabilità, ascoltare, e costruire valore condiviso nel tempo**.

L'integrazione e il capitale umano rappresentano, da sempre, il motore di ogni progresso. Anche quest'anno l'Azienda è stata premiata dall'UNHCR per il continuo lavoro di valorizzazione del lavoro migrante.

Tra le iniziative che guardano al futuro, annoveriamo poi **il primo vigneto digitale d'Italia**, nato dalla partnership con l'ITS Umbria Academy, è un progetto d'avanguardia nella formazione e sperimentazione agronomica, con dati

digitali, sensoristica avanzata e intelligenza artificiale diventano strumenti al servizio delle future generazioni di agricoltori.

L’Umbria, universo di vigneti e uliveti, crocevia di spiritualità e umanesimo francescano, continua ad essere il palcoscenico sul quale si è svolta e perdura la nostra storia. Il luogo d’origine del vino **Sagrantino**, il cui nome — come suggerisce l’etimologia latina *sacer*, “sacro” — ci ricorda che è stato nei secoli compagno di momenti di preghiera e di festa, divenendo espressione concreta del legame profondo tra la terra e la dimensione spirituale dell’uomo. È sui sentieri umbri che San Francesco predicava il Cantico delle Creature, di cui il prossimo anno ricorrerà l’ottavo centenario, e nei quali, ancora oggi, si rinnova il miracolo della vite.

Seguendo il solco spirituale della *Via di Francesco*, la sostenibilità nella nostra azienda si è fatta pratica quotidiana: etica dell'accoglienza, rispetto del diverso, gratitudine verso il Creato e memoria attiva della storia. È una visione che unisce il valore del lavoro umano alla bellezza del paesaggio, come nell'affresco di Benozzo Gozzoli “La predica agli uccelli e la Benedizione di Montefalco” dove il Santo, sullo sfondo delle vigne tra Montefalco e Bevagna, proprio quelle che attraversano la nostra cantina, benedice la terra e, insieme a essa, il lavoro dell'uomo. La *Via di Francesco* diviene così, per noi, metafora del cammino di sostenibilità aziendale: un percorso di equilibrio tra tradizione e innovazione, spiritualità e concretezza, memoria e futuro.

Grazie a questo impegno, il vino umbro, già celebrato dalle voci del passato, continua ad affermarsi come protagonista di un'economia rurale pulsante, capace di far fiorire paesaggi, comunità e relazioni. Nel racconto di questo Bilancio di Sostenibilità si intrecciano dunque memoria e innovazione, spiritualità e scienza, radicamento e visione. A voi, che condividete con noi questo cammino, rivolgiamo la nostra più sincera gratitudine e l'augurio di una buona lettura.

La Direzione



Highlights 2024

53 anni
di attività

6.994.125 euro
di fatturato

24
paesi serviti

944.606
bottiglie

154
dipendenti

18.299
visitatori

2 certificazioni
di sostenibilità



35 anni
di rapporto con l'Università di
Milano

1 protocollo
territoriale di produzione
sostenibile

160 ettari di vigneto
8 ettari di bosco
8 ettari di ulivi
6 ettari di prati incolti

**7 riconoscimenti
internazionali**
1999 Hugh Johnson in "Pocket
Wine Book"
2004 Bettane et Desseauve ne "La
Revue du Vin de France"
2005 Steven Spurrier in "Decanter"
2012 European Winery of the Year
"Wine Enthusiast"
2018 Premio Internazionale Vinitaly
2022 Premio Vitivinicoltura
sostenibile Gambero Rosso
2024 Premio alla Carriera Falstaff

I *Origini*



1.1 Viticoltore in Montefalco dal 1971

La società agricola Arnaldo Caprai s.r.l. è stata fondata nel 1971, quando l'imprenditore tessile Arnaldo Caprai decise di investire nella produzione di vino a Montefalco acquistando i primi 4 ettari nella zona Val di Maggio, col sogno di fare dell'area una zona di produzione di grandi vini da varietà locali.

Nel 1989 suo figlio Marco Caprai assunse la direzione dell'Azienda e,

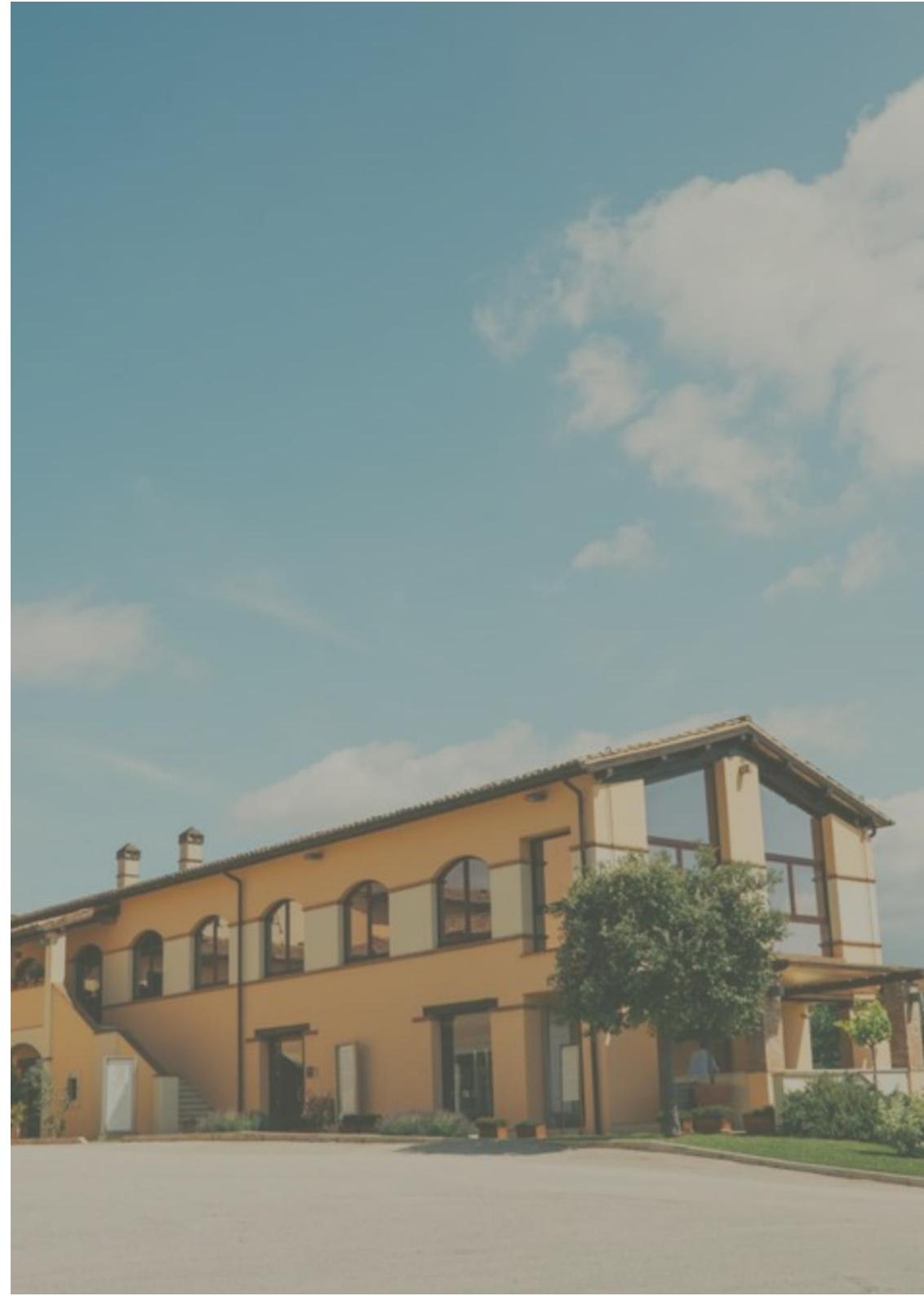


La Arnaldo Caprai si occupa della coltivazione, trasformazione e imbottigliamento di vino di qualità. **Siamo fautori della conoscibilità del Sagrantino e del vino umbro nel mondo.** Facciamo dell'innovazione e della sostenibilità le direttive del nostro agire quotidiano, per migliorare costantemente la qualità dei nostri vini, aumentare il valore della produzione e supportare la crescita del territorio di Montefalco.

convinto delle potenzialità organolettiche offerte dal vitigno autoctono Sagrantino, adottò un approccio scientifico al miglioramento della qualità di prodotto. **Nel 1996 fu presentato il Montefalco Sagrantino DOCG “25 Anni”**, così denominato in occasione dei primi venticinque anni d'attività dell'Arnaldo Caprai. Il suo successo sul mercato internazionale ha messo in luce la distintività dell'allora poco noto Sagrantino, influenzando significativamente la storia della viticoltura umbra degli ultimi decenni.

Oggi la Arnaldo Caprai, conosciuta nel mondo come leader nella produzione di Sagrantino di Montefalco, gestisce 160 ettari di vigneto, 8

ettari di uliveto e altri 14 ettari tra boschi, prati e inculti.



Linea del tempo

del territorio Sagrantino



Premio all'innovazione amica di Legambiente.

Per la Revue du Vin de France, il Sagrantino è tra 100 vini in grado di concorrere con vini francesi

Nasce il Progetto di Sostenibilità **GREEN REVOLUTION**. Primo protocollo nazionale di sostenibilità del settore vino (certificato ufficialmente nel 2013).

Certificazione UNI EN ISO 14001:2004

Nasce **Spinning Beauty Montefalco Sagrantino DOCG**, il primo Sagrantino messo in commercio dopo 10 anni di affinamento.

2012

2007

2°European Winery of The Year" per la rivista americana Wine Enthusiast.
Certificazione DTS New Green Revolution.

Nasce il Cuvèè Secrète Umbria Bianco IGT, primo vino bianco affinato in legno e imbottigliato con l'innovativa chiusura a Stelvin®.

Presentazione del film The Duel of Wine alla 73esima Mostra del Cinema di Venezia: protagonisti il Sagrantino e l'Azienda Caprai.
Premio "Ecofriendly" di Vini Buoni d'Italia.

2014

"Prima edizione del progetto di sostenibilità sociale **#Caprai4Love**. Inizio collaborazione con il corso post diploma di alta specializzazione **ITS Umbria Smart Academy**.

2013

Aumento del 25% della capacità di produzione con l'entrata in funzione della nuova area di ricezione uve.

2024

Premio Welcome Working for refugee integration riconosciuto da UNHCR Italia per l'attività di inserimento di rifugiati e richiedenti asilo in Azienda.

Entrata in funzione del **vigneto digitale**.

Presentazione del **Puntabella Rosato DOC**.

Arnaldo Caprai 50 Anni (1971-2021). Per celebrare il 50° Anniversario nasce il Montefalco Sagrantino Cinquant'anni, con etichetta speciale opera d'arte realizzata dall'artista Paolo Canevari.

2023

Linea Signature. Un lavoro fondato su innovazione e sostenibilità, è la firma di Arnaldo Caprai e Michel Rolland su un metodo unico di approccio al vino.

Certificazione. Dal protocollo New Green Revolution all'ottenimento delle certificazioni Equalitas e SQNPI.

2021

2020

Viene pubblicata "Sagrantino Trail and Taste" la "Lonely Planet" del Sagrantino. Prima trattice e guida assistita in vigneto.

Miglior Vino del Miglior Produttore Bibend Montefalco Sagrantino 25 Anni 2013.

 Premio "Imprese per l'innovazione" di Confindustria.

Premio per lo Sviluppo Sostenibile "Ecomondo - fiera di Rimini".

Expo2015 Milano, Marco Caprai è testimonial al padiglione Italia.
Certificazione EN ISO 50001:2001.

Inizia il rapporto di consulenza con **Michel Rolland**, enologo francese di fama internazionale.
Nasce la Startup **Leaf Srl** spin-off aziendale per la ricerca e l'innovazione.

2016

FIS "Oscar del Vino". Il Grecante è il miglior vino bianco d'Italia.
Il Grecante viene inserito tra "i migliori 100 vini" del mondo secondo Wine Spectator.
Arnaldo Caprai deposita il brevetto per l'atomizzatore a recupero di prodotto a controllo satellitare.

1.2 La visione della sostenibilità



Vision: Vogliamo essere un punto di riferimento dell'eccellenza del vino italiano nel mondo attraverso la valorizzazione del Sagrantino. **Un'azienda il cui radicamento nel territorio costituisce un punto di forza**, che reagisce al cambiamento attraverso l'innovazione.

Dal principio del nuovo millennio, **la Arnaldo Caprai ha adottato strumenti di gestione focalizzati sulla sostenibilità**, che hanno orientato fortemente l'Azienda in questa direzione, **culminando nell'acquisizione delle certificazioni ISO 9001 e ISO 14001** (conseguite per la prima volta rispettivamente nel 2001 e nel 2005) che attestano l'aderenza a norme rigorose in termini di qualità e gestione ambientale.

Forti della consapevolezza che l'adesione a sistemi di gestione avrebbe permesso il mantenimento di standard qualitativi elevati nei processi aziendali oltre che al perseguitamento di un miglioramento continuo, l'Azienda ha fatto proprie iniziative di ricerca e sviluppo volte a ottimizzare la qualità ed efficienza dei processi produttivi e delle pratiche agricole.

Nel 2008, come capofila di sette cantine del territorio costitutesi nell'Associazione Grandi Cru di Montefalco, ha avviato una collaborazione con l'Università di Milano, il Parco Tecnologico Agroalimentare dell'Umbria e alcuni centri di formazione regionale, con l'obiettivo di definire, attraverso la sperimentazione di pratiche e tecniche innovative, un protocollo territoriale di produzione sostenibile. È nato così nel **2013 New Green Revolution, il primo protocollo territoriale di sostenibilità in Italia** volto a misurare l'impatto ambientale, sociale ed economico delle aziende del settore vitivinicolo.

Il protocollo ha valutato il rispetto dei seguenti valori:

- Conduzione tecnica del vigneto di elevato livello
- Riduzione dell'uso delle risorse
- Conservazione del paesaggio e delle biodiversità
- Tracciabilità dei prodotti
- Rispetto e sicurezza del lavoro
- Benessere dei fruitori e dei visitatori
- Dialogo con i clienti
- Impegno nella comunità locale
- Sostenibilità economica e innovazione
- Registrazione diligente delle attività

A testimoniare il valore del decalogo, l'ente indipendente di certificazione CSQA si è occupato della certificazione del "Sistema di Gestione e Concessione del Marchio New Green Revolution".

Oggi, dopo un'intensa attività di studio e confronto che ha visto l'esperienza aziendale partecipare alla progettazione dello standard di sostenibilità SOPD Equalitas, gran parte dei principi del protocollo New Green Revolution sono stati inclusi in **Equalitas, al quale la Arnaldo Caprai ha aderito nel 2019 e col quale è stata certificata per la prima volta nel 2020**.

Dal 2020 l'Azienda è anche conforme allo standard SQNPI (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata), con cui è tutt'oggi certificata.

ANNO	CERTIFICAZIONE	DESCRIZIONE
2001 - 2008	ISO 9001	Certifica il rispetto dei massimi standard nella gestione della qualità nell'intera filiera produttiva, dal monitoraggio delle materie prime in entrata a quello dei processi di trasformazione, fino al prodotto finito.
2005 - 2016	ISO 14001	Certifica un efficace miglioramento nel tempo delle performance ambientali dell'Azienda nella coltivazione dei vigneti e nella produzione di vino.
2013	NEW GREEN REVOLUTION	Certifica la conformità dell'azienda operante nel settore vitivinicolo ai criteri di adempimento dello standard relativi all'impatto ambientale, sociale ed economico.
2014 - 2016	ISO 50001	Certifica il continuo miglioramento della prestazione energetica, comprendendo in questa l'efficienza energetica, il consumo e l'uso dell'energia.
2015	VIVA	<p>Certifica la rispondenza a quattro indicatori per il prodotto Montefalco Sagrantino DOCG "Collepiano" 2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Aria" esprime l'impatto che la produzione dello specifico prodotto (CFP) e/o l'insieme delle attività aziendali (GHG) hanno sul cambiamento climatico; • "Acqua" indica il consumo di acqua dolce, e tiene conto dell'acqua consumata e inquinata in vigneto ed in cantina per la produzione del vino; • "Vigneto" prende in considerazione le pratiche di gestione agronomica del vigneto ed in particolare valuta l'utilizzo degli agrofarmaci e le relative conseguenze sui corpi idrici e sul suolo. Analizza inoltre gli aspetti legati alla biodiversità, alla gestione del suolo e alla fertilità; • "Territorio" tiene conto del paesaggio disegnato dalla coltivazione della vite.
2020 - oggi	EQUALITAS	Certifica la rispondenza ai requisiti e agli indicatori definiti per ciascun pilastro ambientale, sociale, economico che comprendono, tra gli altri, buone pratiche agricole, buone pratiche economiche verso i lavoratori, verso i fornitori, la trasparenza dei bilanci di sostenibilità. La certificazione assicura la rispondenza della dimensione Organizzazione allo standard.
2020 - oggi	SQNPI	Certifica le produzioni agricole ed agroindustriali ottenute con l'utilizzo di mezzi produttivi e di difesa della produzione volti a ridurre al minimo l'uso delle sostanze chimiche di sintesi ed a razionalizzare la fertilizzazione, nel rispetto dei principi ecologici, economici e tossicologici.

1.3 Materialità e Agenda 2030

1.3.1 Il valore strategico dell'analisi di materialità

L'**analisi di materialità**, avviata nel 2020 con la redazione del primo Bilancio di Sostenibilità, nel 2024 ha assunto per la Arnaldo Caprai un significato ancora più profondo, divenendo non soltanto uno strumento funzionale alla rendicontazione di sostenibilità, ma un vero e proprio **processo di ascolto e di visione strategica**.

La sostenibilità, infatti, non si costruisce isolatamente: nasce dal dialogo, dal confronto e dalla partecipazione, come sottolinea anche l'Obiettivo 17 dell'Agenda 2030 – Partnership for the Goals, che richiama l'importanza della cooperazione tra attori diversi. In questa prospettiva, durante la costruzione del presente documento, **la Arnaldo Caprai ha previsto momenti formalizzati di coinvolgimento diretto dei propri stakeholder**, raccogliendo attraverso **interviste e confronti qualitativi** non solo dati, ma anche interpretazioni, esperienze e prospettive capaci di arricchire il percorso di crescita dell'impresa.

Originariamente sviluppato nell'ambito della rendicontazione finanziaria, il concetto di materialità veniva utilizzato per individuare le informazioni di maggiore rilevanza da comunicare agli investitori. Nel tempo, tale impostazione **si è evoluta in una visione più ampia**, estesa alla sostenibilità: la materialità di impatto, che oggi – accanto a quella di origine finanziaria – costituisce il cardine delle principali normative europee, prima tra tutte la Corporate Sustainability Reporting Directive (Direttiva UE 2022/2464 – CSRD).

Secondo questa prospettiva di doppia materialità, la rilevanza non riguarda più soltanto gli aspetti economico-finanziari, ma anche gli impatti ambientali, sociali e di governance che l'attività aziendale genera o subisce nel breve, medio e lungo periodo. L'analisi di materialità diventa così uno **strumento dinamico di orientamento strategico, capace di trasformare le aspettative degli stakeholder in leve operative e indirizzi di lungo**

periodo, favorendo una gestione proattiva dei rischi e delle opportunità della sostenibilità.

Per la Arnaldo Caprai, tale approccio rappresenta un elemento essenziale di visione e adattamento, utile a garantire che le proprie strategie evolvano in coerenza con i cambiamenti sociali, ambientali e di mercato che interessano il settore vitivinicolo.

1.3.2 Identificazione dei temi

Il processo di analisi è stato condotto secondo un modello articolato in **quattro fasi principali**:

- **identificazione dei temi materiali potenziali**, attraverso una preliminare analisi del contesto di riferimento, delle tendenze settoriali e delle caratteristiche dell'azienda e dei principali peers;
- **mappatura e prioritizzazione degli stakeholder**, con la loro categorizzazione e prioritizzazione;
- **definizione delle priorità interne**, per comprendere i temi più strategici dal punto di vista aziendale;
- **coinvolgimento attivo degli stakeholder** attraverso la somministrazione di una *survey* guidata da un'intervista *face-to-face* ai principali portatori d'interesse, per raccoglierne le percezioni, aspettative e i contributi diretti.

Dal confronto interno tra i membri del management sono emersi 16 temi di sostenibilità, suddivisi nelle tre dimensioni ambientale, sociale ed economica. Ciascun tema è stato descritto in modo puntuale e per ciascuno sono state formulate domande guida, utilizzate nel corso delle interviste e delle *survey*, al fine di raccogliere valutazioni coerenti e comparabili.

