



**BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ
2017**



**BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ
2017**





*Il nostro più profondo desiderio è che questo progetto
sia un bene per la gente di Montalcino, un bene per l'Italia,
un bene per l'America e un bene per tutti coloro
che amano i vini di qualità.*

JOHN F. MARIANI, 12 SETTEMBRE 1984

**DISCORSO DI INAUGURAZIONE
DELLA CANTINA BANFI A MONTALCINO**

Lettera dei Presidenti	9	<i>Chi siamo</i>	63
CAP 1 Banfi: numeri, manifesto e valori di riferimento	10	<i>La variazione della forza lavoro</i>	71
<i>I numeri di Banfi</i>	11	<i>Salute, sicurezza e formazione</i>	81
<i>Manifesto</i>	12	<i>La formazione</i>	86
<i>Principi e valori di riferimento</i>	12	<i>Appendice: dati fine anno</i>	89
CAP 2 La storia, i territori, i prodotti e i servizi di ospitalità	14	CAP 8 La Tutela dell'Ambiente	92
<i>La storia di Banfi</i>	15	<i>La centralità dell'ambiente per Banfi</i>	94
<i>I territori di Banfi</i>	18	<i>Il cambiamento climatico e il contributo di Banfi</i>	95
<i>Il mondo vino</i>	19	<i>La difesa delle colture e dell'ambiente: concimazioni e trattamenti</i>	98
<i>Il Borgo</i>	27	<i>Il contributo dell'ospitalità al rispetto per l'ambiente</i>	103
CAP 3 Gli stakeholder di Banfi	32	<i>Gli altri contributi e i progetti per la riduzione dell'impatto ambientale</i>	104
CAP 4 L'analisi di materialità	36	<i>Il consumo di acqua e di energia</i>	107
CAP 5 Aspetti di governance e creazione del valore	40	CAP 9 La difesa della qualità	118
<i>La struttura di governance</i>	41	<i>La qualità e la sicurezza alimentare</i>	120
<i>La struttura societaria</i>	42	<i>Le produzioni Banfi: il vino</i>	121
<i>Modello di governance</i>	43	<i>Le produzioni Banfi: oltre il vino</i>	124
<i>Valore economico generato e distribuito</i>	46	<i>Le certificazioni</i>	126
CAP 6 La nostra catena del valore e il senso di appartenenza	48	<i>Il processo di analisi interna: il ruolo dei laboratori di analisi</i>	129
<i>La catena del valore</i>	49	<i>R&S</i>	131
<i>Approvvigionamento</i>	51	<i>La ricerca dell'eccellenza e il progetto di ricerca Banfi 3.0 (2016-2024)</i>	132
<i>Produzione</i>	55	<i>L'ospitalità e la difesa della qualità</i>	133
<i>Distribuzione</i>	57	CAP 10 La valorizzazione e lo sviluppo del territorio	134
<i>Il senso di appartenenza</i>	59	<i>Iniziative di sostenibilità</i>	136
CAP 7 La valorizzazione e lo sviluppo delle risorse umane	60	<i>Investimenti economici verso la comunità</i>	139
<i>Le nostre risorse umane</i>	62	CAP 11 Nota Metodologica	140
		CAP 12 Content Index	144



G4-1

LETTERA DEI PRESIDENTI

Carissimi,

l'impegno nella rendicontazione del percorso di sostenibilità, avviato già da tempo, delle correlate Società Banfi Italia, continua anche nel 2017.

L'anno che stiamo per raccontarvi è stato caratterizzato da una particolare condizione di siccità che ha influenzato le coltivazioni in Italia, così come nel resto dell'Europa. La particolare situazione di difficoltà è stata fronteggiata grazie allo sfruttamento più intensivo dei nostri bacini idrici, attingendo ad un volume di acqua superiore al valore medio. Grazie all'utilizzo di tali riserve idriche siamo riusciti a contenere le perdite della nostra produzione.

Se le condizioni climatiche si riflettono sempre sulla produzione agricola, in altre attività della filiera fortunatamente ciò non avviene. In particolare, nell'ambito delle attività di cantina, Banfi ha confermato i risultati positivi già consolidati negli esercizi precedenti, in riferimento alla depurazione delle acque. Nel 2017, a fronte di un attingimento dai pozzi per un volume pari a circa 82.000 mc di acqua, di cui circa 12.000 destinati ad uso irriguo, sono stati re-immessi nel ciclo idrico circa 65.000 mc di acqua depurata, pari a circa il 79% del totale. Tale acqua è confluita

nel fiume Orcia, tornando quindi ad essere nuovamente disponibile all'interno dell'ecosistema.

Nel 2017, inoltre, si è confermato il percorso di ricerca che rappresenta un elemento centrale da sempre perseguito in Banfi. Tra le varie attività ricordiamo l'impianto di oltre 4 ettari di vitigni resistenti a specifiche fitopatologie.

Nel corso dell'anno sono proseguite le numerose attività di sostegno alle Comunità del Territorio. Tra le iniziative più rilevanti si ricorda l'istituzione, tramite la Fondazione Banfi, del primo centro di studi permanente sul Sangiovese: Sanguis Jovis - Alta Scuola del Sangiovese. Il progetto si pone tre principali obiettivi: formazione, ricerca scientifica e comunicazione culturale. Tale progetto, ha aperto la strada ad altre iniziative e collaborazioni che la Fondazione Banfi ha già identificato e intende sviluppare nei prossimi anni.

In continuità con la visione strategica di Banfi, si è confermato l'impegno prioritario a sviluppare la comunicazione interna. In tale contesto il Bilancio di Sostenibilità rappresenta un prezioso supporto per garantire uno scambio di comunicazione sempre più

stretta, oltre che un momento di condivisione degli obiettivi di crescita.

Con l'intento di supportare la visione di sostenibilità di Banfi, collegando alla stessa dei precisi obiettivi di crescita, si è infine avviato un percorso per la definizione del piano strategico di sostenibilità, uno strumento di fondamentale importanza per poter indirizzare, su un orizzonte temporale di medio e lungo periodo, obiettivi, risorse, azioni da intraprendere e risultati attesi in riferimento alle sfide di sostenibilità che Banfi intende affrontare. Il piano strategico di sostenibilità sarà ultimato nel corso del 2018 pertanto lo stesso sarà oggetto di racconto nella prossima edizione del bilancio di sostenibilità.

Orgogliosi del percorso virtuoso che ha portato alla redazione di questo documento e, sempre più convinti della forza di tale strumento per affermare i valori e i principi che ci guidano nel nostro cammino, ringraziamo tutti coloro che, con il loro impegno quotidiano, rendono possibile tutto questo.

Capitolo 1

BANFI: NUMERI, MANIFESTO E VALORI DI RIFERIMENTO

I NUMERI DI BANFI



Regioni italiane

2

Toscana
Piemonte



I territori

3.125

in ha
Toscana
3.075ha di cui
1.600ha coltivati

Montalcino (SI)
Casalappi (LI)
Cerreto Guidi (FI)
Castellina in Chianti (SI)
Centoia (GR)
Bolgheri (LI)

Piemonte
50ha di cui
35ha a vigneto

Novi Ligure (AL)
Acqui Terme (AL)



Dipendenti medi

393



Fatturato

62,1

in mln Euro
Fatturato totale aggregato
Mondo vino*

5,1

in mln Euro
Fatturato totale aggregato
Hospitality*

* al netto dell'Intercompany



Valore a terzi

95,52%

del valore generato
aggregato distribuito
a terzi



Paesi

86

Distribuzione vino



Certificazioni

6

ISO 9001
ISO 14001
SA 8000
BRC
IFS
OHSAS 18001

G4-56

MANIFESTO

Sin dall'anno della sua nascita, ormai quasi 40 anni fa, Banfi ha compreso l'importanza del territorio come elemento da sostenere e valorizzare con impegno costante. Il vino, più di altri prodotti, infatti, esprime intrinsecamente il legame della terra con il sapiente lavoro dell'uomo. Con questa consapevolezza, pertanto, Banfi ha teso a operare non soltanto adottando un sistema produttivo sostenibile e attento a salvaguardare l'ambiente circostante, ma anche preservando il patrimonio del territorio nella sua interezza: la sua cultura, la sua storia, le sue evoluzioni.

L'indiscusso ruolo di leadership che Banfi ha giocato nella creazione dello straordinario successo in tutto il mondo del Brunello e di Montalcino, è passato senza soluzione di continuità attraverso il sostegno al territorio e alla sua collettività.

"Nessun uomo è un'isola" recita il titolo del saggio di John Donne, perché egli è parte dell'umanità, e altrettanto può dirsi dell'azienda, secondo la filosofia di Banfi: i successi straordinari dei suoi vini si sono potuti conseguire solo attraverso il supporto al suo territorio, alla comunità di cui essa stessa è parte integrante.

G4-15

PRINCIPI E VALORI DI RIFERIMENTO

Banfi nel proprio agire quotidiano ispira i suoi comportamenti al rispetto e alla affermazione dei principi universali definiti nell'ambito dei seguenti riferimenti internazionali:

- Dichiarazione Universale dei diritti dell'Uomo (1948)
- Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo (1992)
- Accordo di Parigi sul clima (2015)
- Global Compact (2000)
- International Food Standards della Codex Alimentarius Commission

L'impegno di Banfi nella definizione e nell'affermazione di principi e valori etici che indirizzino e vincolino i comportamenti degli stakeholder e di tutti gli interlocutori aziendali, si è tradotto nella predisposizione del Codice Etico, adottato sia da Banfi Società Agricola S.r.l. sia da Banfi S.r.l.

All'interno del Codice Etico, Banfi ha sancito i principi di riferimento e le norme di comportamento che regolano i rapporti con i consumatori, i lavoratori e i fornitori, oltre alle modalità di attuazione di quanto sancito.

Tra i principi definiti all'interno del Codice Etico si evidenziano i seguenti:

- correttezza nei rapporti con i dipendenti
- tutela dell'ambiente
- rispetto delle norme
- onestà
- trasparenza
- riservatezza
- concorrenza leale
- integrità

Oltre alla predisposizione del Codice Etico, Banfi ha adottato il proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001 rafforzando ulteriormente il proprio sistema di controllo interno e gestione dei rischi.



Capitolo 2

LA STORIA, I TERRITORI, I PRODOTTI E I SERVIZI DI OSPITALITÀ

LA STORIA DI BANFI

I due fratelli Mariani, John e Harry, arrivati a Montalcino a metà degli anni '70 per importare il Brunello negli Stati Uniti, percepiscono le grandi potenzialità, in gran parte ancora inesprese, di questo meraviglioso territorio. Nel 1978 iniziano le prime acquisizioni delle proprietà che andranno poi a comporre la Tenuta di Banfi a Montalcino. Si comincia dalla ex Azienda Agricola Argiano di proprietà della famiglia Gaetani Lovatelli (700 ha.), un piccolo appezzamento di Poggio alla Mura, alcuni terreni della Tenuta di Camigliano e si conclude, nel 1983, con l'acquisto dell'intera Tenuta di Poggio alle Mura, incluso lo storico castello medievale, portando così il totale della proprietà agli attuali 2830 ha.

Contemporaneamente, i Mariani acquistano la storica azienda Bruzzone a Strevi e la Tenuta La Richetta a Novi Ligure, entrambe in provincia di Alessandria in Piemonte.

Fino ai primissimi anni '90 si vive un periodo di grande fermento, di costruzione, sono gli anni in cui si impiantano i primi vigneti, in cui si effettuano i grandi progetti di zonazione e di ricerca sul Sangiovese e in cui si gettano le basi per quella che sarà la Banfi del futuro, l'azienda di oggi.

La sede di Banfi, in quegli anni, era ancora dislocata a Roma, nella bellissima villa a Piazza Mincio che ispirò il nome stesso dell'azienda: Villa Banfi. Solo nel 1992 tutto si concentra a Montalcino e la villa di Roma viene messa in disuso fino alla sua vendita a fine degli anni

'90. Lo spostamento a Montalcino determina anche il cambiamento del nome da Villa Banfi a Castello Banfi. Sono, questi, gli anni del consolidamento e dell'assetto aziendale e, mentre in Piemonte viene rilanciato il Brachetto d'Acqui, per Montalcino e per il suo vino simbolo sono anni fondamentali.