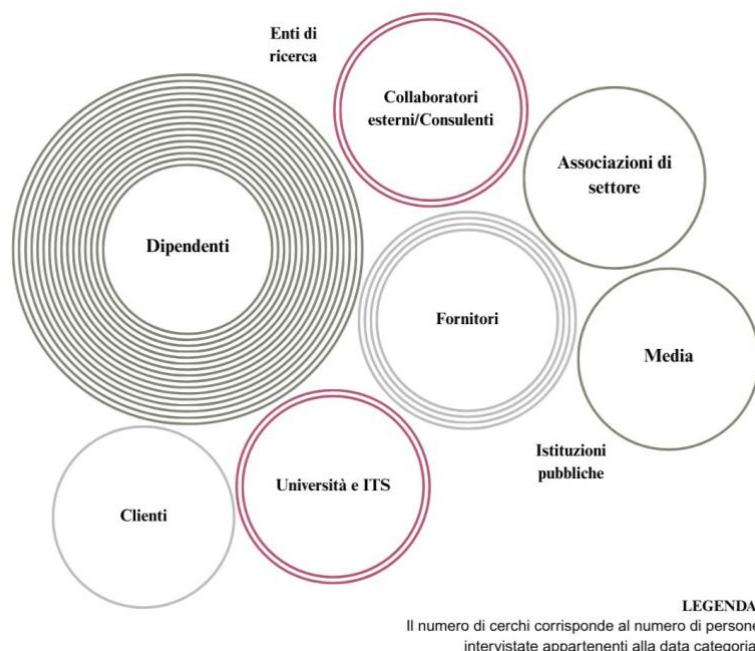
Nr.	Temi per la valutazione della materialità	Descrizione
1	Impronta carbonica	Il settore vitivinicolo, dalla coltivazione della vite alla distribuzione del vino, genera emissioni di gas serra (GHG), tra cui anidride carbonica (CO ₂) e protossido di azoto (N ₂ O). Tali inquinanti atmosferici possono influire sulla qualità dell'aria, sugli ecosistemi e sulla salute. Tuttavia, tramite una gestione agronomica accurata è possibile ridurre le emissioni totali prodotte.
2	Biodiversità	La biodiversità (intesa come varietà di specie, ecosistemi e patrimoni genetici), pur essendo essenziale per la salute ambientale, può essere compromessa dalle attività agricole comprese quelle del settore vitivinicolo. D'altra parte, attraverso buone pratiche di viticoltura e la conservazione delle aree naturali, è possibile mitigare l'impatto e favorire la conservazione della biodiversità.
3	Salute del suolo	Un suolo sano è fondamentale per la produttività vitivinicola e l'equilibrio dell'ecosistema, influenzando la fertilità, la qualità dell'aria e la capacità di trattenere l'acqua, rendendola disponibile alla vegetazione. Preservare la vitalità del suolo attraverso una gestione agronomica attenta può avere effetti oltre che sull'ecosistema intero anche sulla produzione vinicola della singola azienda.
4	Uso di pesticidi	I pesticidi possono compromettere la produttività del terreno e la qualità delle uve. Attraverso l'utilizzo di macchinari innovativi, tecnologie 4.0 e chimica di ultima generazione, è possibile minimizzare la quantità di pesticida utilizzato e limitarne l'impatto sull'ambiente, garantendo al contempo un elevato standard qualitativo del prodotto.
5	Riciclo e gestione dei rifiuti	Una gestione inadeguata dei rifiuti può avere effetti negativi sull'ambiente e sulla salute umana, con impatti che vanno oltre il luogo di generazione e smaltimento. L'attività vitivinicola può produrre diverse tipologie di rifiuti: sottoprodotti, rifiuti chimici, o materiali di imballaggio.
6	Risorsa idrica	L'acqua è una risorsa nonché fattore produttivo per la viticoltura, impiegata in molteplici fasi del processo produttivo, dalla sanificazione della cantina al lavaggio delle attrezzature, comprese barrique, vasche d'acciaio e bottiglie.
7	Valorizzazione del territorio	L'attività vitivinicola contribuisce alla valorizzazione del territorio, non solo preservandone il paesaggio attraverso la gestione agricola, ma anche accrescendone l'attrattività. Il prodotto diventa un veicolo di promozione della sua terra d'origine, rendendo noto il territorio e stimolando l'interesse turistico verso una zona di vocazione rurale, spesso meno conosciuta. Questo processo favorisce quindi la conservazione delle risorse locali, generando un benessere diffuso per la comunità.
8	Integrazione e pari opportunità	In tutti i settori la gestione del personale ha ricadute sia sociali che economiche. Nel settore vitivinicolo, in cui le professionalità richieste sono varie, l'adozione di politiche e pratiche tese a promuovere pari opportunità di impiego e carriera può incidere sia sulla attrazione di nuovo personale che sul mantenimento di una forza lavoro formata e motivata.

Nr.	Temi per la valutazione della materialità	Descrizione
9	Formazione e sviluppo del capitale umano	Lo sviluppo delle competenze costituisce un elemento fondamentale per la crescita aziendale e il mantenimento della competitività sul mercato. Per questo, investire nella formazione del personale, sia stabile che stagionale, e supportare giovani talenti interessati alla realtà vitivinicola, attraverso per esempio il rapporto con le Università o gli ITS, se da un lato contribuisce a valorizzarne lo sviluppo professionale dall'altro restituisce all'impresa nuove competenze.
10	Benessere dei lavoratori	Il benessere sul posto di lavoro, per esempio attraverso strumenti e soluzioni di conciliazione tra vita professionale e privata, è fondamentale per un clima aziendale equilibrato e per la motivazione e produttività dei dipendenti.
11	Salute e sicurezza del lavoro	L'attività vitivinicola è esposta a diversi rischi, in particolare nelle fasi di potatura e vendemmia, come anche nelle attività in cantina, dove l'uso di macchinari e prodotti specifici può esporre gli operatori a potenziali infortuni.
12	Sostenibilità della filiera	Nel settore vitivinicolo come in altri la sostenibilità della filiera si realizza sia attraverso la tracciabilità dei processi produttivi, sia attraverso l'adozione di soluzioni a minor impatto ambientale. Selezionare fornitori che rispettano gli standard qualitativi, ambientali e di sicurezza e al contempo garantiscono l'innovazione nei materiali, come l'impiego di bottiglie in vetro di grammatura inferiore, comporta un utilizzo più efficiente delle risorse, la riduzione delle emissioni legate al trasporto e un conseguente risparmio economico.
13	Comunicazione e presenza sui media	In tutti i settori la conoscenza del brand e dei suoi prodotti così come la sua reputazione ha impatto sui ricavi.
14	Resilienza economico-finanziaria	Il contesto geopolitico e le politiche commerciali internazionali possono influenzare significativamente la stabilità economico-finanziaria delle aziende vitivinicole. L'introduzione di dazi e restrizioni all'export può determinare un rallentamento, se non un arresto, delle vendite nei mercati esteri, con ripercussioni dirette sul fatturato. L'adozione di strategie alternative e di adattamento ai nuovi scenari può contribuire alla resilienza dell'attività.
15	Risparmio energetico	Nel settore vitivinicolo il consumo di energia elettrica è dovuto in particolar modo all'espletamento delle attività di cantina. Tuttavia, l'adozione di soluzioni volte al miglioramento dell'efficienza energetica, come l'installazione di pannelli solari, l'ottimizzazione dell'isolamento termico e l'adozione di sistemi di refrigerazione avanzati, concorre alla riduzione del consumo di energia e delle relative emissioni.
16	Etica, integrità e trasparenza	La promozione di un modello di gestione fondato su etica, integrità e trasparenza, assicura il rispetto delle normative, la correttezza nelle operazioni aziendali e la tracciabilità delle informazioni, favorendo la fiducia degli stakeholder verso la realtà aziendale.

1.3.3 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

La mappatura degli stakeholder rappresenta un passaggio essenziale dell'analisi di materialità, finalizzato a identificare i soggetti più rilevanti da coinvolgere nel processo sulla base di criteri quali il grado di dipendenza reciproca, l'influenza esercitata, la responsabilità condivisa e la diversità di prospettive.

I portatori d'interesse dell'Azienda sono stati suddivisi in categorie ampie e rappresentative: fornitori, dipendenti, collaboratori esterni, consulenti, associazioni di settore, clienti, giornalisti e media, enti di ricerca, università e ITS, istituzioni pubbliche e comunità locali. Tra questi, sono stati individuati i portatori di interesse più strategici, ovvero coloro che, per la loro capacità di influenzare le decisioni aziendali o di esserne influenzati, contribuiscono in modo significativo all'evoluzione della strategia aziendale.



Una volta definite le categorie prioritarie, si è proceduto alla somministrazione di una survey strutturata, integrata da interviste qualitative *face-to-face* con interlocutori chiave.

Il processo si è configurato come un vero e proprio momento di co-creazione: un dialogo aperto, finalizzato a comprendere a fondo i bisogni, le attese e le idee dei diversi interlocutori rispetto alle sfide del settore.

1.3.4 I risultati emersi

L'attività condotta ha coinvolto **27 persone**, tra dipendenti e stakeholder esterni appartenenti al mondo accademico, istituzionale e professionale, includendo associazioni di categoria, consulenti tecnici e professionisti dell'ambito commerciale, con una **visione ampia sul panorama sia nazionale che internazionale del settore vitivinicolo**. Le interviste così realizzate hanno restituito una **fotografia vivida del comparto, oggi chiamato a gestire una fase di profonda transizione**.

Dalle risposte raccolte è emerso un consenso unanime: **la sostenibilità rappresenta ormai la condizione necessaria per la competitività e la continuità del settore**, tuttavia, gli intervistati concordano anche nel riconoscere le difficoltà pratiche nel conciliare in modo equilibrato le tre dimensioni della sostenibilità – ambientale, sociale ed economica – spesso ancora affrontate in modo disgiunto.

“Il futuro del settore vitivinicolo passa inevitabilmente per la sostenibilità: è una direzione da cui non si può più tornare indietro.”

F. Negri
CommFabriK

Nel settore, infatti, la valutazione della sostenibilità tende ad essere sbilanciata verso le questioni ambientali. **L'agricoltura è al tempo stesso causa e vittima del cambiamento climatico**, e le aziende vitiviniche si trovano a dover gestire un contesto sempre più sfidante: scarsità di risorse

naturali, aumento delle temperature, carenze idriche, intensificarsi di eventi estremi e diffusione di nuovi patogeni. Fenomeni questi che incidono direttamente sulla qualità e sulla pianificazione produttiva: le vendemmie vengono anticipate, si alterano gli equilibri tra zuccheri e acidità, si riduce l'efficacia dei trattamenti tradizionali, e d'altra parte cresce la resistenza ai pesticidi.

Secondo i rispondenti, a complicare ulteriormente il quadro, vi è la natura del prodotto stesso: il vino, a differenza di altri beni agricoli, non costituisce un bene di prima necessità, bensì edonistico. Ciò rende più complesso

“È importante trasmettere il valore della campagna, del lavoro e della fatica che stanno dietro a una bottiglia, rendendo i visitatori partecipi attraverso eventi e iniziative che aprano davvero le porte delle aziende.”

G. Morelli
SAIDA

giustificare l'impatto ambientale e richiede un maggiore **sforzo comunicativo per trasmettere il valore culturale, identitario e territoriale che esso racchiude.**

Accanto alle sfide ambientali, gli stakeholder hanno evidenziato anche criticità di natura economica e sociale. Il settore, infatti, sta attraversando una contrazione dei consumi, dovuta da un lato alla riduzione del potere di acquisto e dall'altro a un mutamento nei gusti e negli

stili di vita. I consumatori odierni, più attenti alla salute e alla moderazione, tendono a privilegiare bevande leggere, a minore gradazione alcolica o completamente *alcohol-free*. Parallelamente, il vino ha negli anni assunto i tratti di un prodotto “di nicchia”, legato a competenze specialistiche e a contesti di consumo elitari.

Da qui nasce una prima polarizzazione: da un lato, vini di alta gamma destinati a un pubblico esperto e ristretto; dall'altro, prodotti di largo consumo che competono quasi esclusivamente sul prezzo. Nel mezzo, la fascia intermedia di prezzo tende progressivamente ad assottigliarsi, generando una distanza crescente tra le diverse tipologie di consumatori e abitudini di consumo. **Nel tentativo di rafforzarne il prestigio, il settore ha finito per allontanare una parte di potenziali consumatori:** da un lato i più giovani, che faticano a riconoscersi in linguaggi e ritualità percepiti come distanti, dall'altro le

generazioni più mature, che non trovano un'offerta adatta alle proprie esigenze. **La conseguenza è un indebolimento della dimensione culturale e sociale del vino:** da bevanda popolare e identitaria, essa rischia di trasformarsi in un prodotto selettivo e settoriale.

A questa polarizzazione del consumo si affianca una polarizzazione produttiva. Il tessuto vitivinicolo italiano, fortemente frammentato e composto in larga parte da piccole e medie imprese, fatica ad affrontare le trasformazioni richieste dal nuovo contesto. Molti produttori dispongono di risorse limitate e non riescono a sostenere i necessari investimenti, mentre l'aumento generalizzato dei costi di produzione, le incertezze geopolitiche e i dazi commerciali aggravano ulteriormente la pressione competitiva. Emerge dunque **il rischio di una concentrazione del mercato nelle mani di pochi attori e la perdita di un patrimonio diffuso di conoscenze, tradizioni e identità locali** che da sempre costituiscono la forza del vino italiano.

Come hanno sottolineato alcuni stakeholder intervistati, **il futuro del vino italiano dipenderà dalla capacità di “rendere sostenibile la sostenibilità”:** non solo per le grandi aziende strutturate, ma anche per i piccoli produttori, che necessitano di strumenti condivisi, reti di collaborazione e modelli di gestione consortile. Allo stesso tempo, **la sostenibilità deve essere comunicata** in modo chiaro e trasparente, superando la confusione e la visione riduttiva che la lega solo all'ambiente. La sostenibilità è – e dovrà essere sempre di più – anche una questione sociale ed economica.

Nonostante le difficoltà, **il settore vitivinicolo risulta chiamato a un esercizio di adattamento.**

Sono diverse le opportunità a disposizione: la diversificazione dei mercati e dei prodotti, l'apertura a nuove modalità di consumo e investimenti sull'esperienzialità per rafforzare il legame tra consumatore, vino e territorio.

“La domanda è se saremo davvero in grado di sostenere economicamente la sostenibilità, perché, sebbene nel lungo periodo porti benefici e risparmi alla collettività, nel breve è costosa e difficile da comunicare.”

G. Cola
Università degli Studi di Milano

“Il vino, per la sua capacità di valorizzare i luoghi e le comunità che lo producono, può rappresentare un motore di sviluppo per le aree interne o svantaggiate, che hanno bisogno di driver. Il vino sicuramente è uno di questi: può aiutare a risollevare i territori in difficoltà.”

C. Sgarella
Confagricoltura

territorio trova conferma anche nei risultati della *survey* quantitativa, dalla quale è emersa la matrice di materialità, elemento conclusivo dell'analisi. Essa rappresenta graficamente il grado di priorità attribuito ai temi, mettendo a confronto la percezione dell'impatto espressa dal management con quella dei diversi stakeholder coinvolti.

L'analisi dei punteggi ha permesso di individuare i temi materiali, ossia quelli che esercitano il maggiore impatto – positivo o negativo, attuale o potenziale – sulle dimensioni ambientale, sociale ed economica, e per questo prioritari.

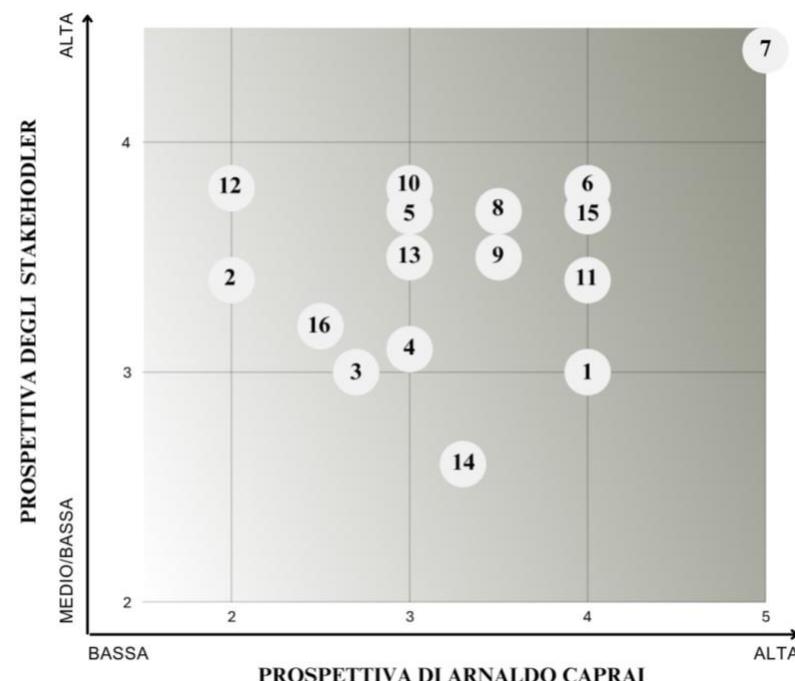
Nella percezione di stakeholder sia interni che esterni **la prevalenza dei temi sociali tra quelli di maggiore impatto** riflette una visione della sostenibilità che mette le persone e le comunità al centro, non solo come beneficiari, ma come veri protagonisti del cambiamento.

Questi temi, assieme a quelli di natura ambientale e di governance, costituiscono il fulcro delle strategie della Arnaldo Caprai e orientano la rendicontazione futura dell'Azienda, garantendo che le decisioni strategiche siano pienamente coerenti con le aspettative dei propri stakeholder e con la visione di un futuro vitivinicolo autenticamente sostenibile.

La sfida appare dunque culturale, prima ancora che economica: **riportare il vino al centro della società contemporanea, valorizzandone la dimensione umana e territoriale.**

E in questo percorso resta centrale il capitale umano: **la competenza, la passione e la capacità di adattamento di chi vive quotidianamente la vigna sono il motore del rinnovamento del settore.**

Il riconoscimento del valore umano e del vino come prodotto per la valorizzazione del



1.3.5 Il contributo all'Agenda 2030

Il programma dell'Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile definisce 17 Obiettivi (SDGs) e 169 target che Paesi e Organizzazioni sono chiamati a raggiungere congiuntamente entro il 2030. Gli Obiettivi definiti dall'Agenda 2030 sono strettamente correlati l'uno all'altro e devono per questo essere perseguiti sulla base di un approccio sistematico che tenga in considerazione le reciproche interrelazioni: ciascuna azienda, tramite la propria attività e pianificazione strategica, è chiamata a fornire il suo contributo al raggiungimento degli SDGs.

L'analisi congiunta dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, dei loro sotto target e dei temi materiali rilevati dal confronto tra management e stakeholder, ha fatto emergere una connessione tra le nostre specificità e alcuni di questi Obiettivi. Con la nostra attività, contribuiamo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile numero 2, 4, 8, 9, 12, 15.



2 Connessioni



2.1 Identità in bottiglia

A cinquant'anni dalla sua fondazione, la Arnaldo Caprai è **leader nella produzione di Montefalco Sagrantino DOCG**. La profonda conoscenza della viticoltura e l'amore per il territorio guidano la produzione, che si distingue per vini di costante finezza, qualità e classe.

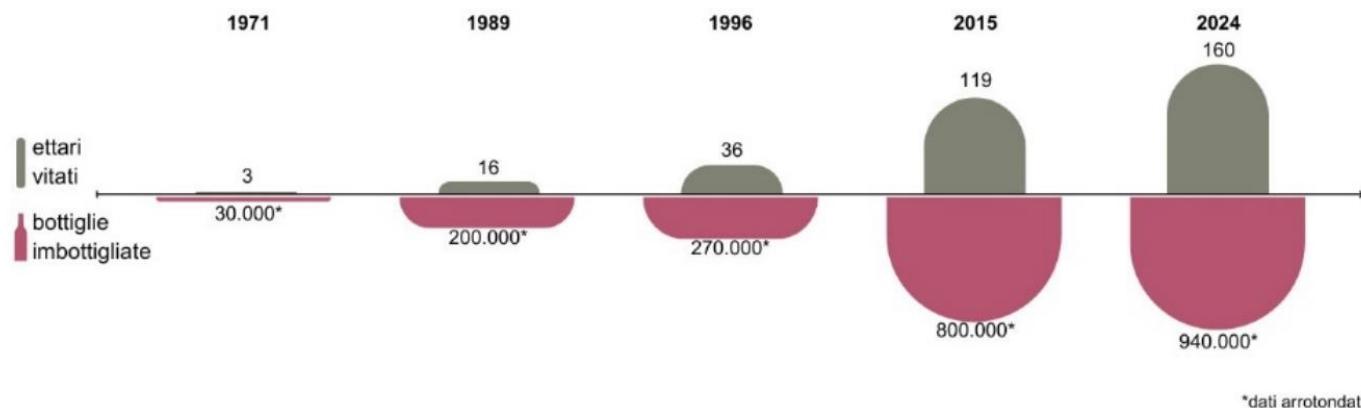
La coltivazione del Sagrantino è da sempre stata affiancata a quella di altre varietà tipiche della zona, in particolare il Sangiovese e il Grechetto, fondamentali rispettivamente per le DOC Montefalco Rosso e Colli Martani Grechetto.