Il "fenomeno" Brunello esplode con la stupenda annata 1990 e gli viene finalmente riconosciuto il suo grande valore in Italia, ma soprattutto nei mercati internazionali. In questo periodo, la presenza e la spinta che Banfi dà sono essenziali alla crescita e alla diffusione del brand Brunello nel mondo, ma non solo, perché è in quegli anni che il Brunello giunge finalmente anche in aree più periferiche fino ad allora inesplorate, proprio grazie a Banfi.

Nel 1995 e nel 1997 Banfi emette, per il Brunello, dei certificati di vendita "en primeur". L'operazione, effettuata per la prima volta in Italia, riscuote un enorme successo ed aiuta a diffondere il nome dell'azienda, unitamente a quello di Montalcino e di tutto il suo territorio.

Tra la fine degli anni '90 e gli inizi del secondo millennio, Banfi vive un cambio generazionale importantissimo, che ci conduce fino ai giorni nostri, e che rappresenta la chiave di svolta nella gestione aziendale, con l'inserimento di una struttura organizzativa basata sulla condivisione.

LA STORIA DI BANFI

È questo il periodo in cui l'azienda inizia, inoltre, a porre un'attenzione sempre più elevata sull'ambiente lavorativo e sul territorio in cui opera, lavorando per il conseguimento delle certificazioni, fino ad arrivare ad ottenere la SA8000, nel 2005, quale prima azienda agricola italiana.

Ma sono anche gli anni in cui entrano in funzione tutte le strutture ricettive, dall'enoteca, ai due ristoranti, all'hotel, ultimo ad aprire nel 2007. Questo è un passaggio fondamentale per Banfi che, da produttore vinicolo, diviene un'azienda del territorio, un territorio che è Brunello di Montalcino, ma che va ben oltre il vino.

Con la pubblicazione della prima edizione del Bilancio di Sostenibilità, relativo all'anno 2015, si chiude un cerchio che vede accrescere sempre più il senso di appartenenza e radicamento di Banfi nel territorio ilcinese.

L'ultimo decennio rappresenta per l'azienda, inoltre, un momento di espansione in altre aree vinicole della Toscana, tra le più vocate: da Bolgheri al Chianti e al Chianti Classico, alla Maremma.





1978

Nasce Villa Banfi a Montalcino.



1979

Viene acquisita la Cantina Bruzzone a Strevi, Piemonte.



1980

Inizia il processo di zonazione.



1982

Inizia il processo di selezione clonale sul Sangiovese.



1983

Acquisizione del Castello di Poggio alle Mura che diventa l'emblema dell'azienda.



1984

Inaugurazione della cantina a Montalcino – una pietra miliare nella produzione vinicola moderna.



1986

Nasce la Fondazione Villa Banfi.



1990

La vendemmia che cambia la storia di Montalcino.



1992

Inaugurazione del Museo della Bottiglia e del Vetro.



1997

Prima vendemmia di Brunello "Poggio alle Mura" risultato di 20 anni di ricerche sul Sangiovese.



1998

Nasce il festival Jazz&Wine in Montalcino.



2005

Conseguimento della Certificazione Etica SA 8000 (dopo le UNI EN ISO 9001 e ISO 14001).



2007

Apertura de "Il Borgo" perla della nostra ospitalità.

Realizzazione di "Horizon" concetto rivoluzionario di cantina.

Pubblicazione del libro "La Ricerca dell'Eccellenza".



2009

L'uso della bottiglia leggera diviene realtà.



2014

Tenute in Toscana: si conclude una prima fase di acquisizioni.



2015

Bilancio di Sostenibilità N°0.

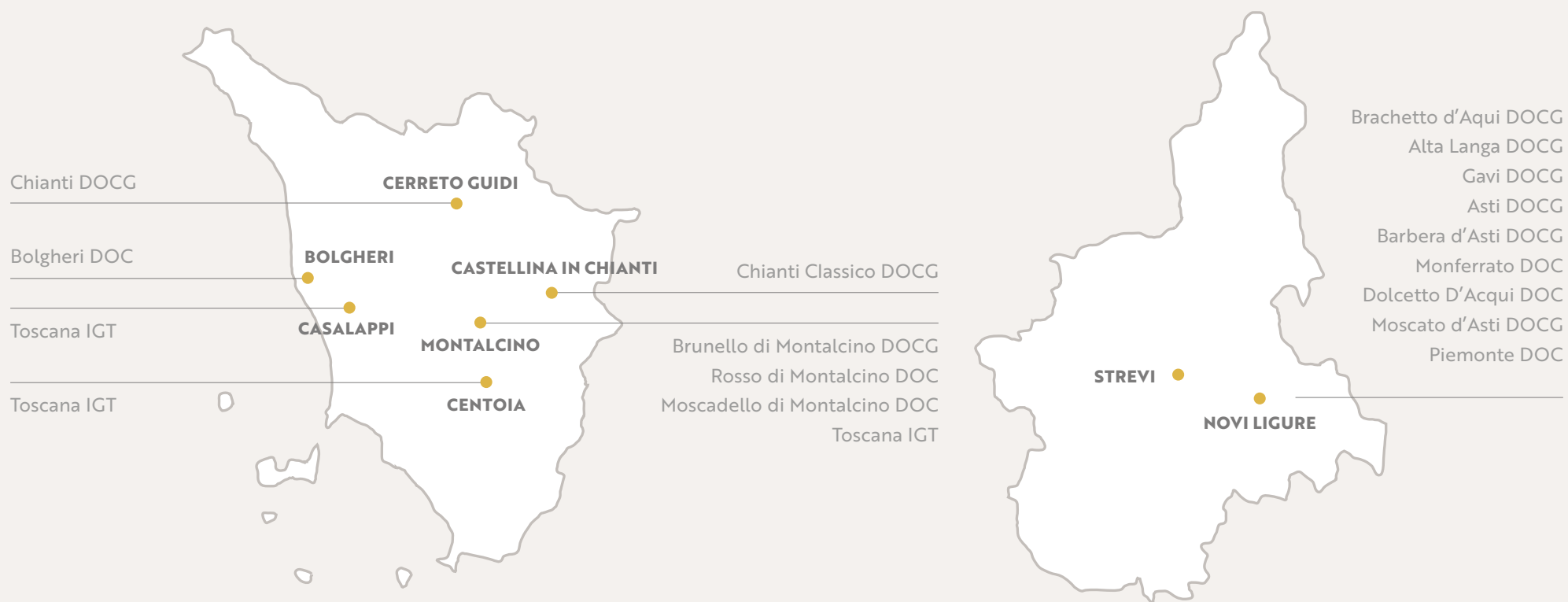


2017

Promotori della nascita di Sanguis Jovis – Alta Scuola del Sangiovese.

G4-6

I TERRITORI DI BANFI



G4-4

IL MONDO VINO

Toscana



Rosso di Montalcino
Castello Banfi
DOC



Brunello di Montalcino
Castello Banfi
DOCG



Brunello di Montalcino
Poggio all'Oro
Riserva DOCG



Rosso di Montalcino
Poggio alle Mura
DOC



Brunello di Montalcino
Poggio alle Mura
DOCG



Brunello di Montalcino
Poggio alle Mura
Riserva DOCG

G4-4

IL MONDO VINO

Toscana



Belnero
Toscana IGT



Cum Laude
Toscana IGT



Summus
Toscana IGT



Excelsus
Toscana IGT



San Angelo
Toscana IGT



Fontanelle
Toscana IGT

G4-4

IL MONDO VINO

Toscana



Florus
Moscadello
di Montalcino
DOC



Fonte alla Selva
Chianti Classico
DOCG



Fonte alla Selva
Chianti Classico
Gran Selezione
DOCG



Chianti Classico
Banfi
Riserva DOCG



Chianti Classico
Banfi
DOCG



Chianti
Banfi
DOCG

G4-4

IL MONDO VINO

Toscana



Chianti Superiore
Banfi
DOCG



La Pettegola
Toscana IGT



Badalei
Toscana IGT



Aska
Bolgheri DOC



Stil Novo
Governo all'Uso
Toscano
Toscana IGT



Centine Bianco
Toscana IGT

G4-4

IL MONDO VINO

Toscana



Centine Rosé
Toscana IGT



Centine
Toscana IGT



Le Rime
Toscana IGT



Fumaio
Toscana IGT



CollePino
Toscana IGT



Col di Sasso
Toscana IGT

G4-4

IL MONDO VINO

Piemonte



Principessa Gavia
DOCG



Principessa Gavia
Perlante
DOCG



La Lus
Albarossa



L'Altra
Barbera d'Asti
DOCG



L'Ardi
Dolcetto d'Acqui
DOC



Asti
DOCG



Rosa Regale
Brachetto D'Acqui
DOCG

G4-4

IL MONDO VINO

Piemonte



Sciandor
Moscato d'Asti
DOCG



Banfi Brut
Metodo Classico



Cuvée Aurora
Talento
Metodo Classico



Cuvée Aurora Rosé
Talento
Metodo Classico



Tener
Vino Spumante
Brut



Tener Extra Dry



G4-4

HOSPITALITY

IL BORGO

						
Camere Deluxe Riserva	Junior Suites	Classic Suites	Suite Riserva	Suite Poggio all'Oro	Ristoranti	Pool Bar
2	7	3	1	1	2	1
40m ²	55 – 65m ²	70 – 80m ²	75m ²	110m ²		
						
Piscina riscaldata	Sala per matrimoni o eventi	Area meeting	Enoteca	Balsameria	Agriturismo	
1	1	1	1	1	1	



IL BORGO

PREMI E RICONOSCIMENTI 2017



**TRAVEL+
LEISURE**

#8
hotel in Italia



Winner
Wine Country Retreat



**Condé Nast
Traveler**

#20
hotel in Europa



**Andrew
Harper®**

TOP 100
hideways in the world
#20
hotel nel mondo

IL BORGO

AFFILIAZIONI



VIRTUOSO.
SPECIALISTS IN THE ART OF TRAVEL



SIGNATURE
TRAVEL NETWORK



**Traveller
Made®**

IL BORGO

Il Borgo è il **boutique hotel** di Castello Banfi. Aperto a Marzo 2007 è situato nell'antico borgo, all'ombra delle mura del Castello, nato nel 1700 per ospitare i contadini che lavoravano per i nobili proprietari.

L'hotel è composto di **2 camere e 12 suites e junior suites**, ricavate e decorate in modo molto elegante in stile toscano, senza dimenticare le tecnologie moderne, arricchito di decorazioni a mano e circondato da un giardino in stile mediterraneo in cui risalta il roseto di rose bianche. È dotato di piscina riscaldata, sala colazione, pool bar e sala lettura, tutto perfettamente in armonia con la calorosa accoglienza del personale di servizio.

Il Borgo è senza alcun dubbio la zona più riservata ed elegante dell'azienda, dove l'ospite può godere appieno della visita a Castello Banfi in un ambiente intimo, esclusivo e lussuoso. Il Borgo ha un'apertura stagionale, da fine marzo a metà novembre. Durante il periodo di chiusura invernale, vengono realizzati tutti i lavori di manutenzione necessari perché l'hotel sia pronto per il primo giorno operativo per soddisfare le esigenze degli ospiti, molti dei quali, dopo più di 10 anni di attività, continuano a tornare per il loro appuntamento annuale a Il Borgo.

La tutela della privacy degli ospiti è molto elevata e,

per questo motivo oltre che per migliorare i servizi offerti, vengono proposti dei questionari di gradimento sul soggiorno che, insieme al dialogo diretto instaurato con loro, aiutano ad avere una visione più chiara delle loro aspettative permettendo di continuare il percorso di crescita professionale, focalizzato al **raggiungimento dell'eccellenza**.

Negli anni si è fortemente puntato a creare un'esperienza enogastronomica completa, offrendo una visita guidata privata della cantina solo per gli ospiti de Il Borgo, seguita da una degustazione dei vini Banfi. Un'altra importante **esperienza enogastronomica** sono i corsi di cucina, in cui gli ospiti possono cucinare utilizzando i prodotti aziendali e locali, come l'olio extravergine di oliva, il Condimento Balsamico Etrusco e le prugne Banfi. Dopo il corso di cucina "hands-on" gli ospiti pranzano con lo Chef, il tutto abbinato ai vini aziendali. Per i più piccoli, sfruttando la nuova farina e pasta biologica Banfi, si fanno corsi con la pasta, la pizza e il gelato.

Un'altra esperienza molto richiesta è lo **Chef's Table**, ovvero, una cena privata di quattro portate e quattro vini Banfi da consumarsi all'aria aperta, con vista sui vigneti. Un momento in cui la semplicità si unisce perfettamente ad un'esperienza indimenticabile.



IL BORGO

L'esperienza gastronomica trova il proprio apice presso **La Taverna** e la **Sala dei Grappoli**.

La Taverna, situata all'ombra del Castello, sotto le volte delle vecchie cantine dove una volta riposavano le grandi botti di legno utilizzate per l'affinamento del Brunello di Montalcino, è un tipico ristorante toscano che pone grande attenzione alla stagionalità delle materie prime. È aperta a pranzo, a cena solo su richiesta.

La Sala dei Grappoli, che segue l'apertura de Il Borgo, è il ristorante gourmet e rappresenta il più alto livello di esperienza enogastronomica. L'Executive Chef, Domenico Francone, per questo ristorante ha creato una cucina italiana e mediterranea, basata sulla stagionalità dei prodotti, in cui si propongono piatti moderni e tecnicamente raffinati. Grazie alla terrazza, da cui si gode del suggestivo spettacolo offerto dallo storico Castello Banfi illuminato, è possibile cenare all'aperto.

Per tutte le **esperienze enogastronomiche** vengono utilizzati principalmente prodotti a KMO, molti dei quali biologici, cercando di lavorare principalmente con i piccoli produttori locali.

Durante i periodi di bassa stagione, c'è una continua ricerca dei migliori produttori delle province di Siena e Grosseto, in modo da offrire sempre un'esperienza legata al territorio.

Su tutte le carte vengono nominati i fornitori locali con i quali si collabora.



Capitolo 3

GLI STAKEHOLDER DI BANFI

STAKEHOLDER

G4-24 G4-25 G4-26 G4-27



Risorse umane

Senso di appartenenza ed elevata professionalità sono elementi distintivi delle risorse umane di Banfi.



Agenti

Il rapporto con gli agenti è caratterizzato da un forte senso di appartenenza alla società e da relazioni stabili e durature nel tempo.



Clienti, consumatori e ospiti

Il rapporto con tali soggetti è caratterizzato da continuità nel tempo e dallo sviluppo di sinergie commerciali.



Fornitori

Il rapporto con i fornitori è caratterizzato da forte collaborazione e spinta innovativa.



Competitor

Le relazioni con i competitor sono caratterizzate da spirito di collaborazione per la valorizzazione dei territori e per la promozione del prodotto.



Organizzazioni sindacali

I rapporti con le organizzazioni sindacali sono caratterizzati da forte partecipazione e da spinta innovativa.



Giornalisti e blogger

Tali soggetti rappresentano un punto di riferimento ulteriore per consacrare l'andamento del proprio mercato e per diffondere l'immagine di Banfi nel consumatore.



Azionisti

I rapporti con gli azionisti sono caratterizzati dalla condivisione delle decisioni e dalla delega del potere.



Finanziatori e Istituzioni finanziarie

La fiducia con gli operatori del settore è alla base del rapporto di continuità degli stessi con la Società.



Istituzioni Pubbliche e Consorzi

I rapporti con le Istituzioni Pubbliche sono caratterizzati da frequenza e continuità nel tempo. Banfi opera con comunione di intenti, riconoscendo valore ai propri competitor.



Comunità locale

La tutela della comunità locale, lo sviluppo di iniziative culturali e la difesa del tessuto economico locale sono elementi qualificanti delle relazioni sviluppate da Banfi con tale stakeholder.



Ambiente

Il rapporto con l'ambiente è orientato alla riduzione dagli impatti di Banfi e alla valorizzazione del territorio di riferimento.

G4-16

IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

Il processo di identificazione degli stakeholder ha coinvolto il senior management di Banfi attraverso un percorso di analisi che si è concentrato sulle seguenti dimensioni:

- **le relazioni che Banfi instaura con la realtà che la circonda**
- **i temi rilevanti per il business di Banfi.**

In tale ottica sono stati identificati tutti i soggetti che influenzano e/o sono influenzati dalle attività svolte da Banfi, dai suoi prodotti e servizi e dalle sue performance. Verso tali soggetti Banfi si impegna, con modalità e frequenza differenti, per cercare il loro coinvolgimento al fine di sviluppare e consolidare rapporti duraturi.

In particolare si evidenziano le seguenti modalità di coinvolgimento:

- **Con le proprie risorse umane** Banfi ha implementato modalità di comunicazione specifiche attraverso la predisposizione di un punto fisico in cui i lavoratori possono depositare in forma anonima le proprie segnalazioni. Le istanze dei lavoratori sono inoltre discusse nell'ambito delle riunioni periodiche del c.d. Comitato Etico, la struttura interna preposta alla supervisione delle criticità nella gestione dei rapporti con le risorse umane che si riunisce più volte all'anno.
- **Il rapporto con gli agenti** si realizza attraverso l'istituzione di momenti formali di incontro, con fre-

quenza annuale, nei quali non solo vengono discusse tematiche di natura tecnica e commerciale ma sono anche portati all'attenzione aspetti sui quali Banfi ritiene opportuno sviluppare un coinvolgimento specifico. Inoltre, con gli agenti con cui si è sviluppato un rapporto lavorativo di oltre vent'anni, si è instaurato un momento d'incontro specifico, il c.d. "Comitato dei Saggi" che rappresenta un punto d'ascolto rispetto a lavoratori che hanno un rapporto di lunga durata con la Società.

- **Con i clienti** (soggetti a cui la società vende i propri prodotti per essere poi venduti ai consumatori finali) Banfi sviluppa momenti d'incontro periodici attraverso cui gestire i rapporti commerciali instaurati. Con i consumatori (la categoria che include i fruitori finali del prodotto, per i quali non è possibile una specifica identificazione) e gli ospiti (i clienti dei servizi di hospitality) Banfi non sviluppa iniziative specifiche di incontro ma coinvolge ugualmente tali soggetti nell'ambito di eventi, fiere o altre attività sviluppate in riferimento al proprio settore di business.
- **I rapporti con i fornitori** sono gestiti attraverso periodici momenti di incontro attivati in funzione delle esigenze di business.
- **Con i competitor** Banfi si relaziona principalmente nell'ambito delle iniziative periodiche sviluppate

dalle organizzazioni e consorzi di appartenenza.

- **Le organizzazioni sindacali**, attraverso i rappresentanti sindacali dei lavoratori, sono coinvolte nell'ambito degli incontri periodici del Comitato Etico.
- **Con i giornalisti e blogger** Banfi ha rapporti frequenti secondo due principali modalità: l'attivazione di momenti d'incontro specifici, come ad esempio la partecipazione a manifestazioni, fiere o l'incontro presso i siti produttivi come le cantine; e lo sviluppo di iniziative sui social network.
- **I rapporti con gli azionisti** si realizzano principalmente nell'ambito delle riunioni periodiche delle Assemblee dei Soci nelle quali, a seconda delle esigenze, vengono analizzati aspetti inerenti l'ambito economico-finanziario e di gestione della Società.
- **Con i finanziatori e istituzioni finanziarie** Banfi ha sviluppato rapporti consolidati nel tempo che si realizzano attraverso modalità di incontro specifiche in funzione delle esigenze di business.
- **I rapporti con le istituzioni pubbliche e consorzi** sono realizzati nell'ambito di incontri ad hoc organizzati al fine di condividere aspetti rilevanti per lo sviluppo del territorio e delle comunità locali per quanto riguarda i rapporti con le istituzioni pubbliche, o tematiche comuni alle diverse aziende che operano nel territorio per quanto riguarda i rapporti con il Consorzio.
- **L'incontro con la comunità locale** viene ricercato

attraverso lo sviluppo di iniziative specifiche sul territorio. Ogni anno Banfi è impegnata nella realizzazione di molteplici iniziative a supporto del tessuto sociale locale e del proprio ambito territoriale.

- **La difesa dell'ambiente** si realizza attraverso lo sviluppo di iniziative specifiche che possono prevedere a seconda dei casi l'incontro con gli altri stakeholder di Banfi.

Nel corso del 2017 Banfi si è attivata per rispondere alle esigenze sollevate dagli stakeholder durante i momenti di incontro, in particolare, con i seguenti stakeholder: le risorse umane, le istituzioni pubbliche e consorzi e la comunità locale. Da tali incontri sono emerse istanze nell'ambito della salute e sicurezza dei lavoratori, dello sviluppo di iniziative a supporto del territorio e a tutela del consumatore.

Di seguito si riportano le principali iniziative sviluppate:

- **Istituzione del Social Performance Team** (in sostituzione del Comitato Etico) e inclusione nello stesso delle rappresentanze sindacali dei lavoratori.
- **Attivazione lavori di manutenzione** delle strutture adibite a mensa/sale ristoro e sostituzione di alcuni materiali antinfortunistici.
- **Intensificazione della formazione** specifica su anti incendio e primo soccorso attraverso un incremento

to delle ore di formazione dedicate a tali aspetti.

- Realizzazione, nell'ambito del progetto **"Vino Veritas"** sostenuto dalla Polizia di Stato, di bottiglie di Brunello di Montalcino con un'etichetta recante indicazioni specifiche sul bere responsabile.
- Adesione ad un progetto della Soprintendenza del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali per il recupero del **fossile di balena** ritrovato nel territorio della tenuta e attualmente in custodia presso la Società, al fine di poter rendere lo stesso un bene da esporre al pubblico.
- Organizzazione dell'evento di presentazione del **Bilancio di Sostenibilità** per comunicare alle autorità pubbliche locali, ai competitor e ai giornalisti i principali risultati raggiunti in riferimento alla sostenibilità.

I rapporti con le principali associazioni di categoria:

Banfi partecipa attivamente con modalità differenti ad alcune associazioni di settore, come ad esempio:

- **Confagricoltura:** supportando molte delle iniziative che sono periodicamente attivate
- **Confindustria Toscana Sud:** attraverso la presenza nella giunta e la presidenza della Sezione alimentare Unione Italiana Vini
- **Federvini:** attraverso la presenza nel Consiglio Direttivo

Banfi, per una maggiore salvaguardia dell'ambiente, da oltre dieci anni si avvale di **irroratrici** a recupero durante gli interventi di difesa del vigneto. Dal 2017, grazie alla collaborazione di lunga data con **New Holland Agricolture**, si è fatto un ulteriore passo avanti con l'utilizzo del modello Blue Cab 4 di New Holland, un modulo con la cabina pressurizzata di categoria 4 che **garantisce il corretto e completo isolamento dell'ambiente cabina da quello esterno, per una perfetta sicurezza dell'operatore.**



Capitolo 4

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

G4-19 G4-20 G4-21

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Nel corso del 2015 la Società ha attivato il proprio processo di analisi di materialità che ha coinvolto il senior management aziendale ed ha portato all'individuazione dei temi materiali per Banfi. Il processo ha preso avvio dalle risultanze emerse in sede di analisi ed identificazione degli stakeholder aziendali. In tale momento si sono, infatti, rintracciati gli elementi di rilevanza che ciascuno stakeholder attribuisce alle attività svolte ed al ruolo ricoperto da Banfi. Tali elementi sono stati quindi considerati e raffrontati rispetto a quelli più importanti per la Società, giungendo quindi alla definizione dei temi materiali. Il processo di analisi di materialità viene sottoposto periodicamente ad attività di aggiornamento.

Nel corso del 2017 la Società ha sviluppato maggiormente i contenuti dell'analisi di materialità, razionalizzando i temi materiali già identificati e definendo le tematiche non materiali. Al termine di tale approfondimento, alcune tematiche precedentemente individuate come materiali (l'innovazione nel rispetto della tradizione, il senso di appartenenza alla società, la gestione familiare del business) sono state considerate come semplici elementi distintivi e peculiari che caratterizzano Banfi. Tali elementi, non più materiali, sono stati quindi riflessi nel Bilancio all'interno di alcuni capitoli specifici, portando quindi alla sostanziale rivi-

sitazione dell'originale matrice di materialità presente nelle precedenti edizioni del documento.

- I temi materiali sono quelli che presentano una rilevanza alta sia per Banfi sia per gli stakeholder.
- Tra di essi, i temi che riflettono un maggiore impatto sui confini interni dell'organizzazione sono: la valorizzazione e lo sviluppo delle persone e la difesa della qualità.
- Riflettono invece un maggiore impatto sui confini esterni dell'organizzazione i seguenti temi: la tutela dell'ambiente e la valorizzazione e lo sviluppo del territorio.
- A ciascun tema materiale viene dedicato un capitolo specifico all'interno del presente documento.
- La nuova matrice di materialità di Banfi viene di seguito riportata.