Sin dal 1996, quando il Sagrantino "25 Anni" fu il primo vino 100% Sagrantino a ricevere i Tre Bicchieri dalla Guida Vini d'Italia del Gambero Rosso - Slow Food, l'Azienda ha collezionato una serie di riconoscimenti confermando sì il potenziale del territorio umbro, ma anche dimostrando la sua capacità di esprimere al meglio le caratteristiche uniche di questa regione.

I primi impianti di varietà internazionali furono realizzati alla fine degli anni '80, quando, grazie anche alla determinazione di rinomati professionisti come Attilio Pagli e Leonardo Valenti, si iniziò a sperimentare modelli enologici di eccellenza, capaci di competere con i grandi vini mondiali prodotti da uve Merlot, Pinot Nero, Sauvignon e Chardonnay.

L'obiettivo di mantenere un'elevata qualità costante nella produzione, unito al desiderio di competere sui mercati internazionali, ha portato alla collaborazione con l'enologo di fama internazionale **Michel Rolland**, iniziata nel 2015. Da allora, l'aspirazione del team interno a raggiungere livelli di produzione sempre più elevati è stata supportata dall'esperienza dell'enologo francese, che ha introdotto il metodo della "*vinification intégrale*" nel processo di vinificazione del Sagrantino.

In linea con la tradizione umbra, i nove ettari di ulivi di proprietà consentono di dar vita a una **piccola e prestigiosa produzione di olio extra vergine DOP** da olive Moraiolo, Frantoio e Leccino, tipiche dell'area.



2.2 Puntabella, il rosato del Lago Trasimeno

Nel solco dell'esperienza maturata, la Arnaldo Caprai continua a interpretare il proprio ruolo di motore dell'evoluzione vitivinicola regionale, attraverso nuove produzioni capaci di coniugare radicamento territoriale con visione culturale.

Nel 2024 questa traiettoria si è arricchita di un nuovo capitolo con il lancio del **Colli del Trasimeno DOC "Puntabella"**, un vino che consolida l'impegno dell'azienda nel raccontare l'Umbria attraverso le sue molteplici identità. Prodotto da vigne che si affacciano sul **Lago Trasimeno**, uno dei luoghi più suggestivi e ricchi di biodiversità della regione, il Puntabella è un **rosato raffinato, ottenuto da un blend di Sangiovese e Grenache**.

L'interpretazione enologica rispecchia lo stile della Arnaldo Caprai: equilibrio tra eleganza e autenticità, innovazione tecnica e rispetto per la natura.

La scelta del Trasimeno rappresenta un segnale forte della volontà dell'azienda di **estendere la propria visione oltre Montefalco, abbracciando altre aree di eccellenza umbra**: è un modo per contribuire alla loro crescita reputazionale e produttiva, per valorizzare la regione nel suo insieme, confermandone ancora una volta la vocazione alla qualità e la capacità di innovare senza tradire le radici.

È nato così il desiderio di trasmettere anche nell'etichetta le emozioni del paesaggio del Lago Trasimeno, luogo in cui le vigne respirano la luce e la quiete dell'acqua, immerse in un **ambiente naturale di straordinaria armonia**. Qui, al confine tra colline e paesaggio lacustre, le uve maturano in un microclima gentile, accarezzate da brezze leggere e da una luce cangiante,

restituendo riflessi e sfumature che raccontano l'essenza stessa di questo vino: delicato, luminoso, equilibrato.

A partire da questa ispirazione, l'artista Giulia Bernardelli – in arte **Bernulia**, con cui l'Azienda aveva collaborato già in occasione dei 30 anni della Montefalco Sagrantino DOCG – **ha dato forma visiva alle sensazioni suscite dal paesaggio**, partendo dalla realizzazione di alcune tavole verticali nel suo studio. Lì ha sperimentato colori, forme e composizioni generate dall'osservazione dei riflessi degli elementi naturali – alberi, nuvole, cielo – sullo specchio d'acqua del Lago nelle diverse ore del giorno e nelle diverse stagioni.

Il successivo studio di compatibilità tra le opere ha permesso di costruire un insieme armonico capace di restituire al consumatore la ricchezza cromatica e sensoriale del lago e, insieme, la leggerezza e l'eleganza che contraddistinguono la produzione. Il colore rosato del vino, visto attraverso il vetro, completa l'opera, diventando esso stesso parte dell'immagine.

In questo dialogo tra arte, natura e cultura del vino, il Puntabella prosegue la visione della Arnaldo Caprai: raccontare l'Umbria attraverso esperienze capaci di connettere il gusto alla bellezza, la natura all'arte, la tradizione all'innovazione. **È un vino che incarna la volontà di guardare lontano**, con uno sguardo alle tendenze e ai mercati, ma sempre fedele allo stile tecnico e stilistico che interpreta l'anima enologica umbra.



Arnaldo Caprai

L'OFFERTA PRODUTTIVA
 Vino rosso Vino bianco Spumante
 Grappa Olio

50 anni



24 MESI
barrique di
rovere francese

8 MESI*
bottiglia

25 Anni



24 MESI
barrique di
rovere francese

8 MESI*
bottiglia

Collepiano



22 MESI
barrique di
rovere francese

6 MESI*
bottiglia

Spinning Beauty



8 ANNI
barrique di
rovere francese

8 MESI*
bottiglia

Valdimaggio



24 MESI
barrique di
rovere francese

8 MESI*
bottiglia

Sagrantino passito



15 MESI
barrique di
rovere francese

12 MESI*
bottiglia

Montefalco Riserva



20 MESI
barrique di
rovere francese

6 MESI*
bottiglia

Montefalco Rosso



12 MESI
barrique di
rovere francese

4 MESI*
bottiglia

Poggio Belvedere
Rosso



4 MESI
vasca acciaio
inox

4 MESI*
bottiglia

Vigna Flamininia
Maremma



14 MESI
barrique di
rovere francese

8 MESI*
bottiglia

Anima Umbra



8 MESI
barrique di
rovere francese

3 MESI*
bottiglia

Cuvée Secrète



6 MESI
barrique di
rovere francese

4 MESI*
bottiglia

Chardonnay



3 MESI*
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Sauvignon



3 MESI
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Poggio Belvedere Bianco



3 MESI
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Puntabellla



3 MESI
vasca acciaio
inox

40%
Grenache

Grecante



3 MESI
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Montefalco Grechetto



3 MESI
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Metodo Classico



20 MESI
affinamento sui
lieviti

Metodo Classico Plus Noir



20 MESI
affinamento sui
lieviti

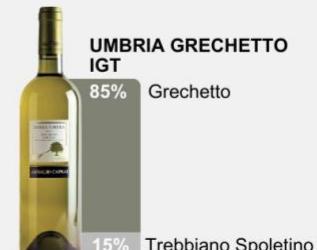
Montefalco Bianco



3 MESI
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Anima Umbra



3 MESI
vasca acciaio
inox

3 MESI*
bottiglia

Grappa



DISTILLAZIONE
casa Bonollo

Olio Evo



SPREMITURA A FREDDO
ENTRO 24 ORE
dalla raccolta

Grecante

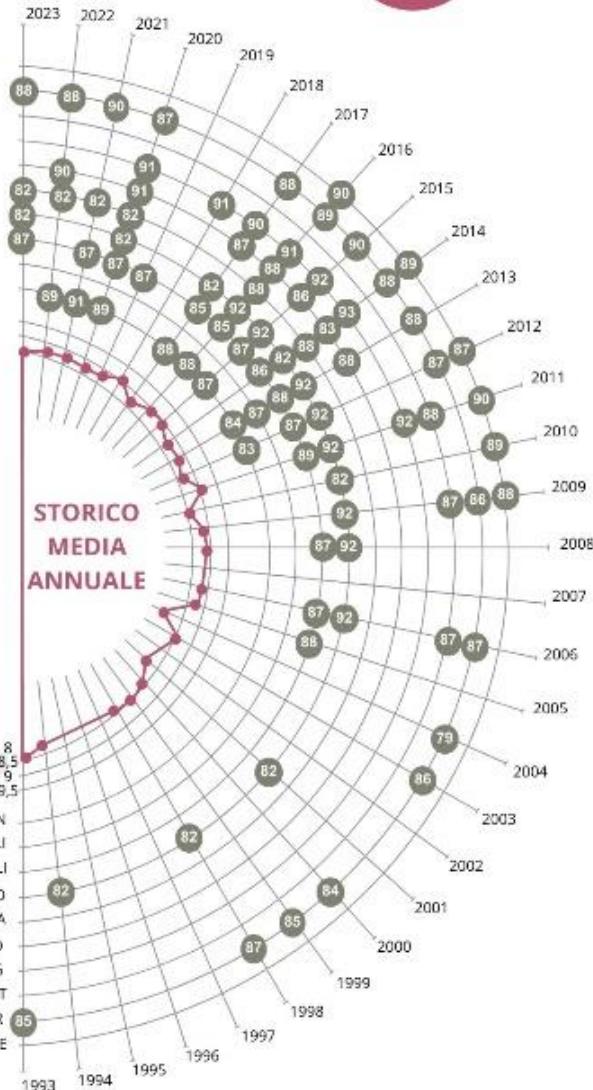
98.489
BOTTIGLIE
PRODOTTE
2023



MEDIA
PUNTEGGI
84,5

ANNATA
MIGLIORE
2011

90,2



I PUNTEGGI RIPORTATI SONO SU BASE 100. NEL CASO DI GUIDE CON SISTEMI DIFFERENTI SI È PROCEDUTO A NORMALIZZARE SU SCALA A 100 I PUNTEGGI ASSEGNAZI.

L'ASSENZA DI PUNTEGGI IN ALCUNI ANNI PUÒ DIPENDERE DALL'ASSENZA DI PRODUZIONE DEL VINO O DAL MANCATO INVIO DEL VINO ALLA GUIDA DI RIFERIMENTO.

Montefalco Rosso

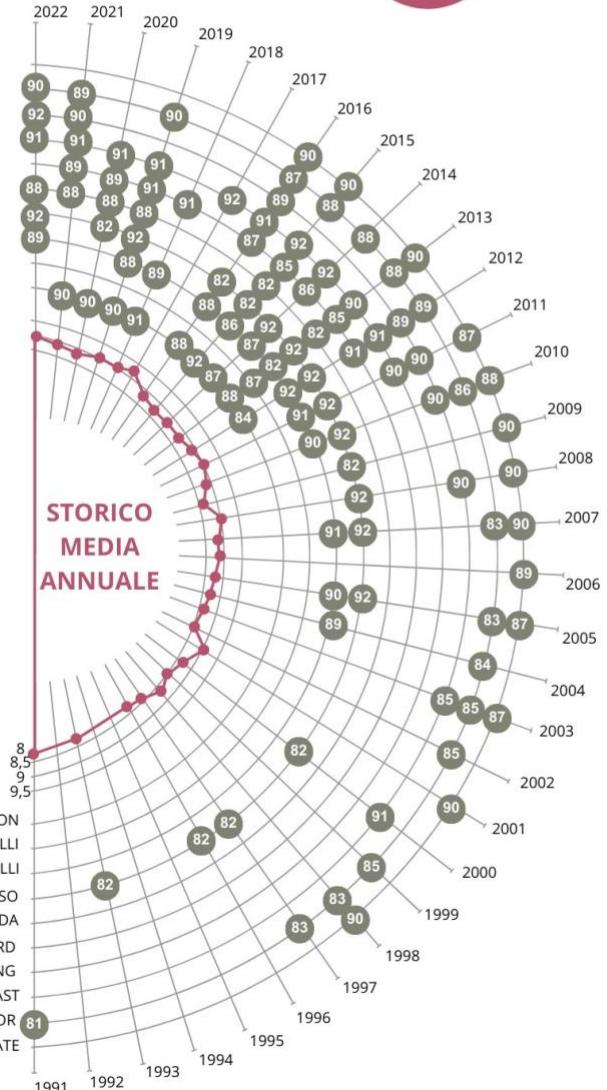
330.000
BOTTIGLIE
PRODOTTE
2022



MEDIA
PUNTEGGI
90,3

ANNATA
MIGLIORE
2022

90,3



I PUNTEGGI RIPORTATI SONO SU BASE 100. NEL CASO DI GUIDE CON SISTEMI DIFFERENTI SI È PROCEDUTO A NORMALIZZARE SU SCALA A 100 I PUNTEGGI ASSEGNAZI.

L'ASSENZA DI PUNTEGGI IN ALCUNI ANNI PUÒ DIPENDERE DALL'ASSENZA DI PRODUZIONE DEL VINO O DAL MANCATO INVIO DEL VINO ALLA GUIDA DI RIFERIMENTO.

Montefalco Sagrantino

25 Anni

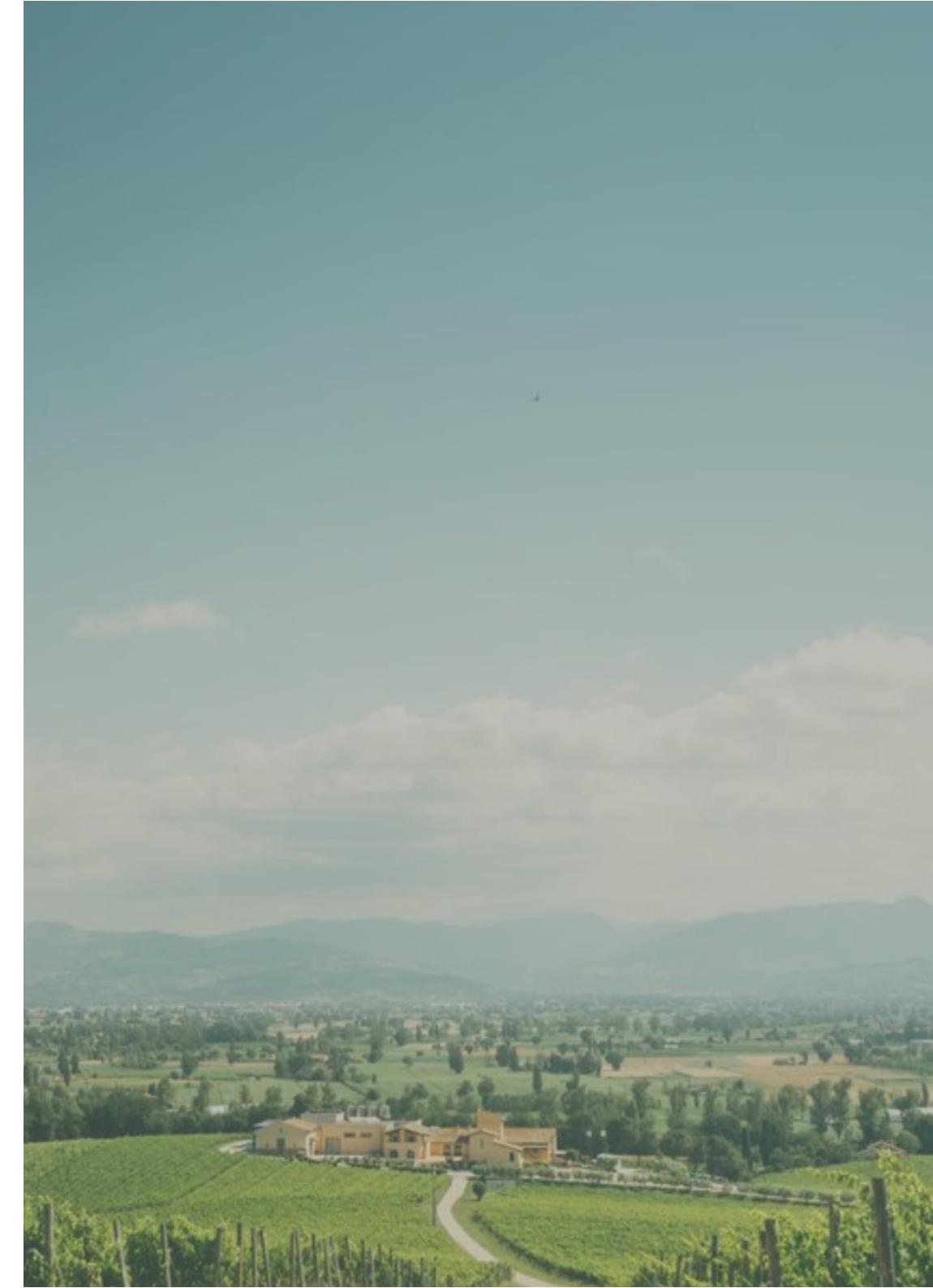
17.439
BOTTIGLIE
PRODOTTE
2020



MEDIA
PUNTEGGI
95,4

ANNATA
MIGLIORE
2000

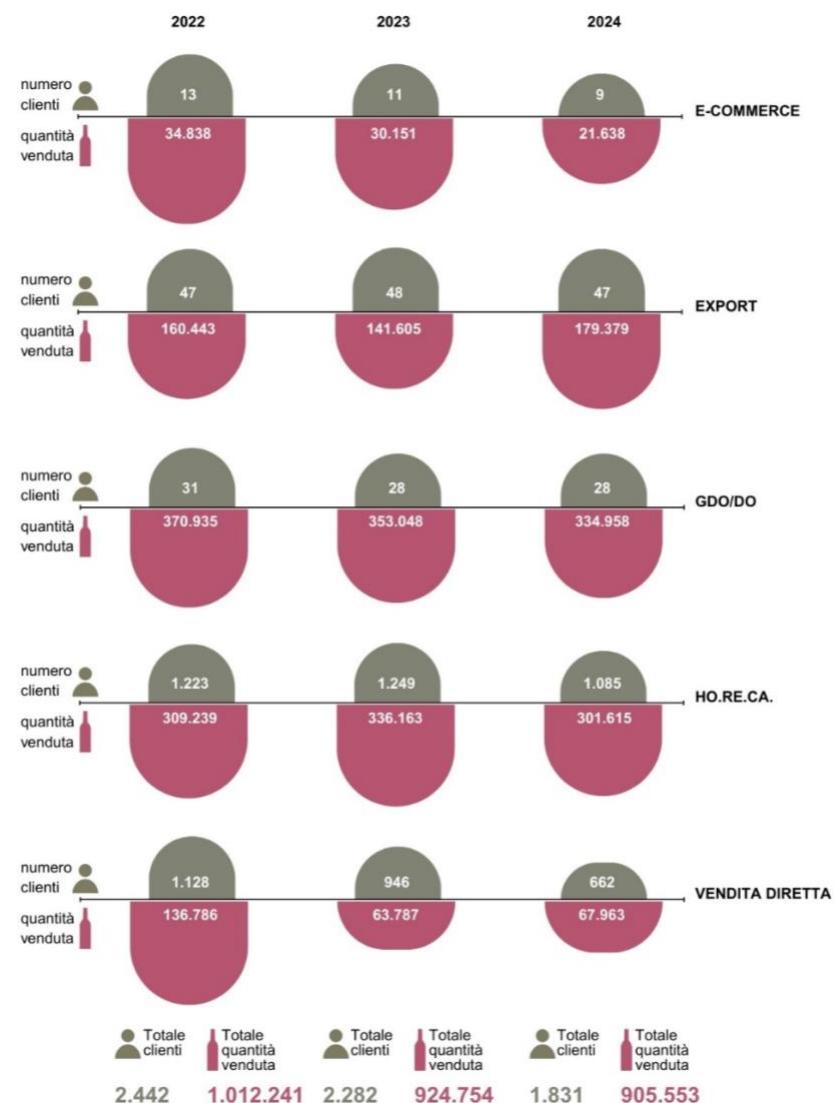
96,7



2.3 Reti e mercati

Le **ventiquattro referenze** offerte da Arnaldo Caprai dimostrano la capacità dell'Azienda di penetrare il mercato del vino, rispondendo efficacemente ai livelli qualitativi e ai range di prezzo richiesti dai consumatori.

Nel 2024 la rete commerciale dell'Azienda ha saputo garantire una buona tenuta delle vendite. **La Grande Distribuzione Organizzata ha confermato il proprio ruolo centrale**, mantenendo stabile la base clienti, pur registrando una contrazione dei volumi del 5%, in linea con il trend nazionale di rallentamento dell'*off-trade*. **Dopo la crescita registrata nel 2023, il canale HO.RE.CA. ha invece evidenziato un ridimensionamento**, con una riduzione del 13% nel numero dei clienti e del 10% nelle bottiglie vendute, riflettendo il clima di prudenza nei consumi fuori casa, amplificato da una congiuntura normativa ed economica meno favorevole. Anche **la vendita diretta ha mostrato un calo della clientela, ma ha saputo compensare con un incremento dei volumi del 6,5% rispetto all'anno precedente**, confermando la capacità dell'Azienda di generare fidelizzazione e acquisti di maggior valore attraverso esperienze, narrazione e relazione diretta con il consumatore.