LA MATRICE DI MATERIALITÀ



Temi sociali

- 01 La valorizzazione e lo sviluppo delle persone
- 02 Educazione dei consumatori
- 03 Carenza di manodopera qualificata
- 04 Welfare aziendale
- 05 Diversity
- 06 Valutazione delle prestazioni
- 07 Sviluppo e diffusione di buone pratiche nella filiera
- 08 Attrazione talenti
- 09 Mantenimento dei livelli occupazionali

Temi ambientali

- 10 La tutela dell'ambiente
- 11 Cambiamento climatico
- 12 Tutela della biodiversità
- 13 Intensità delle coltivazioni

Temi economici

- 14 Sostegno alla produzione del vino
- 15 Impatti economici generati
- 16 Valore d'impresa
- 17 Brand

Temi trasversali

- 18 La difesa della qualità
- 19 La valorizzazione e lo sviluppo del territorio
- 20 Logistica
- 21 Selezione dei fornitori
- 22 Lotta alle frodi e falsificazioni



Capitolo 5

ASPETTI DI GOVERNANCE E CREAZIONE DEL VALORE

LA STRUTTURA DI GOVERNANCE

Banfi Società Agricola S.r.l. e Banfi S.r.l. sono le due realtà che si occupano della gestione. Entrambe le società sono rette da un consiglio di amministrazione composto da cinque membri, ai quali si unisce con funzione consultiva la figura di John Mariani Presidente Onorario.

In capo al presidente e al vice-presidente del consiglio di amministrazione sono state conferite specifiche deleghe operative, così come anche ad alcuni dirigenti sono state conferiti specifici poteri per la gestione delle attività di pertinenza.

Le società hanno nominato, sindaci unici e revisori dei conti, separando le attività di controllo contabile e di revisione del bilancio. Entrambe le società hanno infine nominato un organismo di vigilanza. Nell'infografica seguente viene fornita una rappresentazione degli organi di governo delle società.



G4-3

G4-7

G4-34

LA STRUTTURA SOCIETARIA



Banfi Holding Co.

Villadco



99,76%

0,24%



Banfi Società Agricola S.r.l.



Banfi S.r.l.

89,529%

10,254%

0,197%



Banfi Holding Co.

Banfi Products Co.

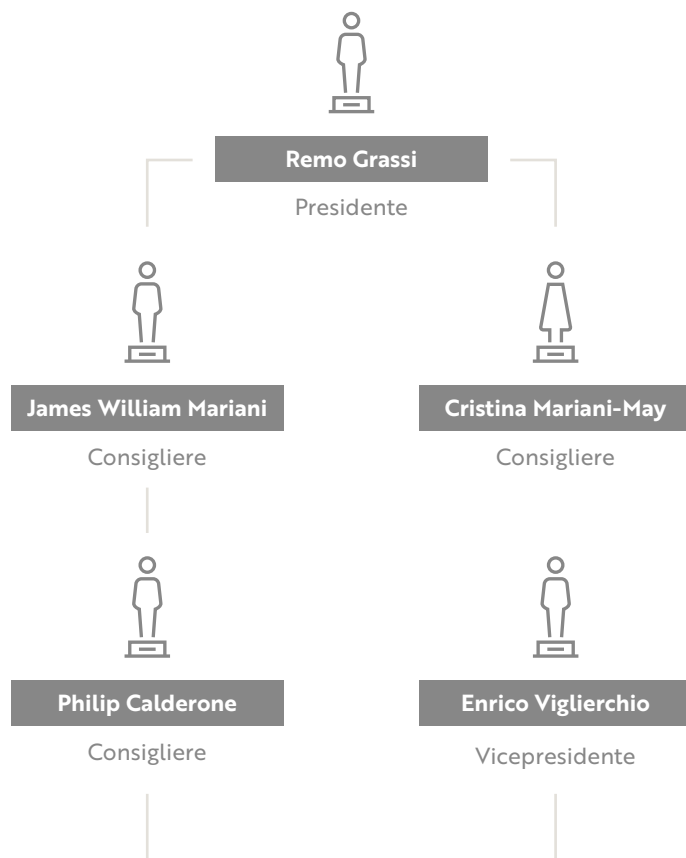
Villadco

MODELLO DI GOVERNANCE



Joh F. Mariani

Presidente Onorario

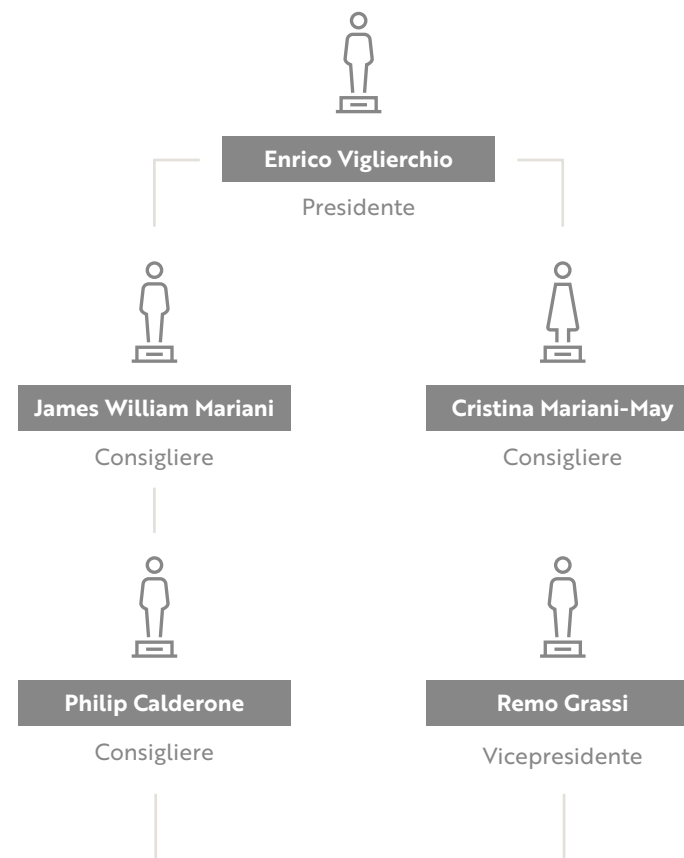


BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

SINDACI	Sindaco Unico	Francesco Bonelli
REVISORI	Sindaco Supplente	Marco Turillazzi

REVISORI DEI CONTI	PwC SPA
---------------------------	---------

ORGANO DI VIGILANZA	Presidente	Marco Turillazzi
	Membro	Lorenzo de Martino



BANFI S.R.L.

SINDACI	Sindaco Unico	Emanuela Giorgini
REVISORI	Sindaco Supplente	Marco Turillazzi

REVISORI DEI CONTI	PwC SPA
---------------------------	---------

ORGANO DI VIGILANZA	Presidente	Marco Turillazzi
	Membro	Lorenzo de Martino

EC-6

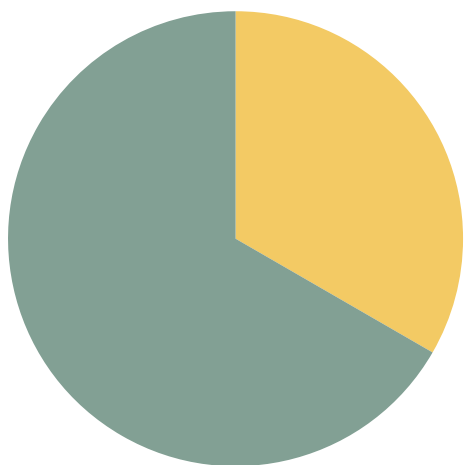
SENIOR MANAGER LOCALI

Locali 33%
Extra Locali 67%

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

2017

33,33%

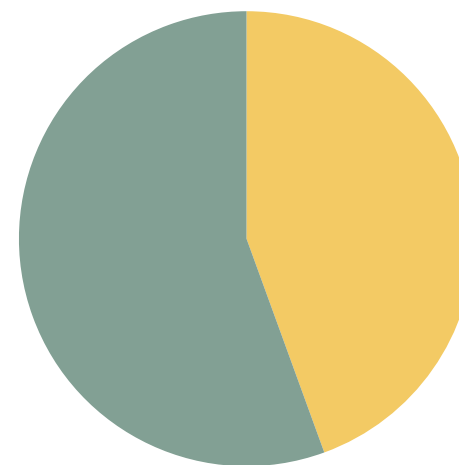


SENIOR MANAGER	2017	2016	2015
Locali	1	1	1
Extra Locali	2	2	2
Totale	3	3	3

A fianco del consiglio di amministrazione opera il comitato operativo composto dai responsabili di reparto, con il duplice compito di trasformare le linee strategiche provenienti dagli organi di governance e come luogo per proporre e discutere nuove iniziative e innovazioni. Le competenze e le attitudini sono molto varie, mentre nei seguenti grafici possiamo analizzarne la provenienza con la quota delle persone nate nei rispettivi territori di appartenenza delle società.

Locali 44%
Extra Locali 56%

BANFI S.R.L.

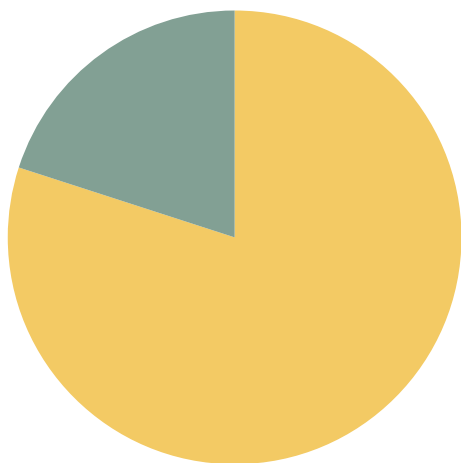


SENIOR MANAGER	2017	2016	2015
Locali	4	4	4
Extra Locali	5	5	5
Totale	9	9	9

G4-9

IL PATRIMONIO NETTO

■ Banfi Società Agricola S.r.l. 80%
 ■ Banfi S.r.l. 20%



	BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.			BANFI S.R.L.		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015
Patrimonio Netto	94.731.874	93.274.282	89.453.537	23.705.152	23.543.665	22.898.671

Valori in Euro



G4-9

EC-1

DMA

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

La creazione del valore viene rappresentata nella seguente tabella, nella quale sono riportati i dati distinti per società senza considerare i rapporti correlati. Il grafico sottostante evidenzia, inoltre, il dato medio del triennio relativo al valore totale distribuito, nonché la parte di valore economico generato destinata alle risorse umane.

Il percorso che porta alla creazione del valore viene raccontato all'interno del prossimo capitolo, ove viene fornita la rappresentazione dei fattori che complessivamente portano alla valorizzazione economica sopra rappresentata. Per quanto riguarda tutti gli ulteriori aspetti economici, finanziari e patrimoniali si rimanda al bilancio di esercizio 2017 di entrambe le società, pubblicato sul sito internet castellobanfi.com

VALORI ECONOMICI [€/000]	BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.			BANFI S.R.L.		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015
Valore economico generato	40.198	40.820	39.699	55.146	56.502	65.033
Costi operativi	(30.115)	(27.632)	(31.556)	(46.043)	(46.218)	(53.100)
Remunerazione dei collaboratori	(6.892)	(6.930)	(7.040)	(7.320)	(6.819)	(6.213)
Remunerazione dei finanziatori	(315)	(292)	(239)	(611)	(166)	(168)
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	(311)	(739)	(259)	(518)	(359)	(772)
Investimenti alla comunità	(42)	(30)	(21)	(51)	(30)	(9)
Valore economico distribuito	37.675	35.623	39.114	54.544	53.592	60.262
Valore economico trattenuto	2.523	5.197	586	603	2.910	4.772

2017 - 2015 VALORE MEDIO DISTRIBUITO
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



2017 - 2015 VALORE MEDIO DISTRIBUITO
BANFI S.R.L.



EC-4

PRINCIPALI FINANZIAMENTI RICEVUTI DALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Si riportano di seguito i principali finanziamenti ricevuti dalla pubblica amministrazione, dettagliate per le varie forme e modalità:

	BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.		
VALORI ECONOMICI [€]	2017	2016	2015
Contributi Pubblici	878.394	947.756	453.589
Detrazioni Fiscali	1.794	-	-
Contributi C/Capitale Anticipati	453.582	308.587	583.426
Defiscalizzazione Oneri Sociali	1.271.630	1.273.136	1.263.532
Totale	2.605.401	2.529.479	2.300.548

	BANFI S.R.L.		
VALORI ECONOMICI [€]	2017	2016	2015
Contributi Pubblici in Bilancio	72.981	215.632	114.886
Detrazioni Fiscali a riduzione del carico imposte corrente	6.876	5.922	-
Defiscalizzazione Oneri Sociali	54.798	54.278	21.147
Totale	134.654	275.832	136.034

Il settore agricolo prevede una variegata forma di incentivazione e contribuzione pubblica con particolare riferimento al rimodernamento degli impianti e delle colture. Sono, inoltre, previsti contributi in conto esercizio per determinate colture o pratiche di lavoro.

Capitolo 6

LA NOSTRA CATENA DEL VALORE E IL SENSO DI APPARTENENZA

LA CATENA DEL VALORE

Banfi opera nel settore dell'agricoltura, principalmente nell'ambito della produzione vitivinicola, e dell'Hospitality attraverso la gestione di Castello Banfi Il Borgo.

Di seguito viene presentata la catena del valore di Banfi rappresentata attraverso la visione delle due aree di gestione sopra menzionate. La stessa offre una visione schematica dei principali numeri caratterizzanti il business.



G4-8

LA CATENA DEL VALORE

AGRICOLTURA



* in mln Euro, Fatturato mondo vino, al netto dell'Intercompany

HOSPITALITY



* Paesi di provenienza dei clienti

in mln Euro

G4-12 EC-9 DMA

APPROVVIGIONAMENTO

Banfi conta su un importante e selezionato numero di **fornitori** per lo sviluppo delle sue attività. A livello locale le principali tipologie di acquisti per le attività Agricoltura e Hospitality fanno riferimento a materie prime alimentari (uva, vino sfuso e prodotti locali). A **livello nazionale ed internazionale** invece i rapporti di fornitura sono maggiormente concentrati sui servizi (come ad es. utility) e sui beni durevoli (come ad es. attrezzature e macchinari).

Banfi si impegna ad un approccio sostenibile nel gestire il ciclo di approvvigionamento di beni e servizi, collaborando attivamente con i propri fornitori per la ricerca di pratiche tese al miglioramento continuo e all'innovazione e promuovendo, quanto più possibile, la certificazione dei propri processi aziendali.

Gli obiettivi che l'azienda si prefigge nella gestione del ciclo di approvvigionamento sono i seguenti:

- **gestire i principali rischi** mitigandone gli effetti
- **collaborare con i propri partner** per unire gli sforzi e migliorare i propri servizi e prodotti
- **incrementare la trasparenza** come mezzo per espandere il principio di sostenibilità all'intera filiera.

Tra gli aspetti che caratterizzano il comportamento etico di Banfi nella gestione dei rapporti di fornitura, si evidenzia l'attenzione verso il **rispetto puntuale degli elementi contrattuali**, con particolare attenzione agli obblighi assunti in riferimento alle scadenze di pagamento.



G4-12

TIPOLOGIA ACQUISTI VINO



AGRICOLTURA

BENI DUREVOLI

- Macchine agricole
- Barbatelle
- Materiale costruzione impianto
- Impianti irrigazione

BENI DI CONSUMO

- Combustibili
- Concimi
- Antiparassitari e fitofarmaci
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori
- Divise

SERVIZI

- Consulenze
- Prestazioni agricole
- Utility
- Manutenzione



VINIFICAZIONE

BENI DUREVOLI

- Attrezzature enologiche
- Serbatoi
- Botti
- Barriques

BENI DI CONSUMO

- Materiale enologico
- Prodotto per analisi di laboratorio
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori

MATERIE PRIME E SEMILAVORATI

- Uva
- Vino sfuso

SERVIZI

- Consulenze
- Utility
- Manutenzione



IMBOTTIGLIAMENTO

BENI DUREVOLI

- Impianti imbottigliamento
- Attrezzature di gestione del magazzino

BENI DI CONSUMO

- Bottiglie
- Packaging
- Materiale imballaggio
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori

SERVIZI

- Consulenze
- Utility
- Manutenzione



DISTRIBUZIONE

BENI DUREVOLI

- Autocarri
- Tir

BENI DI CONSUMO

- Pallets
- Materiale spedizione
- Carburante
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori

PRODOTTI FINITI

- Altri prodotti alimentari
- Vini da distribuire

SERVIZI

- Trasporto
- Utility

G4-12

TIPOLOGIA ACQUISTI HOSPITALITY



HOTEL

BENI DUREVOLI

- Mobili
- Tappezzerie
- Materiali elettronici

BENI DI CONSUMO

- Prodotti alimentari
- Prodotti igiene
- Prodotti di consumo
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori

SERVIZI

- Lavanderia
- Noleggi
- Utility
- Abbonamenti riviste
- Manutenzione



RISTORAZIONE

BENI DUREVOLI

- Mobili
- Attrezzature
- Impianti cucina

BENI DI CONSUMO

- Prodotti alimentari
- Vino
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori

SERVIZI

- Lavanderia
- Utility
- Manutenzione



ENOTECA

BENI DUREVOLI

- Mobili
- Attrezzature negozio

BENI DI CONSUMO

- Prodotti alimentari
- Vino
- Ceramiche
- Pelletteria
- Attrezzature e beni di protezione per i lavoratori

SERVIZI

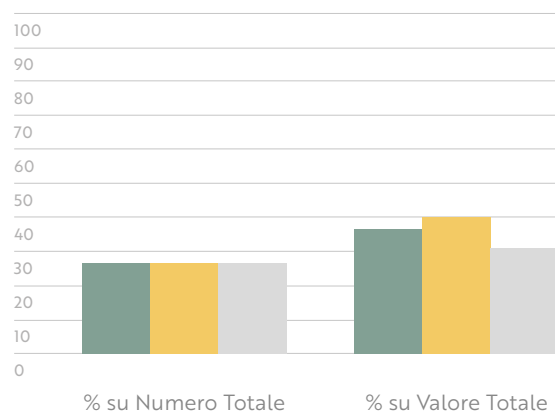
- Utility
- Manutenzione

G4-12 EC-9

FORNITORI LOCALI

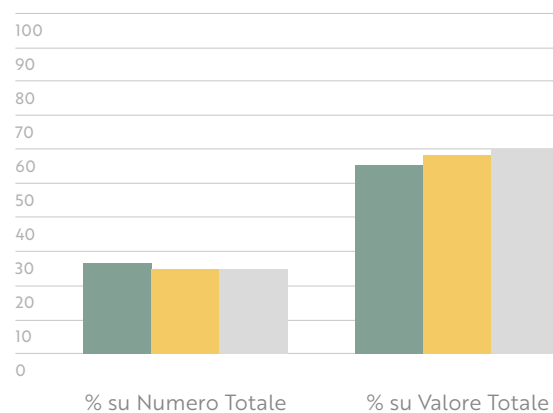
■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



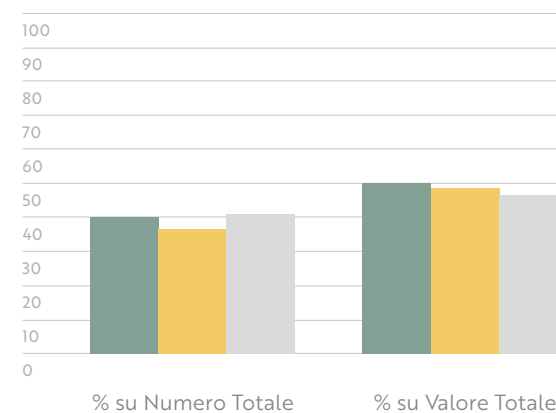
FORNITORI LOCALI	2017	2016	2015
Numero Fornitori Locali	240	237	266
% su Numero Totale	37,62	36,29	36,89
% su Valore Totale	46,55	48,68	42,51

BANFI S.R.L.



FORNITORI LOCALI	2017	2016	2015
Numero Fornitori Locali	555	533	559
% su Numero Totale	26,79	25,69	25,74
% su Valore Totale	57,42	59,80	61,65

HOSPITALITY BANFI S.R.L.



FORNITORI LOCALI	2017	2016	2015
Numero Fornitori Locali	157	150	198
% su Numero Totale	40,36	36,86	41,77
% su Valore Totale	49,92	49,91	47,89

Per fornitori Locali si intendono:

- per Banfi Società Agricola S.r.l. quelli con sede legale nelle province di Siena e Grosseto;
- per Banfi S.r.l. quelli con sede legale nelle province di Siena, Grosseto e Alessandria.

PRODUZIONE

Gli aspetti che caratterizzano la produzione di Banfi si differenziano in funzione delle aree di business:

- **in riferimento alla produzione agricola**, l'area agromonica sovrintende la gestione degli impianti produttivi (vigneti, frutteti, cereali), mentre l'area enologica si occupa della trasformazione delle uve in vino e delle successive lavorazioni fino all'ottenimento del prodotto finito.
- **in riferimento alla gestione dei servizi di hospitality**, la direzione preposta in collaborazione con gli altri settori aziendali, gestisce le attività di ristorazione, accoglienza e vendita al pubblico.

Tra gli aspetti che caratterizzano il comportamento etico di Banfi nella gestione della sua produzione, si evidenziano principalmente i seguenti:

- **in riferimento agli impatti ambientali**, la costante attenzione al rispetto e alla tutela dell'ambiente, con un particolare impegno al contenimento dei consumi di materiali, di acqua, di energia e alla riduzione quanto più possibile della produzione di rifiuti e CO₂.
- **in riferimento alla gestione delle risorse umane**, ele-

mento determinante per le attività produttive, il rispetto dei contratti di lavoro e la relativa normativa, l'attenzione agli standard di sicurezza e un impegno diretto nel promuoverla in ogni forma nonché la cura verso le tematiche di formazione, sono gli elementi che maggiormente caratterizzano la visione di Banfi e che sostengono lo sviluppo di un elevato senso di appartenenza.

I temi sopra menzionati, rappresentando elementi di materialità per Banfi, sono affrontati diffusamente all'interno dei capitoli a loro dedicati.

I principali numeri che rappresentano la realtà produttiva di Banfi sono evidenziati di seguito.



AGRICOLTURA



HOSPITALITY



DISTRIBUZIONE

Gli aspetti che caratterizzano la distribuzione dei prodotti e dei servizi di Banfi sono differenziati nelle due aree di business:

- **in riferimento alla produzione agricola**, la distribuzione del prodotto avviene attraverso una rete di intermediari/agenti/importatori in 86 paesi nel mondo. A supporto dell'attività distributiva, la struttura logistica presidia la movimentazione e la disponibilità del prodotto, mentre la struttura di marketing gestisce gli aspetti connessi alla promozione.
- **in riferimento alla natura** che caratterizza i servizi di hospitality (erogati al Castello Banfi Il Borgo), la distribuzione degli stessi avviene attraverso la collaborazione con agenzie italiane ed estere e la partecipazione ad eventi e fiere promozionali, nonché attraverso il proprio sito internet e i servizi online specifici del settore.

Tra gli aspetti che caratterizzano il comportamento etico di Banfi nella gestione della distribuzione dei propri prodotti e servizi si evidenzia la particolare attenzione nella selezione delle controparti commerciali ricercando soggetti che condividano e promuovano i principi cardine della lotta alle contraffazioni, alle frodi, alla corruzione e che garantiscano il rispetto

dei diritti dell'uomo e tutelino i propri lavoratori. Ulteriore elemento ricercato nelle relazioni commerciali è l'attenzione delle controparti verso la promozione di comportamenti responsabili per l'assunzione ed il consumo di alcool.

Infine, Banfi si impegna anche in riferimento agli aspetti della distribuzione, a costruire nel tempo consolidati rapporti con i propri partner, ponendo anche in tal caso l'accento sull'importanza dello sviluppo del senso di appartenenza.

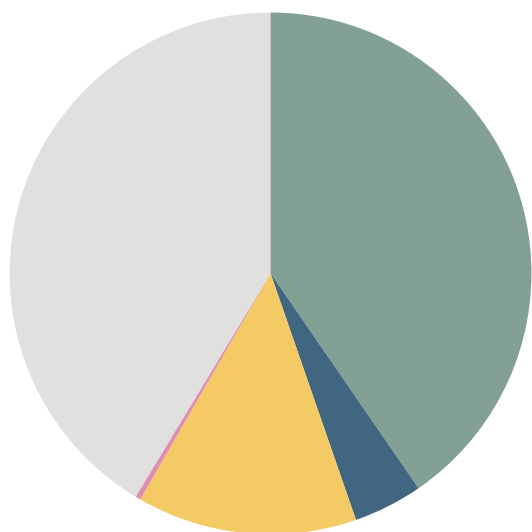
I principali numeri che rappresentano l'internazionalizzazione della rete distributiva di Banfi sono evidenziati di seguito.