A livello internazionale, i vini di Arnaldo Caprai hanno raggiunto 24 Paesi, distribuiti tra Europa, Nord America, Asia, Oceania e Sud America. Pur con un numero di clienti stabile, il canale export ha registrato un aumento significativo delle vendite, con una crescita del 26,7% delle bottiglie vendute, passando da 141.605 a 179.379. Tale risultato conferma la solidità delle partnership commerciali costruite negli anni e la capacità dell'Azienda di valorizzare le proprie scelte produttive in mercati culturalmente e geograficamente eterogeni.

L'analisi dei dati di vendita degli ultimi tre anni, inoltre, rivela che le strategie di vendita adottate stanno incrementando il fatturato nelle categorie di prodotto di maggior valore. Questo successo non è casuale, ma il risultato di decisioni ponderate prese dal management nel corso degli anni, frutto della competenza di un team motivato e coeso. Un processo di crescita che trova ragione nella capillarità della rete commerciale e nel rapporto diretto con i clienti.



2.4 La forza del racconto

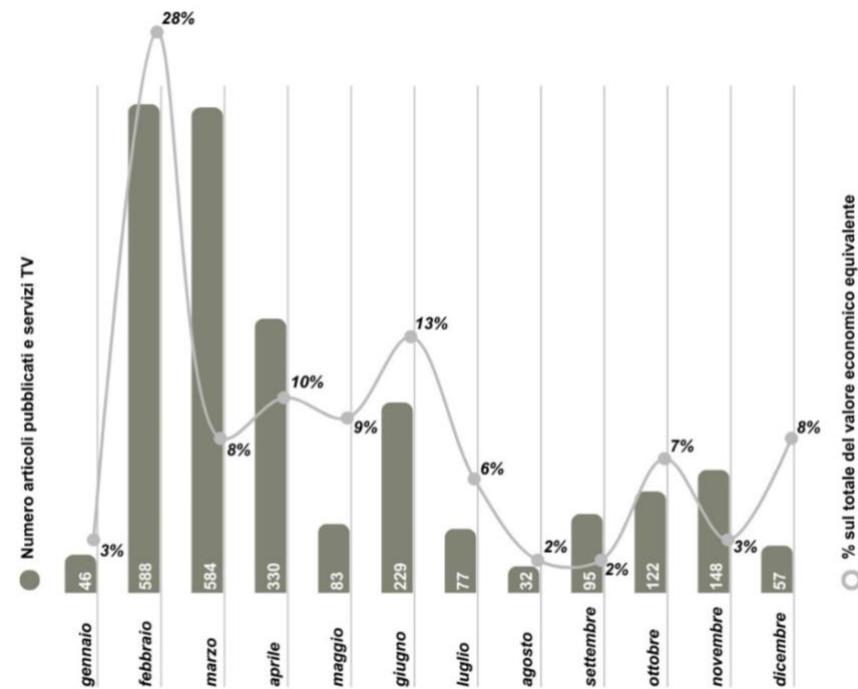
Nel 1971, i primi ettari di vigneto acquistati da Arnaldo Caprai affiancavano una sola decina di altre realtà vitivinicole del territorio. **Oggi, il numero di aziende è decuplicato, grazie al crescente interesse del mercato per i prodotti di quest'areale.** Interesse che è stato stimolato anche dalla capacità dell'Azienda di mettere in luce il territorio, attraverso i risultati sul Sagrantino frutto della collaborazione con la Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Milano. **Il riconoscimento poi della DOCG Montefalco Sagrantino nel 1992, ha definitivamente inserito la denominazione umbra tra i grandi vini rossi italiani protagonisti sui mercati internazionali.**

Il riconoscimento di questo vitigno e di questo territorio in tutto il mondo, combinata alla qualità dei vini dell'Azienda, ha permesso **l'inserimento delle sue bottiglie in prestigiose degustazioni.** Tra queste, in particolare, due hanno segnato la storia del "25 Anni", entrambe tenutesi durante il Vinitaly. La prima, svoltasi nel 2006 durante la quarantesima edizione della manifestazione, è stata la degustazione condotta da Serena Sutcliffe, Master of Wine e Capo del Dipartimento Vini di Sotheby's, in occasione della quale **l'annata 2000 è stata presentata insieme ad altri dodici vini simboli dell'enologia mondiale.** La seconda, svoltasi nel 2007, nella quale critici italiani ed internazionali tra cui Hugh Johnson hanno premiato **l'annata 1997, tra le più straordinarie del XX secolo, tra i dodici vini mito italiani del '900.**

In questo senso, assume estrema importanza **la capacità della direzione aziendale di occuparsi della pubblicità dei prodotti e del territorio, della visione strategica e sistematica**, contemporaneamente al miglioramento qualitativo dell'offerta produttiva attraverso nuove tecniche agronomiche ed enologiche.

La Arnaldo Caprai ha dimostrato anche nel 2024 di essere efficace dal punto di vista della capacità comunicativa, ricevendo **una notevole copertura mediatica con 2391 articoli e servizi televisivi** in testate e canali di rilievo nazionale e internazionale. Tra i principali media ad aver dato risalto

all'Azienda figurano quotidiani come Corriere della Sera, Il Sole 24Ore e La Repubblica, oltre a emittenti televisive come Rai 3, Rai News 24 e Mediaset Studio Aperto.



La vasta risonanza testimonia **la capacità dell'Azienda di presidiare i principali canali di comunicazione attraverso tematiche di interesse collettivo, ispirando al contempo un dialogo costruttivo sulla sostenibilità nel settore vitivinicolo.** Gli articoli e le menzioni hanno trattato vari aspetti della gestione e visione aziendale.

A supporto delle pubblicazioni sulla stampa, l'Azienda ha rivolto particolare attenzione anche alla sua presenza digitale con il **restyling del sito web**, e un piano editoriale per i social media che tiene costantemente informati gli stakeholder sulle pratiche di gestione del vigneto, i nuovi prodotti, i riconoscimenti, i percorsi di degustazione e gli eventi in cantina.

Mattarella premia l'uomo del Sagrantino": un riconoscimento all'integrazione

laRepubblica.it
24 febbraio 2024

"Con il Sagrantino è stato straordinario": a Marco Caprai il "Premio alla Carriera" by "Falstaff"

WineNews
28 novembre 2024



2.5 L'accoglienza in cantina

L'armonia tra paesaggio, cultura e saper fare vitivinicolo è il fondamento di un'esperienza che unisce l'eccellenza del prodotto alla bellezza dei luoghi in cui esso nasce. Dalla metà degli anni '90, questo legame ha reso Montefalco e le sue colline un punto di riferimento per il turismo enologico, capace di attrarre visitatori italiani e stranieri desiderosi di scoprire un territorio che, seppur meno noto rispetto, attraverso il vino racconta la propria identità più autentica.

Nel 2024 **la creazione di un portale interamente dedicato all'enoturismo** dell'Azienda – capraiexperience.com - ha reso più fluido e immediato il percorso di prenotazione delle esperienze, e oggi rende accessibile a una platea più ampia di persone interessate l'offerta aziendale. Attraverso un'interfaccia intuitiva, il visitatore può scegliere tra **sette percorsi di degustazione, differenziati per durata, livello di approfondimento, budget e tipologia di esperienza**, ciascuno concepito per offrire un punto di vista unico sul mondo Caprai.

Da *L'Essenziale*, il percorso pensato per chi si avvicina per la prima volta ai nostri vini, alla *Signature Collection*, degustazione esclusiva dedicata alle etichette iconiche della cantina. Il *Tour & Food* invece unisce la visita dei vigneti e della cantina alla degustazione di prodotti umbri a km 0; la *Sagrantino Lovers* celebra il vitigno simbolo di Montefalco presentandone le diverse interpretazioni aziendali; la *25 Anni in Verticale* esplora l'evoluzione dell'etichetta 25 Anni attraverso le sue annate più significative; *Montefalco Land* riflette la connessione tra vino e areale; mentre il *Pic-Nic in Vigna* permette di trascorrere una giornata tra i filari, in un equilibrio perfetto tra convivialità, natura e autenticità.

Lo **Spazio Enoteca** Arnaldo Caprai, inaugurato nel 2006 e successivamente rinnovato, resta il centro vitale dell'accoglienza in azienda: un luogo aperto tutto l'anno, con **sale dedicate alle degustazioni, riunioni e convegni, dove il vino si fa strumento di dialogo e conoscenza**. A esso si affianca la **Terrazza Monte della Torre**, spazio esclusivo con vista sui vigneti di

Sagrantino, teatro di percorsi esperienziali che uniscono racconto, degustazione e contemplazione del paesaggio.

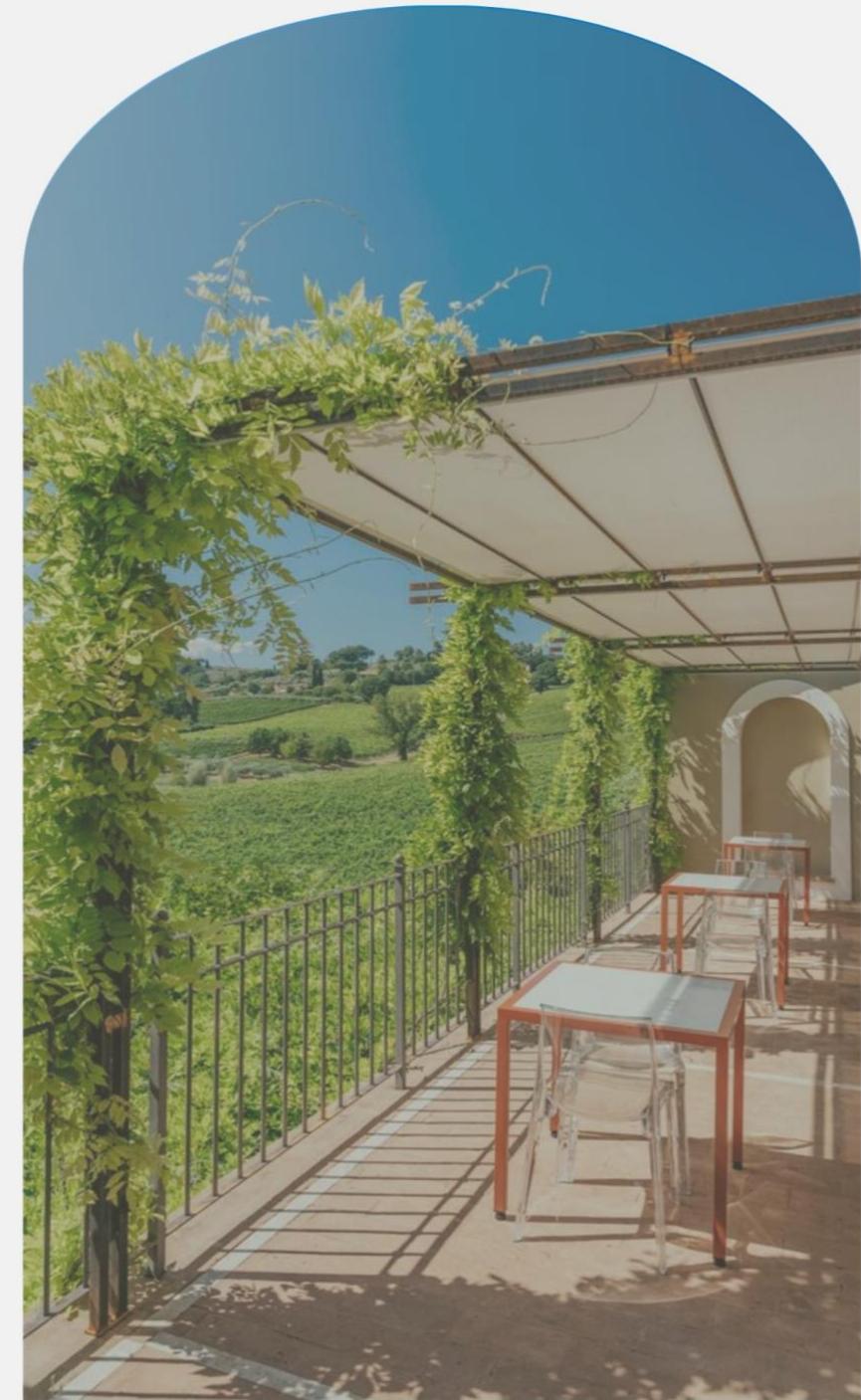
L'accoglienza è concepita come un'esperienza inclusiva: la cantina è priva di barriere architettoniche, dispone di parcheggi riservati a persone con disabilità e a donne in gravidanza, e di **colonnine per la ricarica di veicoli elettrici**, a testimonianza di un impegno costante verso la sostenibilità anche nella mobilità dei visitatori.

Parallelamente alle esperienze di visita, la Arnaldo Caprai sostiene con convinzione le iniziative che animano il territorio umbro e ne promuovono i valori di comunità, sport e cultura.

Nell'anno appena trascorso l'Azienda è stata tra i **partner del Concorso Internazionale di Salto a ostacoli Le Lame Sagrantino Show Jumping**, manifestazione equestre di rilievo internazionale che si svolge a Montefalco, e ha sostenuto la **Sagrantino Running**, evento che unisce sport, natura e scoperta del paesaggio. Partecipa inoltre a progetti culturali di ampio respiro come La Francescana – Festival dei Cammini di Francesco, che promuove il **turismo lento e la valorizzazione dei luoghi simbolo della spiritualità umbra**, e ancora una volta ha ospitato una delle serate del **festival musicale Suoni Controvento**, rassegna diffusa che porta artisti di gran talento tra i paesaggi e i borghi umbri.

A completare il quadro delle attività di accoglienza, Arnaldo Caprai partecipa ogni anno alle grandi manifestazioni nazionali dedicate al vino, tra cui Cantine Aperte e Calici di Stelle, occasioni di incontro e condivisione in cui la cantina apre le proprie porte a migliaia di visitatori.

In tutte queste esperienze, l'Azienda rinnova la propria missione di ambasciatrice dell'Umbria, raccontando attraverso il vino la bellezza del suo paesaggio, la forza delle sue tradizioni e la vitalità delle comunità che lo abitano.



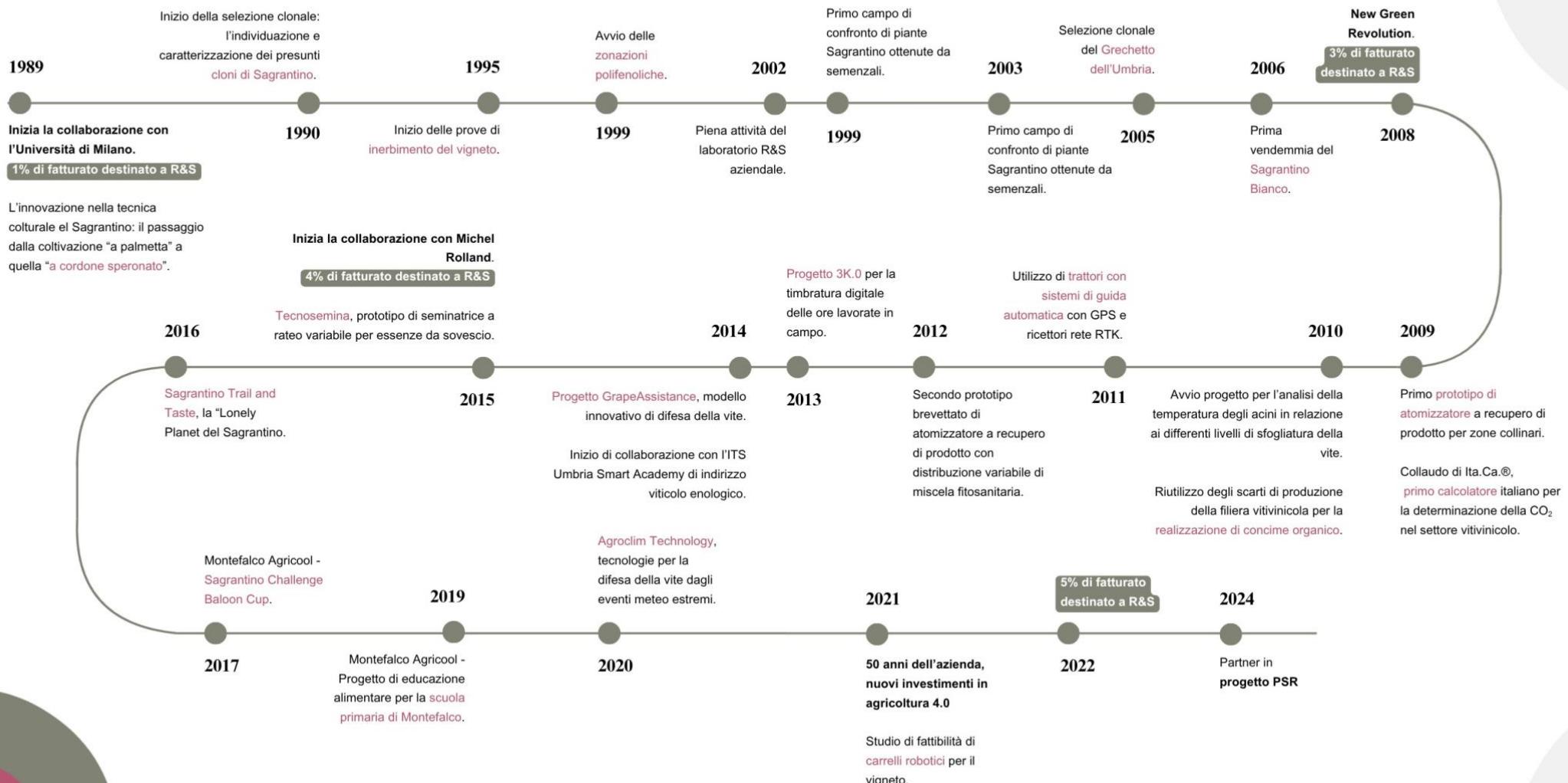
3

Natura



Linea del tempo

Ricerca e Sviluppo



3.1 Innovazione e tradizione

Nella Arnaldo Caprai l'innovazione è sempre stato un mezzo fondamentale per mantenere viva la tradizione nella viticoltura. È questo approccio che, nel passato, ha permesso all'Azienda di valorizzare il Sagrantino in tutto il mondo grazie all'adozione di **moderni sistemi di gestione agronomica ed enologica** in grado esaltarne le qualità. Nel presente, l'attività di innovazione si concretizza nella continua **sperimentazione di strumenti di agricoltura di precisione, al servizio di un modello d'impresa sostenibile**, resiliente ai cambiamenti climatici.

L'Oscar del Vino ricevuto da Marco Caprai nel 2001 come "Miglior Produttore" ha consacrato il successo di un modello di business che ha fatto del rapporto tra tradizione, innovazione e territorio il punto di partenza per una produzione d'eccellenza. Questo spirito è stato rafforzato fortemente dalla **creazione, nel 2002, di un laboratorio di Ricerca e Sviluppo interno**, ove il confronto con il mondo dell'accademia, start up innovative e giovani professionisti tutt'oggi contribuisce alla realizzazione di progetti di ricerca e sperimentazione di nuove tecniche agronomiche ed enologiche, la conoscenza dei vigneti e della produzione in generale, con l'obiettivo di un miglioramento continuo della qualità e della sostenibilità.

Nell'ultimo decennio, le evidenze degli eventi meteorologici estremi sulla produzione hanno rappresentato il punto di partenza per la creazione di progetti di mitigazione e adattamento. Grazie allo sviluppo del progetto *Agroclim Technology*, l'Azienda ha installato nuove tecnologie, tra cui **una ventola antibrina per prevenire i danni da gelate primaverili e due impianti di irrigazione a rateo variabile e controllo remoto per contrastare i danni dovuti alle ondate di calore estivo**.

Su questa stessa linea di ricerca e innovazione, la Arnaldo Caprai partecipa a iniziative di studio con università e centri di ricerca, finalizzate a sperimentare approcci agronomici e gestionali capaci di rispondere agli effetti del cambiamento climatico e di individuare nuove opportunità produttive per la viticoltura umbra, come quello avviato all'inizio del 2023 per la produzione di basi spumante di qualità sull'Appennino Eugubino-Gualdese.

35 anni

di RICERCA

11 borse di studio

finanziate

2 assegni di ricerca

nel biennio 2023-2024

72 tirocinanti

tra nazionali e internazionali,
per 69.120 ore di tirocinio



11 anni

di collaborazione con ITS Umbria Academy

6 corsi biennali

condotti dal 2013



25 studenti

per ciascun corso ITS

171 diplomati

nei 6 cicli formativi

22 diplomati assunti

in Arnaldo Caprai dopo il percorso ITS

3.1.1 Il cambiamento climatico e nuovi terroir del vino: le opportunità dell'appennino umbro

Negli ultimi due anni l'impegno della Arnaldo Caprai nel contribuire alla conoscenza scientifica del territorio umbro e delle sue potenzialità vitivinicole si è concretizzato nella partecipazione, in qualità di partner, al **progetto di ricerca** “*Valutazione della sostenibilità ambientale, economica e sociale della produzione di basi spumante sull'appennino umbro-centrale in risposta agli effetti dei cambiamenti climatici attraverso lo studio di un vigneto sperimentale dotato di tecnologie IoT*”.