G4-8

DISTRIBUZIONE VINI & HOSPITALITY

AGRICOLTURA | SUDDIVISIONE % VENDITE VINO



America
40,40%

Italia
41,35%

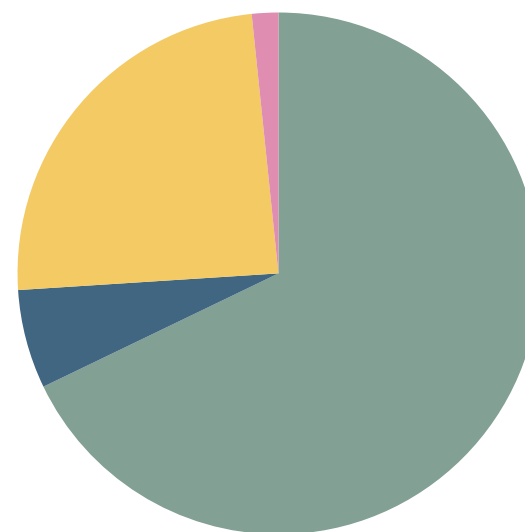
Asia
4,29%

Africa
0%

Europa
13,36%

Oceania
0,33%

HOSPITALITY | SUDDIVISIONE % PRESENZE HOTEL



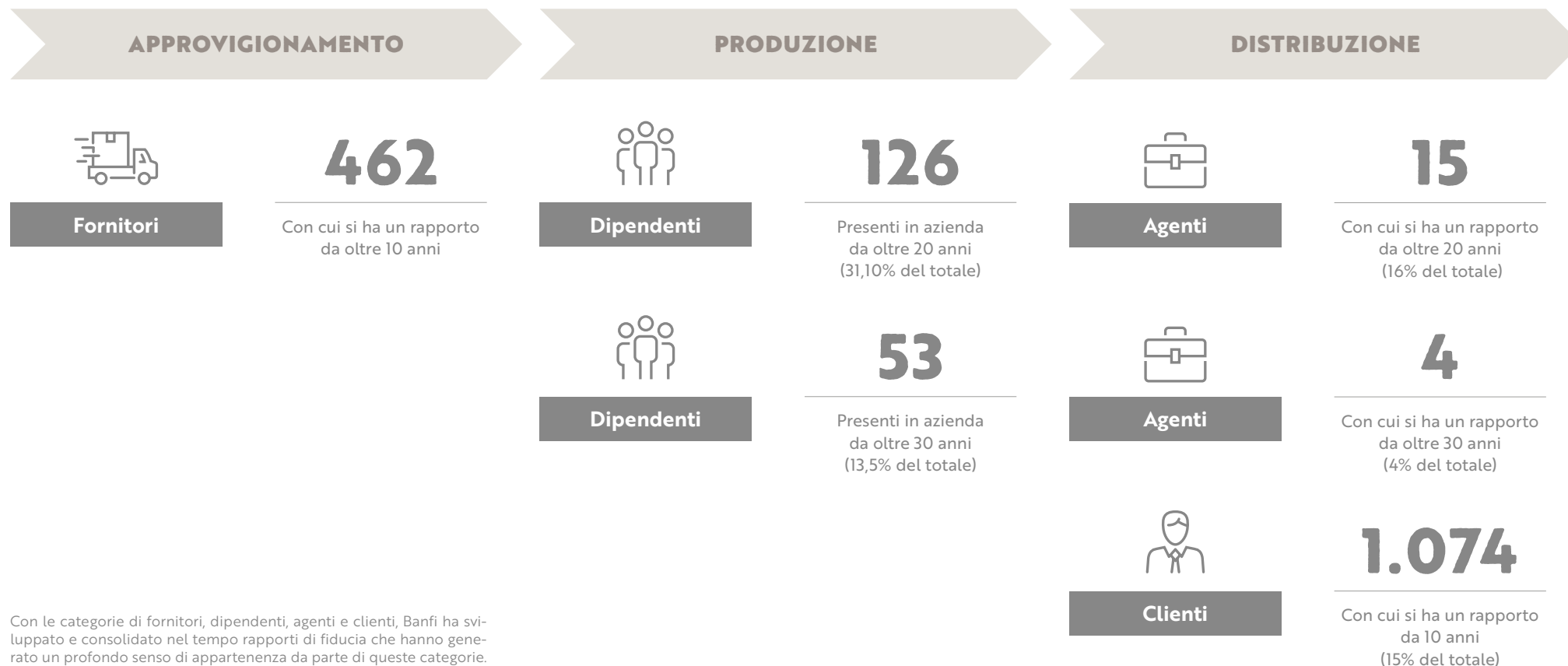
America
67,85%

Asia
6,13%

Europa
(inclusa Italia)
24,38%

Oceania
1,64%

IL SENSO DI APPARTENENZA



Con le categorie di fornitori, dipendenti, agenti e clienti, Banfi ha sviluppato e consolidato nel tempo rapporti di fiducia che hanno generato un profondo senso di appartenenza da parte di queste categorie. I numeri che meglio testimoniano tale sentimento sono rappresentati in questa infografica, in cui, relativamente alle categorie (dipendenti, fornitori, agenti e clienti) riportiamo il numero di coloro che hanno avuto, con Banfi, un rapporto continuativo nel tempo.

Relativamente alla categoria dipendenti, si fa riferimento a partire dalla prima data di assunzione e considerando l'effettiva presenza nel tempo.

Capitolo 7

LA VALORIZZAZIONE E LO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

DMA



PERCHÉ MATERIALE?

Banfi è convinta che la **qualità della propria produzione sia legata fortemente allo sviluppo ed al mantenimento di una forza lavoro formata e motivata**. La creazione di un forte senso di appartenenza nelle persone che lavorano in Banfi rappresenta un elemento fondamentale attraverso cui sviluppare meccanismi di accrescimento e valorizzazione delle persone.



MODALITÀ DI GESTIONE

In Banfi la valorizzazione e lo sviluppo delle persone si concretizza attraverso l'implementazione di azioni specifiche che mirano alla creazione di un forte senso di appartenenza alla società. Tra di esse si indicano le seguenti:

- introduzione di **sistemi premianti**
- sviluppo di percorsi di carriera tesi a **valorizzare le specifiche competenze**
- **sviluppo di percorsi formativi specifici** oltre a quanto previsto per legge



VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

Il sistema di responsabilità sociale viene sottoposto a verifiche periodiche al fine di garantire le condizioni per il mantenimento della certificazione. A tali momenti specifici di valutazione si affiancano i seguenti meccanismi di monitoraggio:

- analisi delle ore di formazione svolte e del numero dei dipendenti formati
- analisi e condivisione dei risultati e degli obiettivi raggiunti

LE NOSTRE RISORSE UMANE



Dipendenti

393

di cui 361 a Montalcino
e 32 a Strevi



Forza lavoro fissa

59,45%



Nuovi assunti di età
< 30 anni

55,17%

+43% vs 2016



Età media dei dipendenti

43,18

anni



Totale ore lavorate

571.000



Permanenza media

14 9

anni

mesi

G4-9 G4-10 LA-1 DMA

CHI SIAMO

Le risorse umane rappresentano il punto dal quale vogliamo partire nel raccontare il nostro approccio alla **sostenibilità**.

Banfi è una realtà che comprende una forza lavoro molto variegata, rappresentata da circa **400 persone** che sono impegnate costantemente per rendere possibile la realizzazione dei traguardi aziendali, superare le sfide quotidiane e perseguire la ricerca dell'eccellenza.

Banfi riconosce il valore, unico e insindacabile, di ogni singolo individuo quale portatore di conoscenze, cultura, esperienze differenti che rendono ancor più stimolante l'ambiente di lavoro.

Le risorse umane sono, infatti, caratterizzate da peculiarità legate al territorio e alla tipologia di attività. L'indissolubile unione che lega i prodotti e i servizi erogati ai territori di appartenenza, è l'elemento centrale che caratterizza la combinazione tra la cultura, espressione del territorio, e al contempo quella ricercata e apportata dall'esterno.



G4-10 LA-1

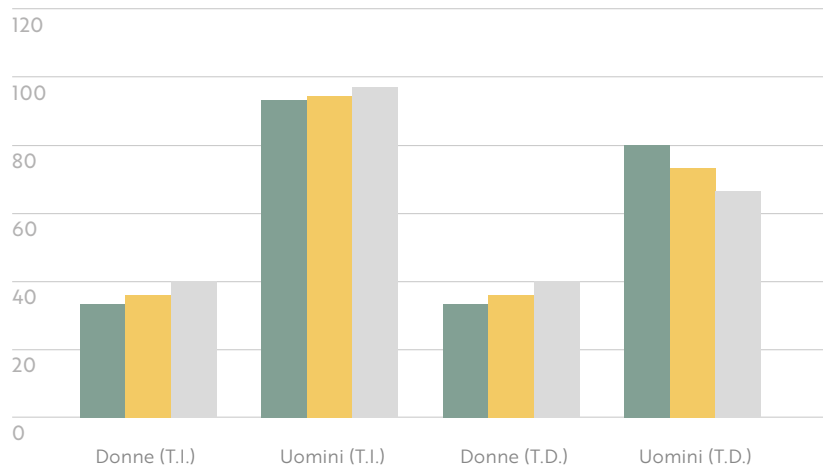
TOTALE DIPENDENTI ANNUI MEDI

2017 2016 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

243



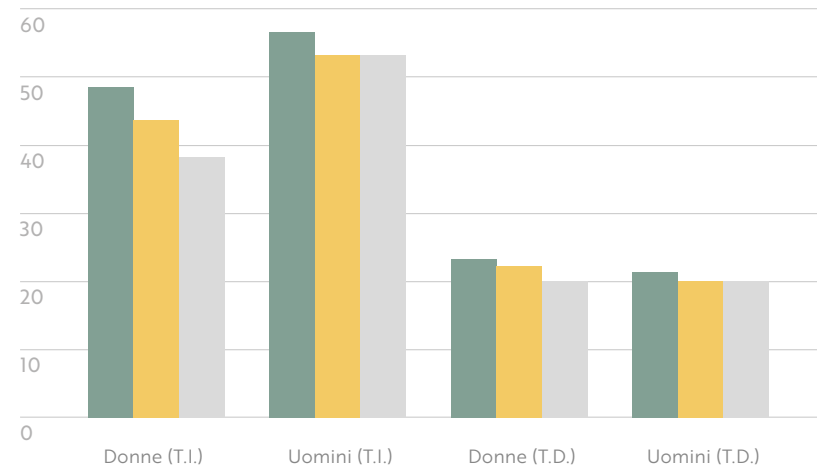
TOTALE N° DIPENDENTI	2017	2016	2015
Tempo indeterminato	129	132	139
Donne (T.I.)	35	37	41
Uomini (T.I.)	94	95	98
Tempo determinato	114	111	108
Donne (T.D.)	34	38	41
Uomini (T.D.)	80	73	67
Totale	243	243	247

2017 2016 2015

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

151



TOTALE N° DIPENDENTI	2017	2016	2015
Tempo indeterminato	105	98	92
Donne (T.I.)	49	44	38
Uomini (T.I.)	56	54	54
Tempo determinato	46	42	39
Donne (T.D.)	24	22	19
Uomini (T.D.)	22	20	20
Totale	151	140	131

Un altro fattore che caratterizza fortemente le risorse umane di Banfi è rappresentato dalla **stagionalità** tipica del settore agricolo e dell'ospitalità.

Tale caratteristica si evidenzia nell'assunzione di personale durante determinati periodi dell'anno, in corrispondenza dei picchi di attività.

La gestione della stagionalità si caratterizza in modalità differenti per le due società: per quanto riguarda Banfi S.r.l. l'assunzione del personale è concentrata all'inizio dei periodi di stagionalità, mentre per Banfi Società Agricola S.r.l., l'assunzione del personale avviene normalmente nel mese di gennaio, attraverso il ricorso a contratti con scadenza entro la fine dell'anno, al fine di garantire la possibilità, da parte dei dipendenti, di effettuare le necessarie giornate lavorative, gestendo in tal modo l'eventuale concentrazione/diluizione delle lavorazioni derivanti dall'influenza delle condizioni meteorologiche.

Tale differente modalità di gestione è determinata dalla **numerosità e dalla diversità delle lavorazioni** che in Toscana riguardano una estensione territoriale di oltre 1.600ha ed hanno a riferimento attività di impianto, espanto, allevamento e coltivazione, mentre in Piemonte sono effettuate operazioni di coltivazione su estensione territoriale di circa 35ha.

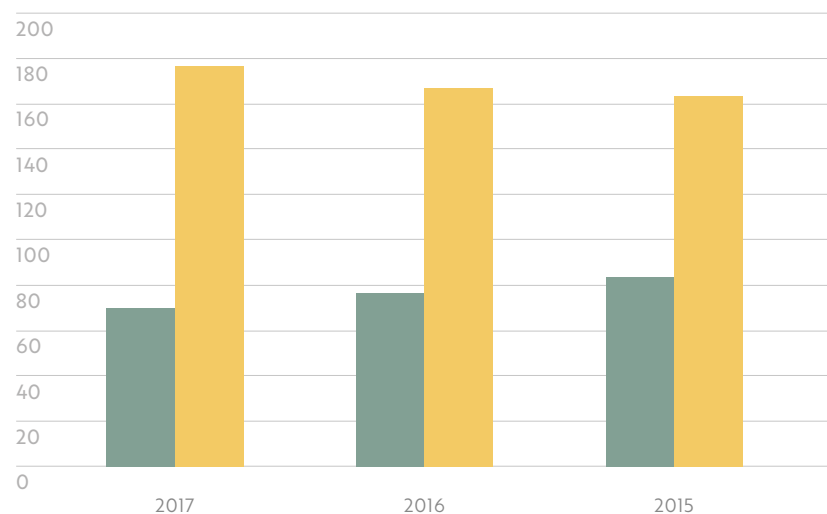


G4-10 LA-1

TOTALE FORZA LAVORO ANNUA MEDIA

Donne Uomini

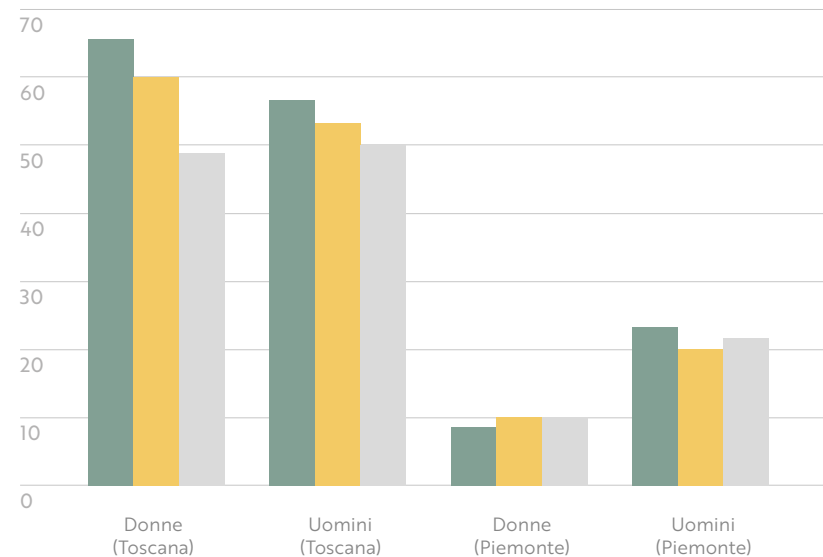
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.	
TOTALE 2017	244



TOTALE FORZA LAVORO MEDIA	2017	2016	2015
Toscana	244	244	249
Donne	69	75	83
Uomini	175	169	166
Totale	244	244	249

2017 2016 2015

BANFI S.R.L.	
TOTALE 2017	155



TOTALE FORZA LAVORO MEDIA	2017	2016	2015
Toscana	123	113	98
Donne (Toscana)	66	60	48
Uomini (Toscana)	57	53	50
Piemonte	32	32	34
Donne (Piemonte)	8	9	9
Uomini (Piemonte)	24	23	25
Totale	155	145	132

LA-1

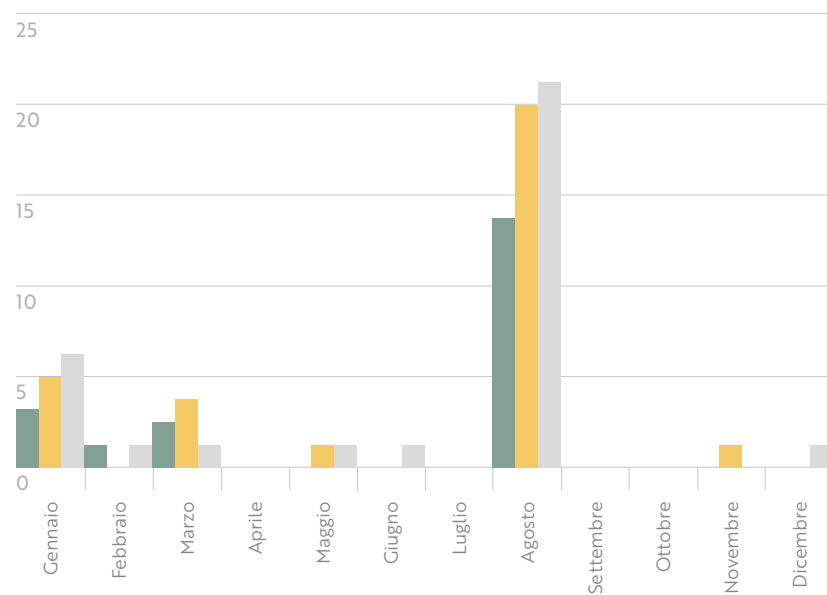
ANDAMENTO FORZA LAVORO

2017 2016 2015

VINO PIEMONTE BANFI S.R.L.

DELTA VS 2016

(9)

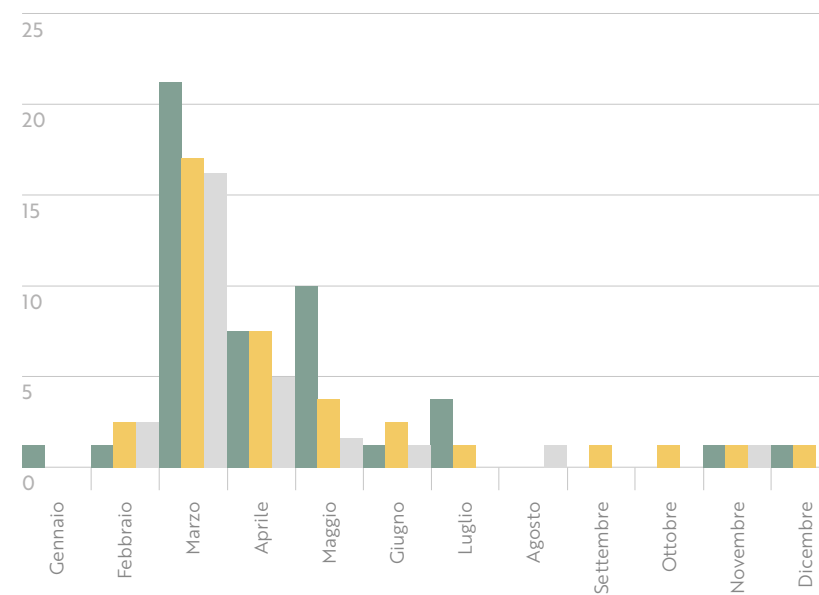


2017 2016 2015

HOSPITALITY BANFI S.R.L.

DELTA VS 2016

(8)



G4-11 LA-2

Da ciò consegue la forte presenza di personale a tempo determinato che rende variabile la forza lavoro nei diversi periodi dell'anno. Ciò si riflette nelle analisi riportate all'interno del capitolo in cui generalmente il punto di partenza sono i dati relativi all'analisi della forza media.

Il periodo di riferimento dei nostri approfondimenti è l'anno solare.

Il 100% dei dipendenti è coperto da contratti di lavoro nazionale o provinciale, è assente una contrattazione aziendale.

È in corso una seria valutazione per l'introduzione di strumenti di **welfare aziendale e diversity** in grado di supportare ulteriormente le risorse umane.

La varietà delle attività svolte in Banfi nelle varie sedi operative si traduce in una pluralità di CCNL adottati:

- **Operai Agricoli** (nelle sedi di Montalcino e Novi)
- **Impiegati Agricoli** (nelle sedi di Montalcino e Novi)
- **Dirigenti Agricoli** (nella sede di Montalcino)
- **Terziario Confcommercio** (nella sede di Montalcino)
- **Dirigenti Terziario Confcommercio** (nella sede di Montalcino)
- **Pubblici Esercizi** (nella sede di Montalcino)
- **Industria Alimentare** (nella sede di Strevi)

In conseguenza a quanto sopra, si è ritenuto necessario gestire tutto direttamente attraverso un Ufficio del

Personale interno, le cui competenze includono: la gestione amministrativa (rilevazione presenze, redazione buste paga, relazioni con gli enti, budget e analisi statistiche delle risorse umane) e la definizione e valutazione dei percorsi formativi e di sviluppo delle carriere (anche attraverso il ricorso a sistemi di incentivazione).

L'impegno di Banfi nel riconoscere e valorizzare le proprie risorse, si traduce in un'attenzione totale verso tutti i dipendenti, senza distinzione tra i più "anziani" ed i nuovi assunti.

Tra le azioni più importanti possiamo ricordare l'incremento medio sul CCNL di oltre il 20% riconosciuto dall'azienda ai propri dipendenti e, nella maggioranza dei casi, l'aumento del livello di primo ingresso per le nuove assunzioni. Tale politica risulta evidente dalla lettura dei dati riportati di seguito.

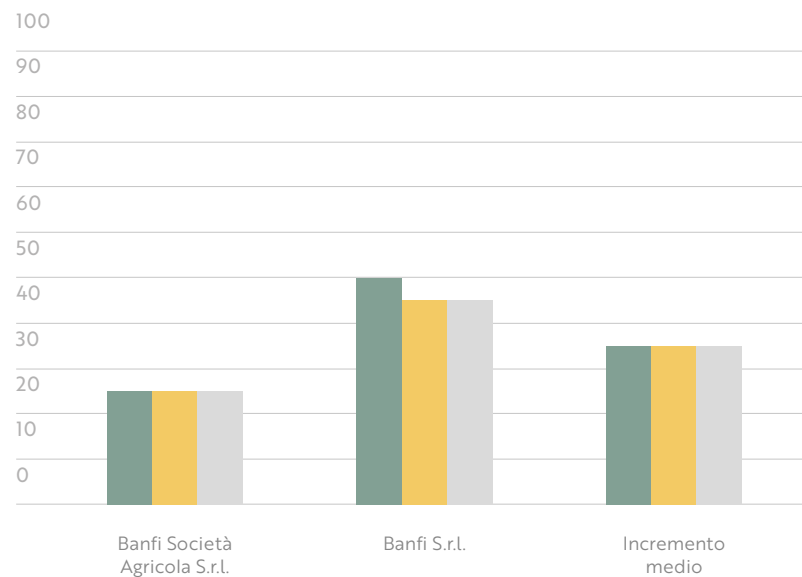


EC-5

LA-2

INTEGRATIVO AZIENDALE

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015



% INCREMENTO SU CCNL	2017	2016	2015
Banfi Società Agricola S.r.l.	13,93	13,80	14,15
Banfi S.r.l.	39,12	36,22	36,64
Incremento medio	23,79	22,34	22,27