Avviato nel 2023 in collaborazione con altre imprese ed enti di ricerca, tra cui l'Università di Milano, il progetto ha avuto l'obiettivo di **esplorare la fattibilità della viticoltura in alta quota per la produzione di basi spumante di qualità**, attraverso una sperimentazione condotta su un vigneto dell'area appenninica Eugubino - Gualdese¹.

Il progetto nasce dalla consapevolezza della necessità di **adattare la coltivazione della vite ai nuovi scenari climatici**, caratterizzati da un aumento delle temperature medie, da ondate di calore sempre più frequenti e da periodi prolungati di siccità, che stanno modificando le condizioni pedoclimatiche delle aree storicamente vocate alla viticoltura.

Nel caso dell'Umbria, la regione dispone di un ampio patrimonio territoriale in quota: oltre il 25% del territorio regionale si trova sopra i 600 metri sul livello del mare. Queste zone, un tempo considerate inadatte alla viticoltura a causa delle pendenze ripide, delle gelate tardive e delle frequenti tempeste, mostrano invece oggi nuove potenzialità: **le temperature più miti rispetto alle aree di fondovalle e le precipitazioni più regolari e ben distribuite durante l'anno, creano infatti condizioni ideali per una viticoltura di qualità.**

Durante i due anni di sperimentazione, il vigneto esaminato è stato dotato di strumenti digitali avanzati, che permettono di superare i limiti della gestione tradizionale in contesti montani, preservando al tempo stesso la biodiversità locale: sistemi di monitoraggio climatico, modelli previsionali per la gestione degli eventi avversi e delle malattie, sensori per la rilevazione del contenuto idrico del suolo e della crescita della vite consentono oggi una gestione più efficiente e sostenibile del vigneto, riducendo l'impatto ambientale e migliorando le condizioni di lavoro.

Parallelamente, per comprendere quali altre aree umbre potessero accogliere nuovi vigneti, è stata avviata un'articolata attività di ricerca che ha combinato analisi economiche e ambientali. Attraverso la costruzione di un indice di fragilità comunale², sono state individuate le aree più vulnerabili ma anche più pronte a beneficiare di nuove opportunità produttive. A questa analisi si è affiancata una **mappatura di idoneità viticola**, che ha integrato dati climatici e pedologici con l'uso reale del suolo. Particolare attenzione è stata rivolta ai terreni già destinati ad altre attività agricole, come pascoli o prati permanenti spesso in abbandono, con l'intento di rigenerare superfici oggi sottoutilizzate e potenzialmente in



¹ Finanziato dal PSR (Programma di sviluppo rurale per l'Umbria) 2014/2022. Per maggiori informazioni si può consultare il sito <https://www.spume.info>.

² L'indice è il risultato della combinazione di parametri socioeconomici, agricoli e turistici.

grado di accogliere un'agricoltura di qualità, senza intaccare gli ecosistemi naturali.

L'analisi ha confermato che diverse aree montane dell'Umbria – concentrate prevalentemente nelle zone nord-orientale, sud-orientale e centro-occidentale – presentano condizioni favorevoli allo sviluppo vitivinicolo, rafforzando il valore pionieristico della sperimentazione avviata nell'area Eugubino-Gualdese e facendone un **modello replicabile in altri contesti rurali** che condividono le stesse sfide e fragilità.

Il progetto non risponde soltanto a un'esigenza di adattamento agricolo, ma **apre la strada a una nuova economia del territorio**. Le aree montane, tipicamente esposte a fenomeni di spopolamento e abbandono, possono infatti trovare nella viticoltura un'occasione di rinascita. **Coltivare in alta quota significa riportare attività produttiva e presidio umano in territori fragili, creare occupazione e stimolare nuova imprenditorialità.**

Il vino infatti - e in particolare lo spumante, una produzione enologica che oggi incontra più di altre il favore del mercato – non è solo un prodotto agricolo, ma un bene culturale e identitario, in grado di generare valore economico e di sostegno forme di turismo enologico e rurale che rafforzano l'attrattività e la vitalità delle comunità locali.



3.2 Qualità e controllo

Nell'Arnaldo Caprai la sinergia tra il laboratorio di analisi interno e i laboratori esterni garantisce la sicurezza alimentare dei prodotti e, al contempo, un costante miglioramento della loro qualità.

Secondo l'ultimo aggiornamento della **politica aziendale** (2023)³, la Direzione si impegna a: *"sviluppare un'azione di miglioramento continuo dei processi e del prodotto, coinvolgendo tutte le parti interessate, dal personale aziendale ai fornitori, alla comunità, perseguiendo il raggiungimento del sottile equilibrio tra le varie esigenze, tra cui la piena soddisfazione del cliente, l'ottimizzazione dei costi, la sicurezza del personale e dell'ambiente di lavoro, la creazione di rapporti di partnership con fornitori e comunità locale, il pieno rispetto dell'ambiente e la preservazione delle risorse naturali."*



La conformità della gestione in cantina alle procedure di analisi e controllo formalizzate assicura la correttezza dei vari passaggi nelle fasi di lavorazione, così da ottenere prodotti aderenti alle caratteristiche tecnico-enologiche del vino. Per il controllo della sicurezza, i parametri dei vini vengono riportati su apposite Schede Tecniche, poi verificate annualmente. Dalla verifica del 2024, i parametri sensoriali e analitici dei prodotti risultano conformi a quanto riportato nei disciplinari delle Denominazioni di Origine.

Nel gennaio 2023 l'Azienda ha aggiornato il suo manuale HACCP, introducendo ulteriori limiti restrittivi per alcune sostanze potenzialmente contaminanti. Un piano di manutenzione annuale garantisce il buon funzionamento degli impianti e dei macchinari.

Dal 2023 un **nuovo impianto di microfiltrazione con lavaggio automatico** consente di **massimizzare l'efficacia della sanificazione, riducendo al minimo i consumi di acqua e di prodotti chimici**. L'analisi dei consumi svolta nel 2024 ha confermato che, grazie all'installazione del nuovo impianto, l'impiego di detergenti e sanificanti è diminuito del **6,27% in rapporto ai litri di vino prodotti e del 22,18% in rapporto al numero di bottiglie imbottigliate** rispetto ai livelli del 2023.

Nelle etichette dei prodotti sono indicate le informazioni richieste dalle normative in materia (come da ultimo le informazioni relative al corretto smaltimento del *packaging*) e l'origine del nome, le caratteristiche organolettiche, i possibili abbinamenti gastronomici, oltre che dal 2013 i loghi di certificazione della sostenibilità aziendale sulla maggior parte dei prodotti.

Per assicurare la rispondenza dei fornitori sia attuali che potenziali ai requisiti di sostenibilità, dal 2019 l'Azienda sottopone loro un questionario che richiede sia informazioni sulle certificazioni possedute che la conformità a requisiti di qualità e sicurezza nella gestione dei processi e dei prodotti, di formazione e sicurezza nella gestione delle risorse umane e l'impegno in buone pratiche ambientali e socioeconomiche. La raccolta delle informazioni viene effettuata annualmente su un campione di fornitori, permettendo tra l'altro la sensibilizzazione degli stakeholder della *supply chain* riguardo alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. **Quest'ultimo anno, i parametri richiesti sono stati soddisfatti da 76 fornitori.**

³ La politica aziendale è consultabile nella sezione "Trasparenza" del sito web www.arnaldocaprai.it.

3.3 Biodiversità

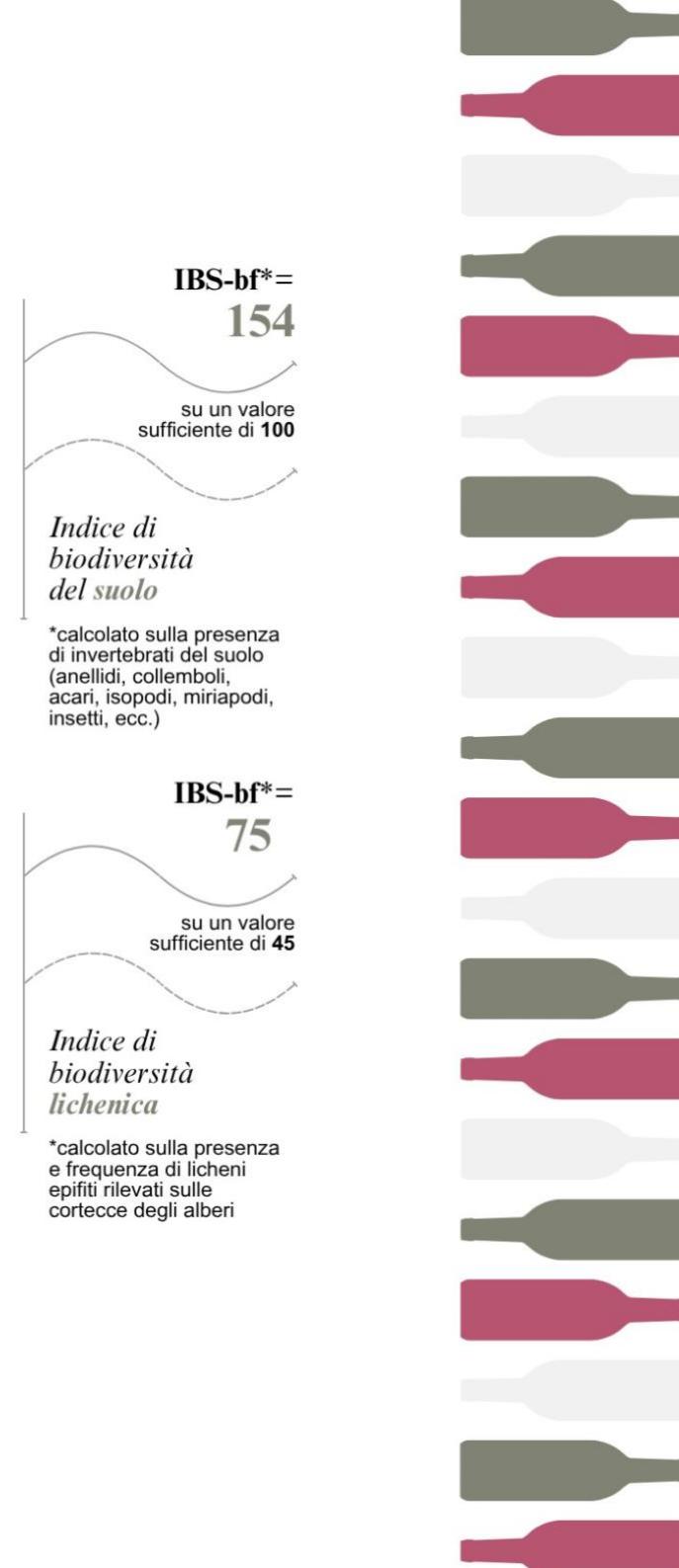
La proprietà della Arnaldo Caprai è caratterizzata, oltre che da vigneti, uliveti e dagli immobili destinati agli uffici e alla produzione, anche da otto ettari di boschi, corsi d'acqua e un invaso per la captazione delle acque sorgive, che costituiscono un importante **bacino di biodiversità** in grado di influenzare positivamente la salute e l'equilibrio dell'ecosistema.

Le aree più sensibili sono protette da fasce tampone (vegetate, non fertilizzate, non trattate con agrofarmaci) larghe dai tre agli otto metri. In vigna, **gli strumenti e le buone pratiche di agricoltura di precisione, affiancate all'apporto di sostanza organica dei sovesci e del letame, favoriscono il mantenimento dei microrganismi presenti.**

Le aree di coltivazione aziendali non confinano con alcuno dei 102 siti della Regione Umbria appartenenti alla rete di protezione e conservazione della biodiversità "Natura 20005" dell'Unione Europea.

Dopo una prima rilevazione nel 2020, **nell'ottobre 2023 sono stati effettuati dei nuovi campionamenti** in diverse aree della superficie aziendale al fine di verificare la qualità biologica di suolo, acqua e aria mediante l'applicazione degli indici di biodiversità del protocollo "**Biodiversity Friend®**". Nel 2023, la mancanza di corsi d'acqua nel periodo di analisi ha determinato l'impossibilità di rilevare valori utili all'Indice di Biodiversità Acquatico, determinando la sua Non Applicabilità. In ogni caso, nelle due restanti aree di analisi i valori rilevati sono stati di gran lunga soddisfacenti, tali da **confermare un basso impatto antropico**.

Osservando i risultati della precedente analisi (relativa all'anno 2020), in cui l'Indice di biodiversità del suolo è risultato pari a 162,50, di biodiversità aquatica pari a 51,33 e di biodiversità lichenica pari a 62,33, si può affermare che non vi siano stati cambiamenti significativi.



3.4 Consumi e risorse

La Arnaldo Caprai fonda la gestione del vigneto su un approccio basato sulla ricerca e l'innovazione, **sfruttando le tecnologie più avanzate nell'ambito dell'agricoltura di precisione**. A partire dal 2010, monitora costantemente i consumi con l'obiettivo di aumentarne l'efficienza in un'ottica di sostenibilità. Ogni anno, il protocollo di gestione del vigneto viene adattato per rispondere alle necessità specifiche dei campi, che variano al mutare delle condizioni climatiche.

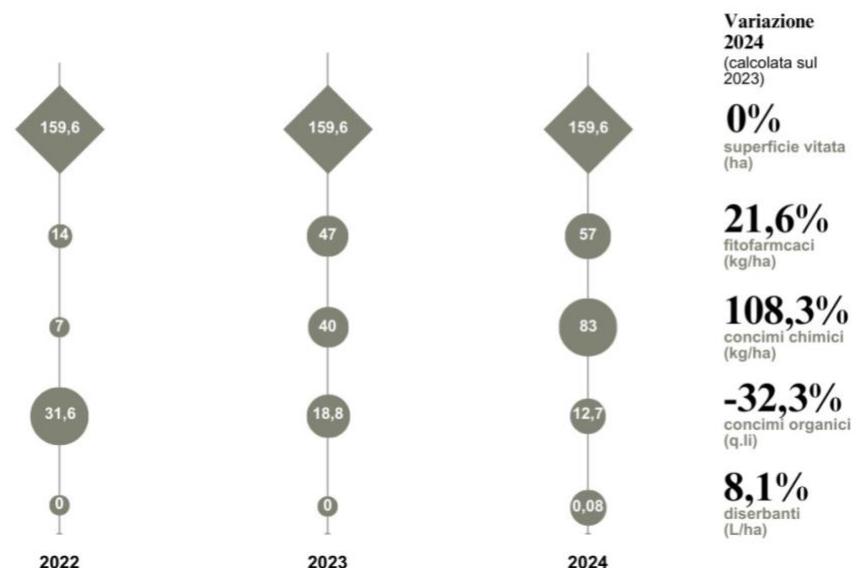
Di recente l'Azienda ha introdotto due trattori di ultima generazione dotate di guida automatica e motori a basse emissioni. Nel 2022, queste nuove trattori, attraverso un sistema di comunicazione satellitare, sono state collegate a una piattaforma digitale di gestione che consente di aumentare la precisione delle operazioni agronomiche in vigneto. Nel 2023 si è proceduto all'acquisto di un nuovo atomizzatore a recupero di prodotto dotato di tecnologia 4.0 e all'installazione del software su tutte le attrezzature agricole, compresi i mezzi più vecchi, grazie all'acquisto di dispositivi di connessione. Con questa operazione è stata data applicazione al progetto **"Vineyard Connected"**, un programma di gestione delle operazioni in vigneto completamente digitalizzato.

L'annata 2024 ha reso necessario, per il secondo anno consecutivo, un maggior numero di trattamenti fitosanitari rispetto alla media più recente, per rispondere efficacemente allo sviluppo di patogeni che si sono manifestati a causa delle frequenti precipitazioni verificatesi tra maggio e giugno. **La puntualità e precisione con cui si è intervenuti in campo ha assicurato, nonostante le difficoltà, una produzione in quantità superiore rispetto all'anno precedente.**

I trattamenti fitosanitari sono stati eseguiti con **atomizzatori a recupero di prodotto**, frutto dell'attività di Ricerca e Sviluppo interna all'Azienda, che

hanno consentito, come nel 2023, interventi mirati su 89 dei 160 ettari in gestione.

Utilizzo complessivo di agrofarmaci, prodotti chimici, concimi di sintesi, concimi organici



Nel 2024 si è registrato un **aumento nell'uso di concimi di sintesi** rispetto all'anno precedente, dovuto al ritorno a dosaggi standard dopo la riduzione straordinaria del 2022 e al completamento del ciclo di recupero dei vigneti in carenza nutritiva, che aveva privilegiato la concimazione organica⁴.

⁴ I concimi organici di cui l'Azienda fa uso sono principalmente il digestato vegetale, il letame equino e l'ammendante compostato misto proveniente da scarti di origine animale e da attività agricole.

Quest'ultima, se pur in diminuzione, continua a rappresentare una componente rilevante della gestione agronomica aziendale.



Per mantenere e aumentare la fertilità del terreno in modo naturale, **l'Arnaldo Caprai pratica il sovescio già dal 1995**. Si tratta di una tecnica che consiste nell'interrare tra i filari specifiche specie erbacee, come le leguminose, per arricchire il terreno di sostanze nutritive e migliorarne la struttura. Negli ultimi anni, questa antica tecnica è stata combinata con le innovazioni dell'agricoltura 4.0: l'Azienda ha infatti realizzato un prototipo di seminatrice per sovescio capace di distribuire il quantitativo e la qualità del seme sulla base delle caratteristiche dei diversi appezzamenti, garantendo la migliore semina di specie erbacee o leguminose per ogni tipo di terreno.

Attraverso l'impiego del diserbo meccanico, **l'utilizzo di diserbante chimico è evitato in almeno il 95% della superficie vitata**.

3.4.1 Energia

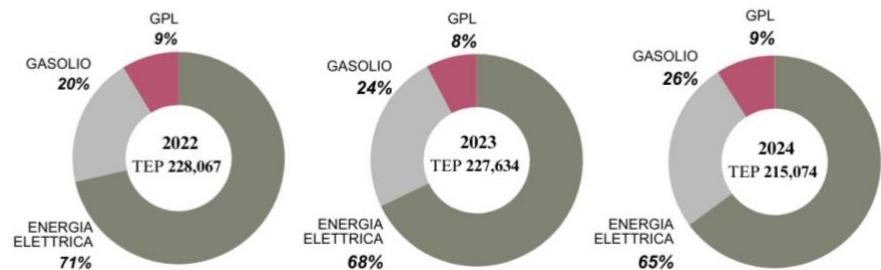
L'energia elettrica è necessaria al normale funzionamento di una cantina vitivinicola: serve infatti all'illuminazione ed al raffrescamento degli spazi, ma anche per il funzionamento delle attrezzature elettriche e nei processi di pigiatura e vinificazione. Motivo quest'ultimo per cui la cantina si considera energivora durante il periodo di vendemmia.

Da anni l'Arnaldo Caprai ha quindi implementato **programmi per rendere sostenibili tutte le pratiche di cantina, sia sotto il profilo energetico sia idrico**.

Consapevole della necessità di rendere efficiente il consumo delle risorse, ha adottato diverse scelte in materia di risparmio energetico: nel 2014 ha installato 24 mq di **pannelli solari termici** per la produzione di acqua calda da fonte rinnovabile; nel 2015 ha apposto delle pellicole solari riflettenti sulle finestre dello spazio enoteca, **per ottimizzarne l'isolamento termico**. Ha poi sostituito i vecchi impianti frigorifero con dei sistemi di refrigerazione più performanti e **migliorato l'efficienza del sistema di distribuzione del freddo**.

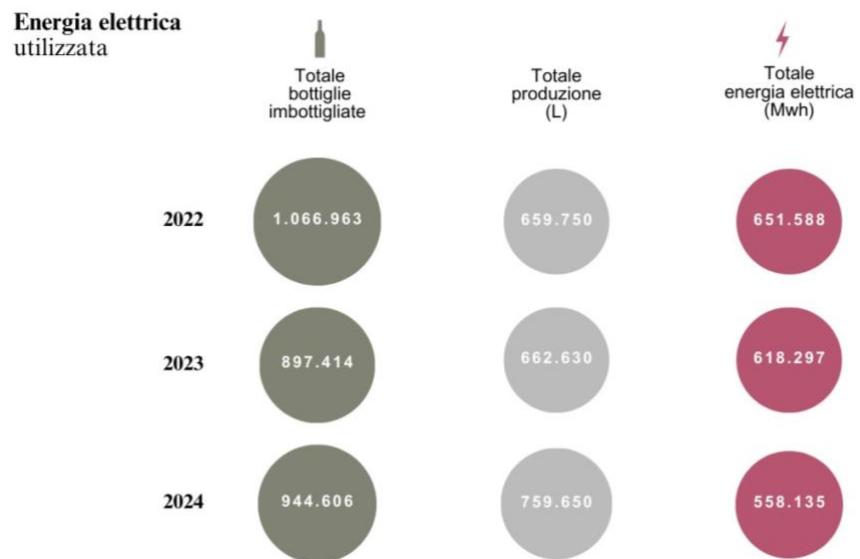
A fronte di un riassestamento del budget per gli investimenti non prioritari, l'Azienda ha scelto di rinviare il progetto di installazione di un impianto fotovoltaico, che avrebbe contribuito parzialmente alla copertura del fabbisogno energetico.

Risorse energetiche utilizzate
in percentuale sul totale



Per la descrizione dell'energia elettrica utilizzata nel presente documento sono stati presi in considerazione gli **indicatori di prestazione energetica specifici per l'energia elettrica**, ovvero il Consumo Specifico di Energia Elettrica riferito al Vino prodotto (CSEEV) e il Consumo Specifico di Energia Elettrica riferito alle Bottiglie imbottigliate (CSEEB).

Dall'analisi dei dati rilevati nel triennio '22'-24, nell'ultimo anno si può notare una diminuzione del CSEEV (del 21,26% rispetto al 2023, nonostante l'aumento di produzione in litri) e un aumento del CSEEB (del 2,64%, in tal caso dovuto al minor numero di bottiglie imbottigliate).

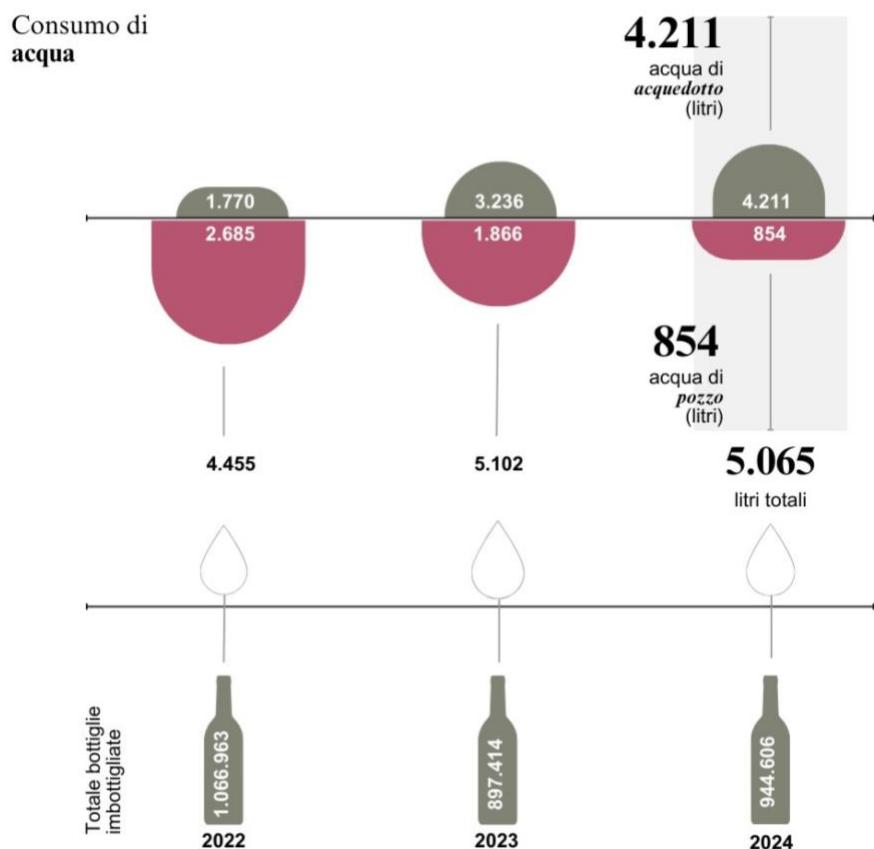


3.4.2 Acqua

Nel settore vitivinicolo la risorsa idrica è utilizzata in molteplici fasi del processo produttivo, dalle operazioni di sanificazione della cantina al lavaggio delle attrezzature, incluse barrique, vasche d'acciaio e bottiglie. L'impiego di acqua dipende molto dalle condizioni meteorologiche e dalla quantità di uva lavorata nell'annata. **L'aumento di consumo d'acqua registrato nell'ultimo anno è stato causato dall'eccezionalità delle condizioni meteorologiche del 2024**, che hanno reso necessario interventi in campo straordinari, come già descritto nell'introduzione del presente paragrafo relativo ai consumi. Grazie a un **impianto di depurazione delle acque**, la Arnaldo Caprai è in grado di trattare i reflui prodotti durante la vinificazione e di smaltirli in acque superficiali. Le responsabili della cantina e del sistema HACCP seguono le analisi chimiche delle acque di scarico del depuratore, garantendo il controllo della loro qualità.

Nel 2018 è stato installato un impianto di microfiltrazione per la pulizia e la sterilizzazione degli strumenti, che ha consentito di ridurre il consumo di acqua di pozzo nonostante l'aumento del volume di uve lavorate.

Come già fatto per il Montefalco Sagrantino DOCG Collepiano e 25 Anni della vendemmia 2010 grazie al programma VIVA, nel 2022 l'Azienda ha commissionato nuovamente **il calcolo della Water Footprint aziendale**⁵, un'attività che, tenendo conto del consumo di acqua in vigneto, cantina e nella fase di imbottigliamento, promuove un più efficiente processo di gestione delle risorse idriche. Dall'analisi dei dati raccolti per l'anno 2024, il valore del Water Scarcity Index totale è pari a 57.729,51⁶ m³, in diminuzione rispetto ai 108.116,05 m³ del 2022.



⁵ Per il calcolo dell'impronta idrica aziendale è stato utilizzato il Water Stress Indicator (WSI) adottato da Pfister et al. (2009).

L'indicatore mette a rapporto il consumo di acqua dolce con la disponibilità della stessa in una determinata area geografica, in questo caso l'Italia. Viceversa, non indica l'effettivo consumo di acqua dolce.

⁶ Per una più completa comprensione del dato si riporta il totale per ogni unità funzionale: il valore complessivo di Water Scarcity Index in vigneto è 0,309 m³ per un quintale di uva, in cantina è 0,038 m³ per un litro di vino, e nella fase di imbottigliamento è 0,032 m³ per una bottiglia da 0,75 l. Si precisa, inoltre, che il dato riportato sarà sottoposto a verifica dell'ente certificatore.

3.4.3 Emissioni

Il rispetto dell'ambiente nella Arnaldo Caprai passa dall'utilizzo di strumenti e tecniche in grado di assicurare la buona qualità del prodotto e un impatto sempre minore sulla realtà, in modo da poter conservare l'unicità del territorio che ospita le attività aziendali: delle persone come dell'ambiente.

Si tratta di passi necessari per il pianeta e per le future generazioni. **L'innalzamento della temperatura globale mette a repentaglio la capacità delle nostre vigne di continuare a produrre uve di qualità e la possibilità delle comunità insediate sull'areale di vivere in questi luoghi proseguendo un lavoro che va avanti da secoli.**

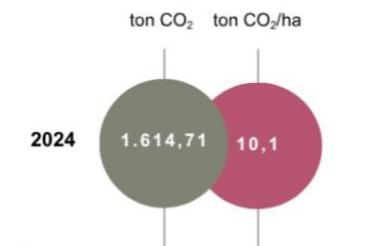
Sono numerosi gli studi scientifici⁷ che evidenziano come il sistema viticolo, se gestito con tecniche innovative di cura del suolo e delle piante, possa diventare un efficace pozzo di carbonio atmosferico, contribuendo attivamente alla mitigazione dei cambiamenti climatici.

Proprio per monitorare e ridurre le proprie emissioni, l'Azienda ha avviato fin dal 2010 il calcolo della *carbon footprint* aziendale, effettuata secondo la metodologia ISO 14064 nel 2010, 2011 e 2012. A queste rilevazioni, nel 2015 si è aggiunta la *carbon footprint* di prodotto sul Sagrantino Collepiano 2010, in conformità alla metodologia ISO 14067.

Nel 2020 è stata condotta l'ultima *carbon footprint* aziendale in conformità con l'ISO 14064-1:2018 allo scopo di verificare l'andamento delle emissioni aziendali a dieci anni dal primo monitoraggio effettuato. In quell'occasione le emissioni complessive sono risultate pari a 820,47 tonnellate di CO₂ eq, di cui 186,16 tonnellate rimosse direttamente grazie al sequestro di carbonio del suolo agricolo.

Nel 2024 il calcolo della *carbon footprint* aziendale è stata aggiornato e ampliato adottando come riferimento metodologico il *GHG Protocol*, circostanza che ha consentito di includere ulteriori categorie di emissione rispetto a quelle valutate nel 2020, tra cui, ad esempio, l'utilizzo di fertilizzanti e le emissioni indirette derivanti dal consumo di GPL e gasolio. Per questa ragione, nell'analisi 2024 il totale delle emissioni risulta pari a 1.614,71 ton CO₂ eq⁸.

Totale emissioni aziendali



Tale dato non costituisce un punto di arrivo, ma un nuovo punto di partenza, da cui cominciare a lavorare per sviluppare strategie di riduzione delle emissioni perfezionando ulteriormente le tecniche di gestione del suolo e del vigneto.

In quest'ottica, anche i rapporti di business rappresentano uno strumento concreto per ridurre le emissioni indirette: Amorim Cork, azienda specializzata nella produzione di tappi di sughero naturale, ha commissionato uno studio volto a misurare l'impatto climatico dei tappi⁹. Il risultato evidenzia che i tappi acquistati nel 2024 da Arnaldo Caprai presentano un'impronta carbonica netta pari a **- 3,9 tonnellate di CO₂**: ciò significa che i tappi assorbono più

⁷ Vedasi, tra gli altri, "Sustainable viticulture: The carbon-sink function of the vineyard agro-ecosystem", di Brunori E., Farina R., Biasi R. (2016).

⁸ Si precisa che il dato riportato sarà sottoposto a verifica dell'ente certificatore.

⁹ Per la Product Carbon Footprint è stato adottato l'approccio *cradle-to-gate*, che considera le emissioni di CO₂ delle materie prime, della produzione, del trasporto e dello stoccaggio. Per maggiori dettagli si consiglia di consultare www.amorimcork.com/en/sustainability/studies/.

anidride carbonica di quanta ne emettano durante il loro intero ciclo di vita, creando un vantaggio ambientale e contribuendo alla *carbon neutrality*. Aderendo dal 2018 al progetto Suber promosso dalla Amorim Cork, i tappi in sughero usati in cantina vengono raccolti e conferiti per il riciclo destinato alla realizzazione di articoli di design e materiale per la bioedilizia.

In ottica di riduzione delle emissioni dovute alla logistica, **tutte le bottiglie utilizzate da luglio 2023 per i Montefalco Rosso DOC (annata 2021) hanno un peso di 450 gr a fronte dei precedenti 550 gr**, e quelle destinate al mercato scandinavo hanno un peso di 400 gr.



4 *Persone*



4.1 La comunità di Caprai

La ricchezza delle risorse umane che prestano lavoro nella Arnaldo Caprai è frutto della vivacità del clima culturale, fatto di un continuo scambio tra coloro che conservano le tradizioni del territorio e chi viene integrato in Azienda dopo esserne entrato in contatto attraverso percorsi di formazione nelle Università o negli ITS.

Ciascuno, a prescindere dalla mansione, contribuisce con il proprio bagaglio di conoscenze, cultura ed esperienze differenti al mantenimento di un ambiente lavorativo sicuro, sereno e stimolante. Un codice etico condiviso, aggiornato nel 2023, definisce i valori etici di riferimento e guida rapporti professionali.

Tutto il personale è inquadrato secondo il CCNL per gli Operai Agricoli e Florovivaisti, integrato dal Contratto Provinciale di Lavoro, che ne rappresenta il livello territoriale di applicazione

Ogni anno ai lavoratori viene sottoposto un **questionario** anonimo che indaga il grado di soddisfazione circa le condizioni di lavoro in Azienda. Si tratta di uno strumento di **monitoraggio del clima aziendale, che restituisce nelle risposte dei dipendenti il loro coinvolgimento, le aspettative, la qualità del lavoro e delle relazioni**. Come già nel 2023, anche nel 2024 il questionario sottoposto ha avuto contenuti e lingua diversi, a seconda che fosse sottoposto a lavoratori fissi o stagionali di lingua italiana o inglese. Le risposte, pervenute da 52 dipendenti, testimoniano come l'Azienda tenga monitorato il benessere dei propri collaboratori e promuova un dialogo costante.

In generale, i lavoratori hanno espresso soddisfazione per le relazioni con i colleghi, la crescita personale, la gestione della sicurezza e il rapporto con l'Azienda e con la comunità locale. Anche la flessibilità negli orari di lavoro e l'autogestione dei turni continuano a rappresentare punti di apprezzamento trasversali.

Sono emersi alcuni aspetti su cui l'Azienda intende porre attenzione. Tali evidenze saranno utilizzate per migliorare ulteriormente le condizioni

lavorative e rispondere in modo sempre più efficace alle esigenze dei dipendenti.

Anche nel 2024 tutti i lavoratori hanno riconosciuto l'adeguatezza delle norme di sicurezza all'interno dei luoghi di lavoro e il rispetto delle pratiche culturali e religiose. Una box apposta in cantina rende costante la possibilità di segnalare anonimamente eventuali criticità.

Negli scorsi anni è stata avviata un'attività di **analisi delle principali funzioni aziendali e l'avanzamento per obiettivi** secondo un approccio MbO (*Management by Objectives*) che si sarebbe dovuta concludere con un aggiornamento dell'organigramma aziendale e la formalizzazione di piani di incentivazione per il personale inclusi obiettivi di sostenibilità. **Il percorso, che è stato supportato da una società di consulenza specializzata in Executive Coaching, ha previsto il coinvolgimento degli stessi responsabili di area.** Sul concludersi dell'attività, priorità di altra natura ne hanno rallentato l'adozione, motivazione per cui **l'attività non può considerarsi ancora completata**.



4.2 Sicurezza e benessere

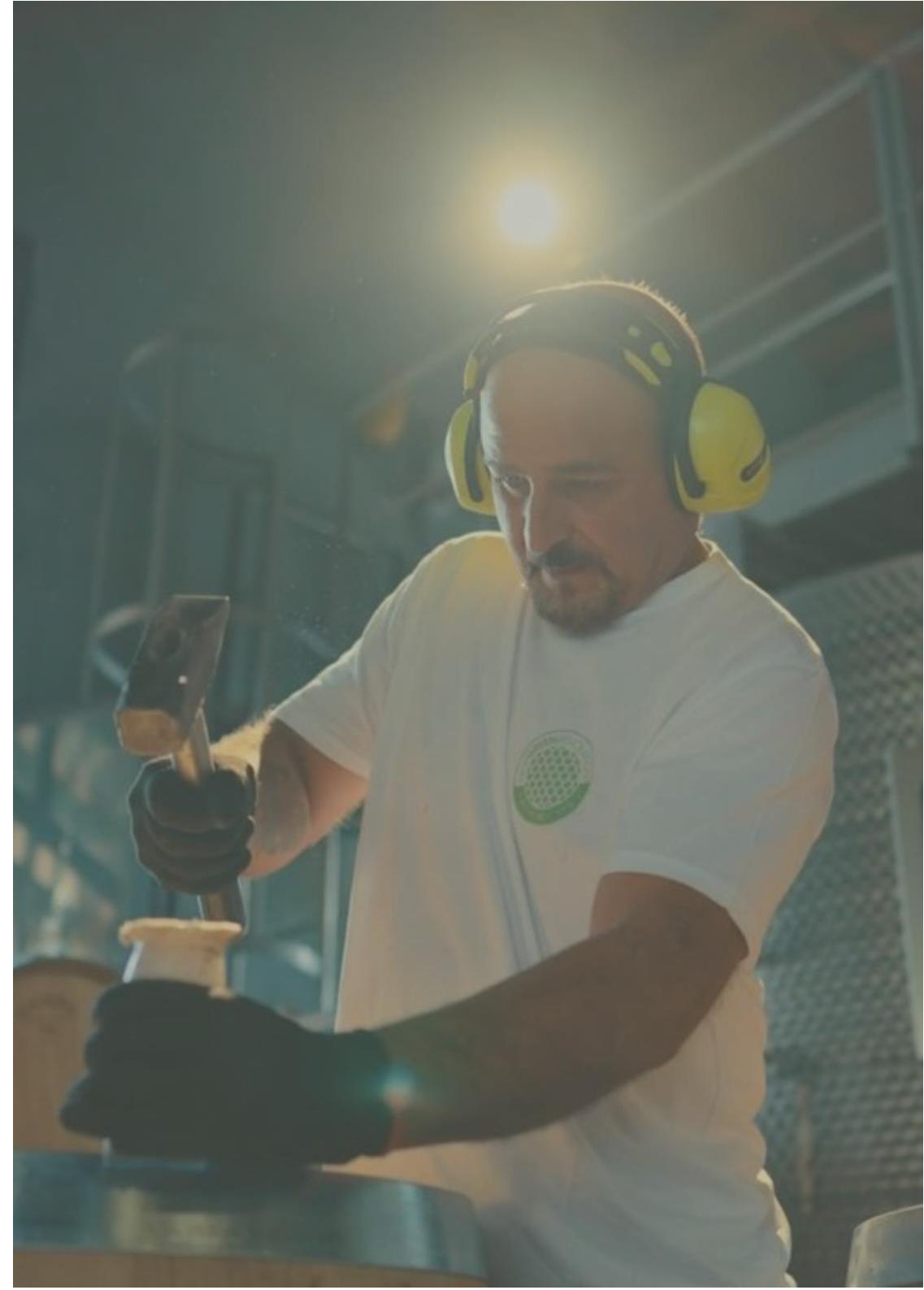
Nella gestione dell'Azienda viene prestata particolare cura alla sicurezza delle persone che lavorano in vigna nelle attività di potatura e di vendemmia, nonché degli operatori che svolgono attività in cantina, i quali possono essere esposti a rischio di infortuni a causa dell'alto contenuto manuale delle attività e della specificità dei prodotti e macchinari utilizzati. Nel 2024, 42 persone hanno partecipato a percorsi formativi dedicati alla salute e sicurezza sul lavoro ai sensi dell'art. 37 del D.Lgs. 81/08, alla formazione HACCP e agli aggiornamenti obbligatori relativi all'utilizzo di macchinari e dei prodotti impiegati nelle attività di vigna e cantina¹⁰.

L'Azienda adotta tutte le misure necessarie per la prevenzione di incidenti e danni alla salute, nel rispetto del Testo Unico sulla Sicurezza sul Lavoro (T.U.S.L. - D.lgs. 81/2008), compresa la redazione di un documento di valutazione dei rischi causati dall'attività e la nomina delle figure responsabili quali RSPP, RLS così come altri preposti formati specificamente per intervenire nel caso di emergenze. **L'Azienda è impegnata a sviluppare un processo di miglioramento continuo delle performance di sicurezza**, come testimonia l'implementazione in vigna di alcuni **strumenti come l'atomizzatore a recupero di prodotto e i sistemi di guida automatica con GPS e ricevitori rete RTK** sulle proprie trattori, che permettono anche l'invio automatico di una richiesta di aiuto.

Dopo un triennio senza infortuni, nel 2024 ne sono stati registrati quattro, di cui due in itinere e due avvenuti nell'area cantina durante le operazioni di vendemmia e vinificazione¹¹. L'Azienda sottoscrive **una polizza infortuni a favore di tutti i dipendenti**, che copre non solo l'attività in azienda, ma anche eventuali sinistri che potrebbero occorrere al lavoratore nel proprio tempo libero.

¹⁰ Vedasi appendice tecnica per il dettaglio dell'informazione.

¹¹ I dati relativi agli infortuni ricomprendono anche i lavoratori stagionali.



4.3 La cultura del lavoro in vigna

Dare accoglienza ai richiedenti asilo non con opere di carità ma attraverso l'offerta di lavoro e professionalità: è stato questo il proposito del progetto di integrazione avviato dall'Azienda nel 2016 con la collaborazione della Caritas di Foligno, un progetto finalizzato a **integrare i migranti in modo effettivo**, rendendoli protagonisti del riscatto del territorio e della comunità in cui vivono e operano.

Nel tempo l'integrazione tra le vigne ha acquisito il carattere dell'ordinarietà, divenendo uno dei tre livelli di Academy aziendale¹².

Per questo motivo nel 2024 l'Agenzia ONU **UNHCR Italia ha riconosciuto alla Arnaldo Caprai**, unica azienda vitivinicola premiata, il logo “**Welcome. Working for refugee integration**”, destinato alle realtà che favoriscono l'inclusione lavorativa delle persone rifugiate.

Nel 2024 questo percorso è stato ulteriormente valorizzato dal conferimento a **Marco Caprai** dell'**onorificenza motu proprio di Ufficiale al Merito della Repubblica da parte del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella per l'imprenditoria etica**, un riconoscimento che sottolinea il valore civile, sociale e culturale dell'impegno dell'Azienda nella promozione di modelli virtuosi di integrazione.

Repubblica da parte del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella per l'imprenditoria etica, un riconoscimento che sottolinea il valore civile, sociale e culturale dell'impegno dell'Azienda nella promozione di modelli virtuosi di integrazione.

La capacità aziendale di fare accoglienza, infatti, ha da un lato fornito un'opportunità di integrazione e dall'altro contributo a rispondere al problema della difficoltà di reperire lavoratori agricoli. Oltre ai benefici dovuti ad un contratto regolare, i neoassunti hanno nell'Azienda la possibilità di sviluppare le competenze necessarie alle mansioni lavorative che andranno a svolgere attraverso un corso di formazione dedicato alle fasi culturali. Terminato il lavoro stagionale, i migranti possono proporsi l'anno successivo continuando il percorso iniziato, oppure trovare occupazione presso altre imprese.

La composizione del personale del 2024 evidenzia come il 69,5% dei lavoratori stagionali da occupati in Azienda sia originario di paesi extra-europei e, tra questi, circa un terzo è richiedente asilo. **Nell'ultimo anno sono**



¹² Vedi paragrafo successivo.

stati infatti 31 i richiedenti asilo e rifugiati, sia uomini che donne, prevalentemente originari della Nigeria, ad essere stati impiegati tra i vigneti e la cantina dell'Azienda, **assunti come salariati agricoli**. Il successo dell'iniziativa attrae sempre più lavoratori, che giungono all'Arnaldo Caprai direttamente, consapevoli di trovare un ambiente accogliente e rispettoso.

Il lavoro ha dato a queste persone la possibilità di raccontare la loro storia tra ricchi percorsi di studi, grande forza di volontà e Paesi da cui fuggire, nonché **di farsi riconoscere dalla comunità come una ricchezza, contribuendo a sfatare ogni pregiudizio**.

4.4 Talenti e nuove generazioni

Le collaborazioni continue con Atenei ed enti di ricerca hanno, negli anni, garantito **l'aumento del grado di conoscenza e specializzazione dei dipendenti e collaboratori della Arnaldo Caprai**, valorizzandone le potenzialità e restituendo al distretto di Montefalco un capitale umano di grande valore.

Nel settore agricolo il tema della ricerca, selezione e formazione del personale è infatti centrale, considerata anche la crescente complessità tecnologica dei mezzi agricoli e la scarsa disponibilità di manodopera qualificata.

In risposta a queste sfide **l'Arnaldo Caprai ha sviluppato negli anni tre livelli di "Academy"**, che nel 2024 le sono valsi la classificazione tra le aziende finaliste agli EBAwards¹³ nella categoria *"Come conoscere, attrarre, trattenere i giovani talenti in azienda"*.

¹³ Contest che premia le iniziative di People Management delle PMI italiane.

¹⁴ Prima denominato "Viticulture Smart Academy".

¹⁵ La partnership con l'Istituto ha portato all'assunzione di ex studenti a seguito dell'attività di tirocinio presso l'Azienda, dimostrando l'efficacia del modello formativo. Attualmente, sono 5 i

Il primo livello dell'Academy è quello che coinvolge i lavoratori stagionali ed in special modo quelli che tra loro entrano per la prima volta in contatto con l'Azienda. Essi partecipano a corsi di formazione per le operazioni agricole, oltre che quelli obbligatori di salute e sicurezza sul lavoro.

Il secondo livello di formazione e attrazione dei talenti è quello realizzato attraverso il diretto **coinvolgimento dell'Azienda nell'ITS umbro "Agricoltura Sostenibile e Smart Farming"**¹⁴, ove dal 2014 essa entra in contatto con giovani diplomati iscritti alla scuola di alta specializzazione. Il percorso offre un'alta formazione e professionalità ai giovani partecipanti, impiegati in un percorso post-diploma in Agri-food al termine del quale gli studenti ricevono il Diploma di Stato di Istruzione Terziaria (pari al V livello del Quadro Europeo delle Qualifiche – EQF). I ragazzi, coinvolti in un corso di 1800 ore, di cui 800 di tirocinio da svolgere in azienda, acquisiscono conoscenze e competenze che li rendono in grado di gestire i processi di produzione del settore agricolo: affrontano moduli sulla normativa di base così come sulle tecniche agronomiche, sull'utilizzo delle più recenti tecnologie, e sulle strategie di marketing. Grazie alle ore di training **i giovani professionisti entrano in contatto con il mondo imprenditoriale, dove trovano occupazione**¹⁵: il risultato è un circolo virtuoso di crescita tecnica e culturale tra gli addetti del territorio.

Quest'ultimo progetto ha valso all'Azienda un attestato di merito al Premio di Eccellenza Duale 2021 della Camera di Commercio Italo-Germanica, riconoscimento dedicato alla valorizzazione dei progetti virtuosi di formazione duale in Italia.

Il terzo livello coinvolge i giovani laureandi e laureati che entrano in

dipendenti che provengono da questo tipo di percorso e che occupano funzioni sia agronomiche che amministrative.



contatto con l'Azienda grazie al suo rapporto ultradecennale con le Università e gli Enti di ricerca, e per effetto della notorietà e buona reputazione presso il mondo accademico. I tirocinanti e borsisti, a cui viene data **l'opportunità di mettere in pratica le proprie conoscenze teoriche**, sperimentano le mansioni lavorative e le relazioni interpersonali tipiche di una realtà vitivinicola. I giovani provengono prevalentemente dalle facoltà di Viticoltura e Enologia italiane, sebbene negli ultimi tre anni siano cresciuti in numero coloro che si sono avvicinati all'Azienda pur frequentando Facoltà economiche. Quest'ultimo livello dell'"Academy" aziendale facilita di gran lunga l'aggiornamento e lo scambio di competenze tra il mondo dell'accademia e quello dell'impresa: il 50% dei responsabili d'area proviene da queste esperienze.

4.4.1 Il vigneto digitale: coltivare il futuro dell'agricoltura

L'agricoltura sta attraversando una delle sue più profonde trasformazioni, guidata dalla diffusione di tecnologie digitali che stanno ridefinendo non solo gli strumenti, ma anche la **natura stessa del lavoro agricolo**. Se per secoli il lavoro nei campi è stato sinonimo di fatica, stagionalità e saperi tramandati di generazione in generazione, oggi chi coltiva la terra deve possedere competenze tecniche, capacità analitiche e familiarità con strumenti innovativi. Questa transizione riguarda sì l'intero settore, ma assume un'importanza ancora maggiore nelle **produzioni ad alto valore aggiunto, come la viticoltura**.

La spinta verso l'innovazione infatti non nasce soltanto dal desiderio di migliorare la produttività, ma risponde ad esigenze più ampie: garantire la sostenibilità ambientale, migliorare la qualità e l'efficienza del processo agricolo, rendere il lavoro agricolo più agevole e sostenibile. Porre la tecnologia al servizio della terra significa intervenire solo dove e quando serve, riducendo il consumo di risorse e l'impatto ambientale. Al contempo, alleggerisce la fatica del lavoro manuale e restituisce attrattività a un mestiere che, proprio grazie all'uso intelligente degli strumenti digitali, può tornare a essere una scelta di valore per le nuove generazioni.

In questo scenario, **la vera sfida consiste nel formare le persone affinché siano protagoniste della rivoluzione in atto**, perché capaci di coniugare il sapere agronomico tradizionale alle nuove competenze digitali e tecnologiche.

È su queste premesse che **nasce, nel 2024, il primo vigneto digitale d'Italia**, realizzato da Arnaldo Caprai in collaborazione con l'ITS Umbria Academy. All'interno di questo percorso, l'Arnaldo Caprai svolge un ruolo attivo e continuativo contribuendo sia alla **progettazione del piano di studi**, sia alla **messa a disposizione di aule e personale specializzato**. L'Azienda ha ampliato il raggio d'azione mettendo a disposizione dell'Istituto uno dei propri vigneti, trasformandolo in un'aula a cielo aperto e in un laboratorio di sperimentazione, dove la conoscenza si costruisce attraverso l'esperienza diretta.

Il vigneto è stato dotato di una rete di sensori digitali, in grado di raccogliere e trasmettere un'enorme quantità di dati relativi alle condizioni ambientali e allo stato fisiologico delle viti. Una stazione meteo professionale e una sonda per il suolo monitorano costantemente parametri cruciali come umidità, salinità e temperatura; una trappola rileva la presenza della tignola e sensori specifici rilevano l'attività fisiologica delle viti; un drone multispettrale e un sistema di rilevamento RTK permettono di mappare il vigneto con precisione centimetrica, mentre un robot tagliaerba gestisce la vegetazione nel pieno rispetto dell'ecosistema.

A supporto di queste tecnologie, un protocollo di gestione sviluppato in collaborazione con un'importante società italiana di innovazione in agricoltura permette agli studenti di **analizzare i dati raccolti, interpretarli e tradurli in decisioni operative mirate**: stabilire quando irrigare, quali trattamenti eseguire, come ottimizzare l'apporto di risorse, o individuare il momento ottimale per la raccolta.

La formazione, così concepita, non è più soltanto teorica ma diventa un'esperienza immersiva in cui gli studenti del corso "Agricoltura Sostenibile e Smart Farming" acquisiscono una comprensione completa delle tecnologie avanzate e delle tecniche moderne di viticoltura, **sviluppando competenze che uniscono conoscenza agronomica e padronanza digitale**.

4.5 Il contributo al territorio

Consapevole di essere stata e essere tutt'ora un punto di riferimento non solo enologico ma anche imprenditoriale, la Arnaldo Caprai è impegnata nella difesa, nella valorizzazione e nel racconto del territorio e della collettività che lo abita.

Oggi l'Azienda è in prima fila nel dialogo con Istituzioni e Associazioni per la realizzazione di un Distretto rurale "*Distretto del cibo Valle Umbra Sud*", facendo parte attraverso l'Amministratore Delegato del suo CdA. Ha promosso, sia direttamente sia in collaborazione con altre associazioni di produttori, **progetti per lo sviluppo della zona di Montefalco**, che hanno reso il borgo conosciuto e apprezzato in tutto il mondo.

Allo stesso modo, convinti della necessità di responsabilizzare l'intero territorio sullo sviluppo sostenibile delle realtà locali, l'Arnaldo Caprai è stata promotrice verso altre cantine di Montefalco nella realizzazione del **primo protocollo di sostenibilità territoriale del settore vitivinicolo in Italia**.

In questo impegno di apertura e condivisione, nel 2024 l'Azienda ha accolto tra i suoi filari i partecipanti al Master EIIS – Sustainable Agrifood Systems come caso di studio, offrendo agli studenti coinvolti l'opportunità di osservare e confrontarsi da vicino con il modello di gestione sostenibile adottato.

Ma resta il borgo di Montefalco, con il suo patrimonio storico – artistico ed enologico, ad essere sempre stato il protagonista delle iniziative aziendali. Da ultimo nel 2022, **in occasione dei 30 anni dalla nascita della DOCG Montefalco Sagrantino**, l'Arnaldo Caprai ha voluto ricordare la data che **ha cambiato le sorti del tessuto umano e produttivo di Montefalco**, rivolgendosi alla giovane artista e influencer Bernulia, per dare una nuova immagine al Sagrantino, il vino cui questo territorio deve il suo successo.

Come nell'epoca rinascimentale, l'arte è un nobile catalizzatore di attenzione verso il territorio e la sua tradizione. È così che è nata nel 2021 l'**etichetta d'artista** del Sagrantino di Montefalco DOCG "Cinquant'anni", voluta per

celebrare i 50 anni dell'Azienda, a rimarcarne la connessione con l'area di produzione. Realizzata in **oro zecchino** dalla storica azienda fiorentina Giusto Manetti Battiloro e **firmata dall'artista internazionale Paolo Canevari**, l'etichetta è una reinterpretazione della pala del 1466 di Benozzo Gozzoli intitolata "Sposalizio mistico di Santa Caterina di Alessandria e i santi Bartolomeo, Francesco, Lucia e angeli".

Arrivata alla quinta edizione, anche **la raccolta fondi dal nome #CAPRAI4LOVE** è parte integrante e tangibile della filosofia della nostra cantina come strumento di visione e di impegno costante per il sostegno della cultura del nostro territorio. Negli anni, anche grazie al coinvolgimento di testimonial d'eccezione e altre aziende e associazioni del territorio, l'iniziativa ha reso possibile il recupero e il restauro di alcune opere che testimoniano la storia della vivacità culturale di Montefalco: tra questi l'affresco di Benozzo Gozzoli "Grandi Francescani" e l'arco ligneo del Museo di San Francesco. **È attualmente in corso di sviluppo un nuovo progetto** che, tramite il coinvolgimento di un artista locale, vorrebbe contribuire al **restauro di una piccola chiesa di campagna sita nel comune di Bevagna** dedicata alla Beata Vergine Maria di Costantinopoli.

Dall'impegno **in prima linea per la visibilità del distretto del Sagrantino, della sua cultura, della sua storia, dei suoi paesaggi e dei suoi magnifici prodotti** è nata anche la virtuosa collaborazione tra l'Azienda e la rivista Winenews, con cui nel 2016 è stato realizzato un progetto che ha **coinvolto i bambini della scuola primaria "Bruno Buozzi"** di Montefalco in un laboratorio di educazione al gusto e all'alimentazione. Nella serie di incontri, il team della Arnaldo Caprai ha trasmesso loro la curiosità nei confronti delle specie animali e vegetali, accompagnandoli poi nella scoperta delle viti di Sagrantino centenarie che si trovano al bordo di alcuni palazzi medievali del centro storico di Montefalco, nonché nell'osservazione dei paesaggi naturali, già oggetto dell'opera di Benozzo Gozzoli. Il progetto ha avuto l'obiettivo di **tramandare ai bambini la consapevolezza della straordinaria biodiversità e ricchezza culturale** del luogo in cui vivono.

Nel 2018, Arnaldo Caprai **ha pubblicato** la "Sagrantino Trail and Taste:



quattro itinerari in un terroir d'eccellenza", una **guida gratuita del territorio del Sagrantino**, scaricabile online e disponibile in italiano e inglese. La guida è stata aggiornata e ristampata nel 2020, ed è oggi consultabile anche nello spazio Enoteca dell'azienda.

Dopo il terremoto che nell'agosto 2016 ha duramente colpito i comuni di Amatrice, Norcia e Visso, il turismo in Umbria ha subito un forte ridimensionamento, e il fenomeno ha toccato anche l'attività del distretto di Sagrantino. La presentazione di "The Duel of Wine" alla **73esima Mostra del Cinema di Venezia**, un film girato in gran parte tra gli spazi della cantina **Arnaldo Caprai, le vie e i palazzi di Montefalco**, ha contribuito a dare una nuova e più sicura immagine dei luoghi, evocando paesaggi e stili di vita che rimandano alla tradizione millenaria del territorio. Nel film, Marco Caprai interpreta sé stesso, e in numerose scene il protagonista sommelier Charlie Arturaola degusta i vini dell'azienda. **L'intera comunità è stata coinvolta per prendere parte al cast** del film attraverso un contest online.

Le molte iniziative culturali e musicali supportate dalla Arnaldo Caprai sono sempre state affiancate da quelle sportive. Nel passato l'Azienda ha avuto un lungo rapporto di sponsorship con la **Sagrantino International Balloon Challenge Cup**, una competizione tra mongolfiere che in estate attira oltre 90 equipaggi da tutto il mondo, fungendo così da vetrina di promozione del territorio e delle sue tipicità agroalimentari. I partecipanti, dopo aver volato sui vigneti di Sagrantino, sono accolti dalle attività del distretto che offrono loro diversi servizi. Negli scorsi anni, Arnaldo Caprai ha rinnovato il suo rapporto con l'evento nell'ambito del progetto *Montefalco Agricool*, un'iniziativa tesa a potenziare i flussi turistici nell'areale del Sagrantino. **Nel 2022 e nel 2023 il rapporto di sponsorship ha legato l'azienda anche al mondo del ciclismo e del podismo:** i percorsi della pedalata d'epoca **Ciclostorica Francescana** e della **Sagrantino Running** hanno attraversato i vigneti dell'azienda, dove i partecipanti sono stati accolti con vino aziendale e prodotti locali.

L'attenzione alla salvaguardia del territorio e al supporto della comunità non si limita al solo territorio di Montefalco.

In occasione dei cento anni del Premio Nobel Rita Levi Montalcini, ha devoluto alla Fondazione Rita Levi Montalcini l'intero ricavo della vendita di un'edizione speciale a lei dedicata, per supportare l'impegno della Fondazione nella **promozione dell'istruzione delle donne nel continente africano**. Sempre al continente africano è stata dedicata nel 2023 **l'iniziativa DiVento**, promossa da Donne della Vite ed Amani ONLUS. Una raccolta fondi per la Casa di Anita, **una casa di accoglienza per bambine e ragazze vulnerabili a Nairobi**, in Kenya, cui l'Azienda ha contribuito con il proprio Colli Martani Grechetto DOC i cui ricavati di vendita, gestiti dall'ONLUS, sono stati destinati a sostenere una porzione del costo totale del progetto.

L'Azienda ha anche fatto parte del **Comitato dei Promotori di Symbola**, Fondazione delle qualità italiane. Partecipa attivamente ad associazioni di settore come Confagricoltura, supportando molte delle iniziative periodicamente attivate. Come socia dell'**Agenzia di Pollenzo** ha contribuito al recupero dello storico complesso di Pollenzo e alla creazione di un *hub* di riferimento per la conoscenza enogastronomica sede della prima Università di Scienze Gastronomiche al mondo.

Nota metodologica

Il presente report è la quinta edizione del Bilancio di Sostenibilità realizzato secondo le linee guida *GRI Sustainability Reporting Standards* definiti nel 2021 dal *Global Reporting Initiative (GRI)*. Laddove presenti, sono stati utilizzati gli aggiornamenti 2018, 2019 e 2020 delle linee guida. Per la definizione dei temi materiali sono stati confrontati quelli individuati con quelli proposti dal GRI Sector Standard 13, Agriculture, Aquaculture and Fishing Sector.

La definizione dei contenuti del Bilancio è stata predisposta secondo i principi di rendicontazione definiti da GRI: accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività, verificabilità.

Questo Bilancio di Sostenibilità segue il precedente, pubblicato nell'agosto 2024 e relativo alle *performance* del 2023, ed è relativo all'esercizio compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024. Contiene, laddove disponibili, i trend di performance su diversi anni a fini comparativi. Contiene anche, laddove necessario, la correzione di valori che, a seguito di revisione, sono stati resi definitivi.

I contenuti del documento sono stati identificati dal *management* aziendale e sono riportati in aderenza ai principi di rendicontazione richiamati dalle linee guida GRI. Il presente documento rappresenta il frutto di un percorso articolato che ha coinvolto trasversalmente l'intera organizzazione, impegnata nella raccolta e verifica dei dati e delle informazioni da rendicontare, con il supporto di Be Green Consulting, società benefit specializzata in servizi per la sostenibilità. I dati sono stati raccolti utilizzando i sistemi informativi aziendali attualmente in uso, oltre alla specifica documentazione interna disponibile ed alle altre fonti ufficiali.

L'elenco degli indicatori rendicontati e la loro collocazione all'interno del Bilancio sono riportati nel GRI *Content Index* presentato in coda al documento.

Il documento continuerà ad essere pubblicato con cadenza annuale, al fine anche di garantire la costante rendicontazione delle performance della Arnaldo Caprai.

L'organizzazione Arnaldo Caprai Società Agricola s.r.l., si occupa della produzione di uva da vino, mosto e successive fasi di vinificazione, lavorazione, affinamento ed imbottigliamento. Nel periodo di rendicontazione non si sono rilevati cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nella catena di fornitura. Il Consiglio di Amministrazione nominato a seguito della modifica dell'assetto societario avvenuta nel 2022, si occupa di stabilire gli scopi, i valori e le strategie dell'organizzazione, così come di valutare le *performance*. È composto da una Presidente donna di età superiore ai 40 anni e due uomini Consiglieri, entrambi di età superiore ai 50 anni. La Presidente del CdA è anche Rappresentante Legale e uno dei due Consiglieri è l'Amministratore Delegato della Arnaldo Caprai Società Agricola s.r.l. Si precisa che non viene predisposto il bilancio consolidato e i relativi dati economico - finanziari sono acquisiti dal bilancio d'esercizio.

Per informazioni e approfondimenti su questo documento, si prega di contattare: *Ludovica Calselli*, lcalselli@arnaldocaprai.it.

GRI Content Index

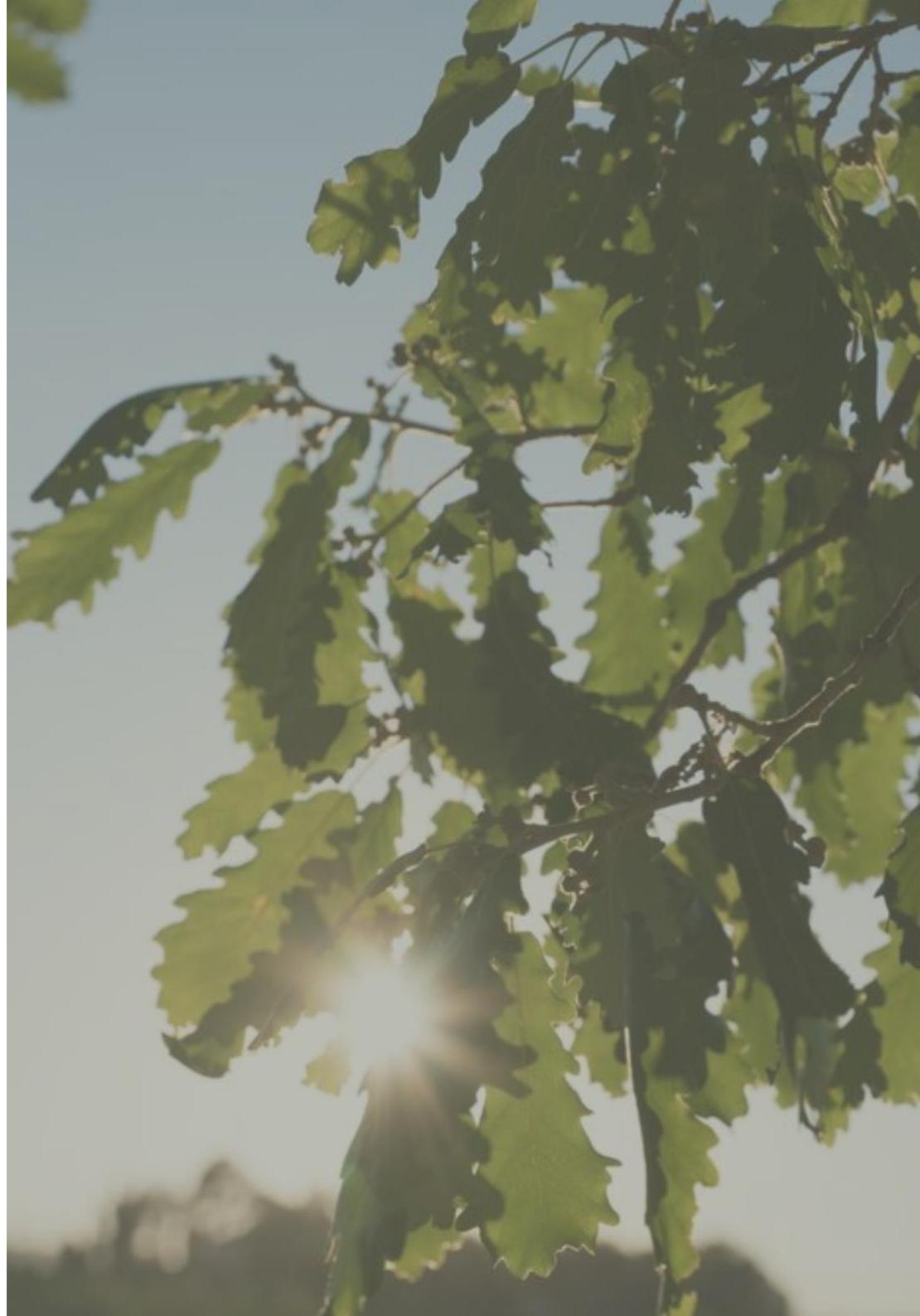
Dichiarazione d'uso	Nel presente Bilancio di Sostenibilità sono rendicontate le seguenti informative GRI per il periodo 01/01/2024 - 31/12/2024 di Arnaldo Caprai Società Agricola s.r.l.
GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

Tema materiale/Disclosure GRI		Riferimenti Capitolo/Paragrafo/Ubicazione	Note Applicazione standard/Omissioni
GRI 2 INFORMATIVA GENERALE 2021			
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione			
2-1	Dettagli organizzativi	Cap. 1 Origini, par. 1.1 Viticoltore in Montefalco dal 1971, Nota Metodologica.	
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione		La Arnaldo Caprai società agricola s.r.l. non appartiene ad alcun Gruppo, non è per questo tenuta alla redazione del bilancio consolidato.
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica.	
2-4	Revisione delle informazioni	Nota metodologica.	
2-5	Assurance esterna	-	Non è stata effettuata alcuna attività di assurance esterna.
Attività e lavoratori			
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 2 Connessioni, par. 2.1 Identità in bottiglia, par. 2.3 Reti e mercati; Cap. 3 Natura, par. 3.2 Qualità e controllo.	
2-7	Dipendenti	Appendice tecnica.	
2-8	Lavoratori non dipendenti	Appendice tecnica.	
Governance			
2-9	Struttura e composizione della governance	Nota metodologica.	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	-	Il Consiglio di Amministrazione è nominato dall'Assemblea dei soci secondo quanto previsto dalle disposizioni di legge (Codice civile) e dallo Statuto. Per l'attuale composizione dei CdA, l'Assemblea ha adottato un criterio di selezione improntato sulla diversità tesa alla rappresentatività di tutti i principali soci.
2-11	Presidente del massimo organo di governo	-	Presidente del CdA è Arianna Caprai.
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	-	La definizione degli obiettivi e target aziendali, inclusi quelli di sostenibilità, è rimessa all'Amministratore Delegato, che riferisce al CdA. Ciascun responsabile ha il compito di

realizzare gli obiettivi e target afferenti alla propria area di competenza. Il monitoraggio sul raggiungimento dei target avviene attraverso modalità non formalizzate.			
Il CdA non ha attualmente conferito alcuna delega specifica in merito alla gestione degli impatti dell'Organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone. Il presidio di tale aspetto è affidato al ruolo svolto da ciascun responsabile di area.	2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	-
Il Bilancio di Sostenibilità è presentato al CdA. I contenuti del documento sono frutto delle informazioni condivise dai responsabili di area per le parti di competenza.	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	-
Il Codice Etico sancisce che il Direttore, i responsabili di area, i responsabili tecnico-operativi, più in generale i dipendenti, collaboratori e consulenti dell'Azienda siano tenuti ad evitare situazioni in cui possano manifestarsi conflitti d'interesse e nel caso in cui ciò accada darne comunicazione ai superiori o alla dirigenza.	2-15	Conflitti d'interesse	-
Non è prevista una procedura formalizzata per la comunicazione delle criticità, tuttavia quando sopravvengono queste vengono discusse negli incontri periodici del CdA.	2-16	Comunicazione delle criticità	-
Non ci sono misure specifiche indirizzate al CdA. La crescita delle competenze in materia di sviluppo sostenibile è rimessa alla formazione individuale.	2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	-
Non sono previsti processi di valutazione delle prestazioni del CdA.	2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	-
Per motivi di riservatezza non si ritiene applicabile l'indicatore.	2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	-
Non è prevista una procedura di determinazione della retribuzione del CdA.	2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	-
Per motivi di riservatezza non si ritiene applicabile l'indicatore.	2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	-
Strategia, politiche e prassi			
Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2-22	Cap. 1 Origini, par. 1.2 La visione della sostenibilità, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.	
Impegno in termini di policy	2-23	Per la consultazione delle policy su diritti umani e nei rapporti di business si	-

			rimanda alla sezione "Trasparenza" del sito web aziendale ove i relativi documenti sono disponibili.	
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	-	<p>La Politica Aziendale, la Politica Anticorruzione, la Politica Ambientale e il Codice Etico riportano principi e impegni per garantire una condotta aziendale responsabile. Il Codice Etico aziendale, da ultimo aggiornato nel 2023, prevede uno specifico impegno nella tutela dei diritti umani. L'aderenza allo standard di sostenibilità Equalitas, garantita dal rinnovo annuale della certificazione, assicura la garanzia di presidio dei vari ambiti oggetto di certificazione (pratiche agricole, di cantina, ambientali, economiche, sociali, di comunicazione). La divulgazione interna di tale impostazione è garantita da una sessione formativa annuale rivolta ai dipendenti. Per tutti gli stakeholder è possibile entrare a conoscenza dei principi e degli impegni dell'organizzazione attraverso il Bilancio di Sostenibilità, la Politica Aziendale, la Politica Anticorruzione, il Codice Etico, condivisi sul sito internet aziendale alla sezione "Trasparenza". I fornitori vengono altresì valutati attraverso un questionario che indaga la loro rispondenza ai valori dell'Arnaldo Caprai così come citati dalle policy.</p>	<p>2-28 Appartenenza ad associazioni Cap. 4 Persone, par. 4.5 II contributo al territorio.</p> <p>Coinvolgimento degli stakeholder</p> <p>2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030, par. 1.3.3 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder</p> <p>2-30 Contratti collettivi Cap. 4 Persone, par. 4.1 La comunità di Caprai Tutti i lavoratori sono coperti da accordi di contrattazione collettiva.</p> <p>GRI 3 TEMI MATERIALI</p> <p>3-1 Processo di determinazione dei temi materiali Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030, par. 1.3.1 Il valore strategico dell'analisi di materialità.</p> <p>3-2 Elenco dei temi materiali Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030, par. 1.3.2 Identificazione dei temi.</p> <p>3-3 Gestione dei temi materiali Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.</p> <p>Crescita economica e performance finanziaria</p> <p>3-3 Gestione del tema materiale Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.</p> <p>201-1 Valore economico diretto generato e distribuito Appendice tecnica.</p> <p>13.2 Adattamento climatico e resilienza</p> <p>3-3 Gestione del tema materiale Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.</p> <p>201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico Cap. 3 Natura, par. 3.4 Consumi e risorse, par. 3.4.3 Emissioni.</p> <p>13.3 Biodiversità</p> <p>3-3 Gestione del tema materiale Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.</p> <p>304-1 Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette Cap. 3 Natura, par. 3.3 Biodiversità.</p> <p>304-2 Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità Cap. 3 Natura, par. 3.3 Biodiversità.</p> <p>304-3 Habitat protetti o ripristinati - L'indicatore non è ritenuto pertinente in quanto l'Azienda non opera in aree geografiche protette.</p> <p>13.5 Salute del suolo</p> <p>3-3 Gestione del tema materiale Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.</p> <p>NO GRI Cap. 3 Natura, par. 3.3 Biodiversità.</p>
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	-	L'Azienda ha un dialogo costante con gran parte degli stakeholder tra cui fornitori, dipendenti e clienti, e gestisce i reclami seguendo meccanismi specifici in base alla tipologia di reclamo, in modo che siano presi in carico dall'area aziendale coinvolta. Il riscontro in merito alla gestione della segnalazione viene comunicato allo stakeholder che l'ha sollevata.	
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	-	A ogni livello aziendale il confronto avviene frequentemente. Per le segnalazioni anonime è stata predisposta sia una box nei locali della cantina che una casella di posta apposita: reclami@arnaldocaprai.it.	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	-	Non c'è stato alcun caso di non conformità a leggi o regolamenti nel periodo di rendicontazione.	
2-28	Appartenenza ad associazioni	Cap. 4 Persone, par. 4.5 II contributo al territorio.		

13.15	Non discriminazione e pari opportunità		
3-3	Gestione del tema materiale	Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030.	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Nota metodologica; Appendice tecnica.	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	-	Non si sono rilevati episodi di discriminazione.
13.19	Salute e sicurezza		
3-3	Gestione del tema materiale	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-1	Sistema di gestione salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere; Appendice tecnica	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	-	L'Azienda ha attiva una polizza di assistenza sanitaria integrativa per i lavoratori impiegati a tempo indeterminato.
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
403-9	Infortuni sul lavoro	Cap. 4 Persone, par. 4.2 Sicurezza e benessere.	
No GRI	Presenza sui media		
3-3	Gestione del tema materiale	Cap. 1 Origini, par. 1.3 Materialità e Agenda 2030; Cap. 2 Connessioni , par. 2.4 La forza del racconto.	



Appendice tecnica

GRI 2-7: DIPENDENTI

L'impiego di personale nel settore vitivinicolo è notevolmente influenzato dalla stagionalità intrinseca delle diverse fasi di lavorazione. Tale aspetto determina un elevato impiego di lavoratori stagionali. L'assunzione del personale stagionale avviene generalmente nel mese di gennaio, attraverso il ricorso a contratti a termine con scadenza entro la fine dell'anno. Questo approccio garantisce ai dipendenti la possibilità di effettuare le necessarie giornate lavorative, gestendo in tal modo le fluttuazioni delle lavorazioni proprie del settore, ulteriormente influenzate dalla variabilità delle condizioni meteorologiche.

Le seguenti tabelle riportano con maggiore dettaglio la composizione della forza lavoro nel triennio 2022-2024. I dati fanno riferimento al numero dei dipendenti al 31 dicembre di ciascun anno, motivo per cui potrebbero risultare non conformi a quelli degli anni precedenti (in cui nel conteggio totale dei dipendenti si era tenuto conto anche dei dimissionari durante l'anno).

Si ricorda che la Arnaldo Caprai società agricola srl opera esclusivamente nell'area della DOCG del Sagrantino di Montefalco, in provincia di Perugia.

Dipendenti per genere (in numero)	2022	2023	2024
Donne	48	42	41
Uomini	118	121	113
Totale dipendenti	166	163	154

Il numero totale di dipendenti fissi e stagionali per il 2024 è pari a 154 unità, di cui 41 donne e 113 uomini. Come già accennato all'inizio del presente paragrafo, il contratto stagionale costituisce una particolare declinazione del

contratto a tempo determinato ampiamente utilizzato nel settore agricolo. Le motivazioni sottese all'utilizzo di questo strumento rendono raramente utilizzate altre forme contrattuali a tempo determinato. Lo squilibrio di genere è addebitabile alle caratteristiche del lavoro agricolo, che attrae un numero più elevato di lavoratori uomini rispetto alle donne. Questo è tanto più evidente se si considera che, prendendo in considerazione i lavoratori stagionali la percentuale di donne è pari al 27%, mentre tra i lavoratori fissi (che riguardano le mansioni per lo più impiegatizie) la percentuale di donne sale al 42%.

Dipendenti per contratto (in numero)	2022			2023			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Contratto a tempo indeterminato	8	8	16	9	12	21	11	15	26

Dipendenti per orario lavorato (in numero)	2022			2023			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full time	8	6	14	9	10	19	11	12	23
Part time	-	2	2	-	2	2	-	3	3
Totale	8	8	16	9	12	21	11	15	26

Come si evince dalla lettura delle due tabelle precedenti, nel 2024 si registra l'88% della popolazione aziendale assunta con contratto a tempo pieno (full time) e il restante 12% con contratto a tempo parziale (part time).

Volendo fornire una rappresentazione completa dei lavoratori stagionali occupati in Azienda, si è ritenuto opportuno offrire in questa sede sia il dato relativo alla composizione per genere (uomo, donna) che per regione di origine (se nati in Italia, in Unione Europea o in paesi fuori dall'Unione Europea).

Dipendenti a ore non garantite (in numero)	2022			2023			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Italia	21	20	41	14	19	33	15	21	36
UE	2	3	5	2	3	5	2	1	3
Extra UE	17	87	104	17	87	104	13	76	89
Totale	40	110	150	33	109	142	30	98	128

GRI 401: OCCUPAZIONE 2016

GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover¹⁶

I dati riportati fanno riferimento ai dipendenti della Arnaldo Caprai società agricola Srl, esclusi i dipendenti stagionali.

Turnover per fascia d'età (in numero)	2022	2023	2024
Nuove assunzioni			
Uomini			
<30 anni	3	-	
30-50 anni	-	3	1
>50 anni	-	1	1
Donne			
<30 anni	-	1	1
30-50 anni	-	-	1
>50 anni	-	-	
Cessazioni			
Uomini			
<30 anni	-	-	-
30-50 anni	1	-	-
>50 anni	-	-	1
Donne			
<30 anni	-	-	-
30-50 anni	-	1	1
>50 anni	1	-	-

¹⁶ Il tasso di turnover complessivo è calcolato come il rapporto tra la somma delle nuove assunzioni e delle cessazioni nel periodo di riferimento e l'organico medio del periodo, moltiplicato per 100.

Il tasso di turnover positivo è calcolato come il rapporto tra le nuove assunzioni nel periodo di riferimento e l'organico aziendale all'inizio del periodo, moltiplicato per 100.
Il tasso di turnover negativo è calcolato come il rapporto tra le cessazioni di lavoro nel periodo di riferimento e l'organico aziendale all'inizio del periodo, moltiplicato per 100.

% Turnover	2022	2023	2024
Positivo	20	37,5	19
Negativo	20	6,3	9,5
Complessivo	43,6	42,8	26,8

GRI 401: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018

GRI 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro

I dati riportati includono i dipendenti stagionali.

Formazione per categoria di dipendenti (in ore)	2024		
	Uomini	Donne	Totale
Operai	739	78	817
Impiegati	24	12	36
Totale	763	90	853

GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA 2016

GRI 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito¹⁷

Per avviare un percorso di crescita sostenibile, è fondamentale per l'impresa riconoscere l'interconnessione tra le dimensioni economica, ambientale e sociale della propria attività. In questa prospettiva, la performance economica

non rappresenta soltanto il risultato della gestione finanziaria, ma riflette la capacità dell'organizzazione di generare valore duraturo per i propri stakeholder e per il territorio in cui opera.

Per l'Arnaldo Caprai, la solidità economica è il presupposto essenziale per sostenere nel tempo l'eccellenza produttiva, l'innovazione e la tutela del patrimonio culturale e ambientale che da sempre la contraddistinguono. Creare valore significa quindi non solo generare redditività, ma anche reinvestire risorse in iniziative che promuovano la qualità, la sostenibilità e la valorizzazione del territorio di Montefalco e della regione umbra.

Tale visione trova espressione nell'analisi del valore economico generato e distribuito, che consente di comprendere come l'Azienda crei e ridistribuisca ricchezza nel proprio ecosistema. Nel dettaglio, il **valore economico generato** corrisponde al valore della produzione risultante dal conto economico, includendo i ricavi da vendite e prestazioni, gli altri ricavi e proventi e i proventi di natura finanziaria. Il **valore economico distribuito**, invece, rappresenta l'insieme delle risorse destinate ai diversi stakeholder: personale, fornitori, finanziatori e Pubblica Amministrazione.

La differenza tra valore generato e distribuito costituisce il **valore economico trattenuto**, formato dall'utile (o dalla perdita) d'esercizio, dagli ammortamenti e dagli accantonamenti. Tali risorse consentono all'Azienda di mantenere solidità patrimoniale, alimentare nuovi investimenti e garantire continuità e crescita nel lungo periodo.

Nel 2024 l'Arnaldo Caprai ha distribuito ai propri stakeholder un valore economico complessivo pari a 7.788.920 euro. La quota più rilevante è rappresentata dai **costi operativi**, pari a 4.714.838 euro (61% del totale), che comprendono i corrispettivi riconosciuti ai fornitori di beni e servizi funzionali alla produzione vitivinicola e alla gestione aziendale. Segue la **remunerazione del personale**, pari a 2.185.275 euro (28%), che comprende stipendi, contributi e benefici riconosciuti ai dipendenti aziendali. La **remunerazione dei fornitori**, pari a 58.103 euro (0,7%), si riferisce agli oneri

¹⁷ Per dettagli si rinvia al bilancio d'esercizio 2024, correttamente pubblicato in Camera di Commercio.

sostenuti nei confronti di istituti di credito e altri soggetti finanziatori, mentre la **remunerazione della Pubblica Amministrazione**, pari a 1.544 euro (0,02%), riguarda il pagamento di imposte e tributi destinati alla collettività.

Valori in euro	2023	2024	Var. % 2023-2024
Valore economico generato	8.161.099	7.788.920	-5%
Valore economico distribuito	7.471.898	6.959.760	-7%
Costi operativi	5.383.150	4.714.838	-12%
Costo del personale	2.041.619	2.185.275	7%
Pagamenti a fornitori di capitale	44.757	58.103	30%
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	2.372	1.544	-35%
Valore economico trattenuto	689.201	829.160	20%
Ammortamenti	575.845	628.879	9%
Risultato d'esercizio	113.356	200.281	77%

Società Agricola S.r.l.

Località Torre di Montefalco, 1
06036 - Montefalco (PG) Italia
Tel. 0742/378802
Fax 0742/378422
Email info@arnaldocaprai.it

SEGUICI SUI SOCIAL



Arnaldo Caprai Viticoltore in Montefalco



@arnaldocaprai



@arnaldocaprai



Arnaldo Caprai Viticoltore

ARNALDO·CAPRAI