AZIENDA RAPPORTO

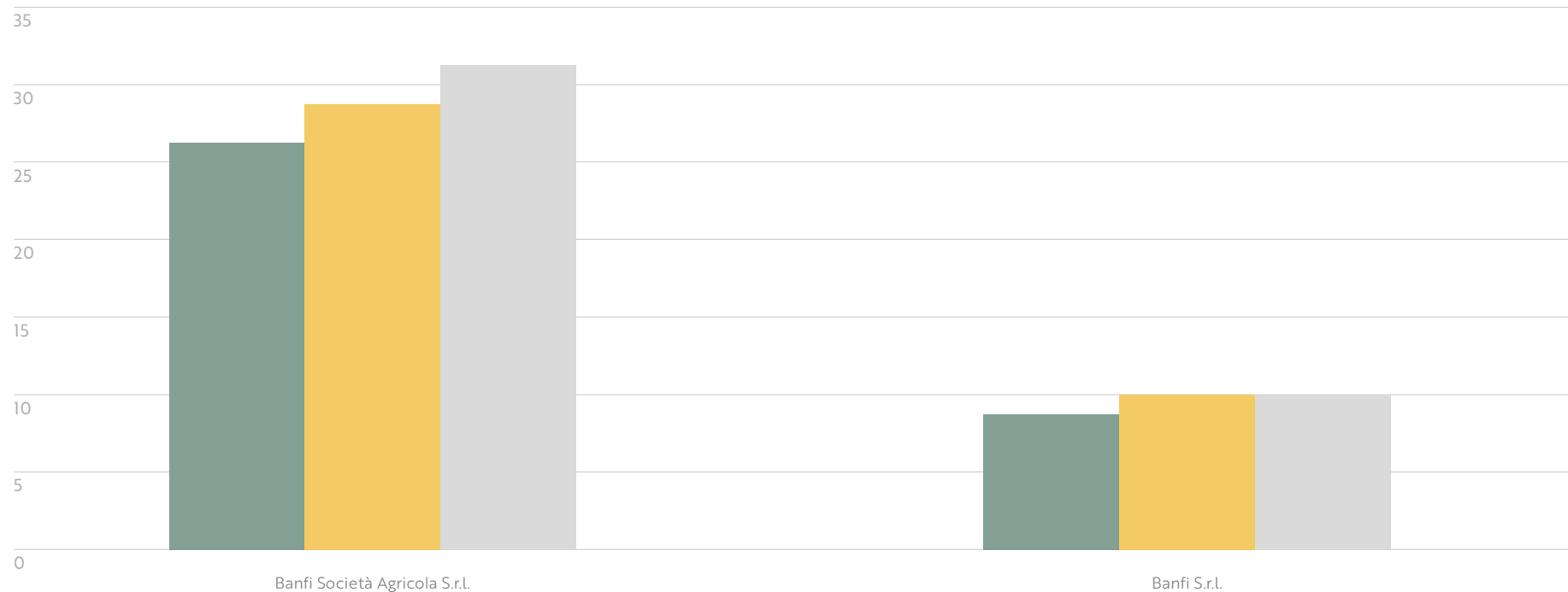
	Qualifica	Livello aziendale	Livello minimo CCNL	% Incremento
Banfi Società Agricola S.r.l.	Impiegato	3^ Categoria	6^ Categoria	24,14
	Operaio	5° Livello Comune	6° Livello Comune	11,06
		6° Livello Comune	6° Livello Comune	
Banfi S.r.l.	Impiegato	4° Livello	6° Livello	14,89
		5° Livello	6° Livello	7,28
	Operaio	5° Livello Comune	6° Livello Comune	48,63

LA-8

% ISCRIZIONE SINDACATO

Il rapporto con i sindacati rappresenta un fondamentale momento di confronto attraverso il quale raccogliere e condividere informazioni utili alla migliore gestione possibile del personale. Trasparenza, fiducia e partecipazione muovono il rapporto tra le parti. Nel grafico è rappresentato il trend triennale della partecipazione dei lavoratori alle associazioni sindacali.

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015



% ISCRIZIONE SINDACATO SU TOTALE	2017	2016	2015
Banfi Società Agricola S.r.l.	27,60	28,46	32,49
Banfi S.r.l.	8,68	10,02	10,03

LA-1 LA-3

LA VARIAZIONE DELLA FORZA LAVORO

La costante attenzione di Banfi volta all'attrazione ed al mantenimento delle competenze necessarie alla realizzazione delle differenti attività di business, si è tradotta, anche nel 2017, **nel positivo trend di assunzioni** già riscontrato nei precedenti esercizi.

Grazie a tale sensibilità, sono state inserite 29 risorse con contratto di lavoro a tempo indeterminato, oltre la metà delle quali con età inferiore ai 30 anni.

Al netto delle cessazioni - in totale 22 persone nel 2017 (-12% sul 2016) - l'età media dei dipendenti rimane di poco superiore ai 40 anni e in linea con quella del 2016 (+0,35%). L'età più bassa riscontrata in azienda è 19 anni, mentre quella più elevata è di 71 anni.

Anche il 2017 rappresenta una conferma di quanto forte sia il legame tra i dipendenti e la realtà aziendale: l'incremento della permanenza media rispetto al 2016 è di circa un mese, pari a +0,68%.

Ulteriore testimonianza del trend sopra evidenziato è riscontrabile dal pari aumento dei rientri a fronte della crescita dei **congedi parentali**, confermando che il 100% dei dipendenti è rientrato al lavoro.



LA-1 LA-3

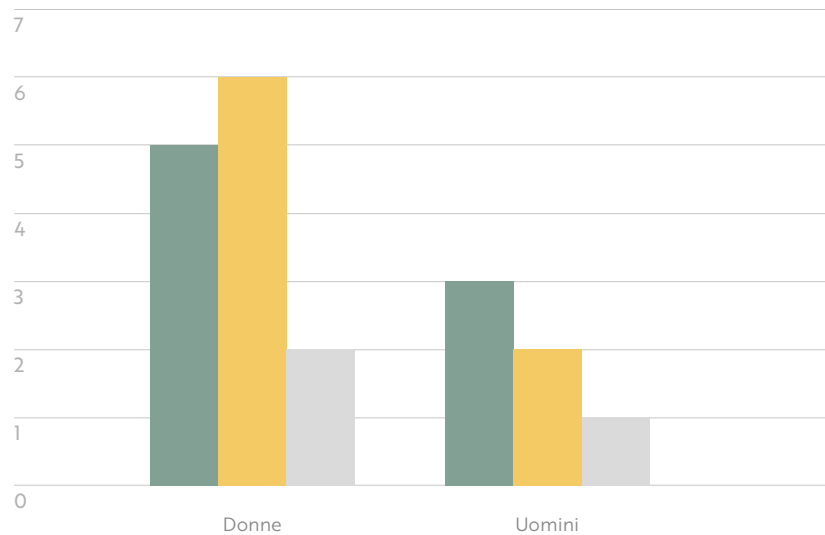
CONGEDO PARENTALE

2017 2016 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

8



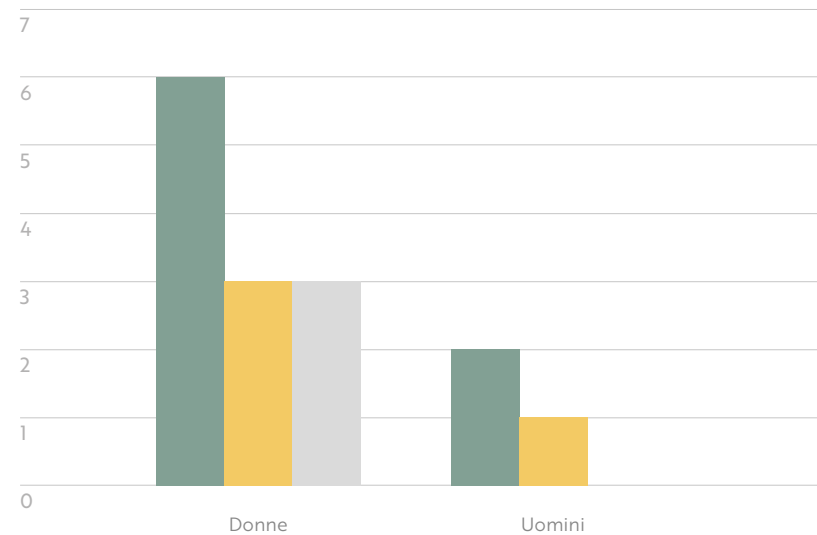
CONGEDO PARENTALE	2017	2016	2015
Donne	5	6	2
Uomini	3	2	1
Totale	8	8	3

2017 2016 2015

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

8



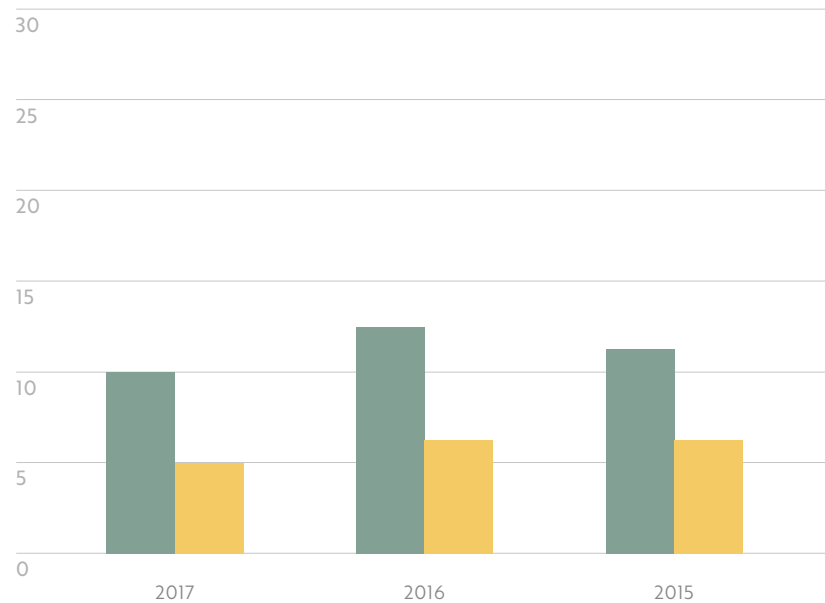
CONGEDO PARENTALE	2017	2016	2015
Donne	6	3	3
Uomini	2	1	-
Totale	8	4	3

LA-1 LA-3

TASSO NUOVE ASSUNZIONI

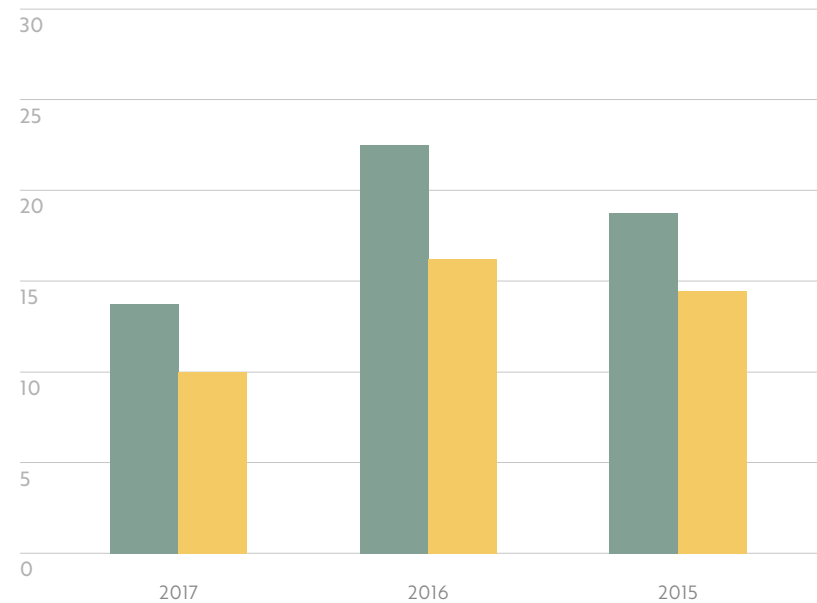
■ Tasso Ass. % Dipendenti Fine Anno ■ Tasso Ass. % Dipendenti Medi

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



■ Tasso Ass. % Dipendenti Fine Anno ■ Tasso Ass. % Dipendenti Medi

BANFI S.R.L.



LA-1

LA-3

NUOVI ASSUNTI PER FASCE ETÀ

Età < 30 anni
31%

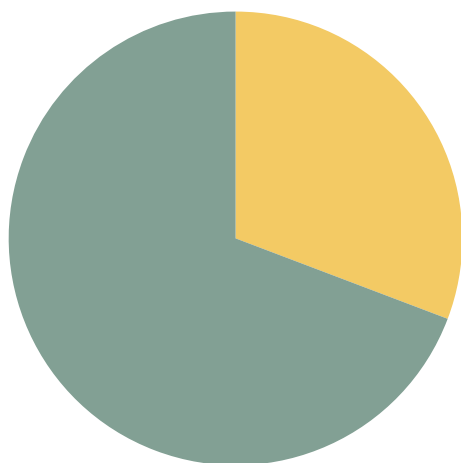
Età 30-50 anni
69%

Età > 50 anni
-

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

13



DELTA SU 2016

(2)

Età < 30 anni
75%

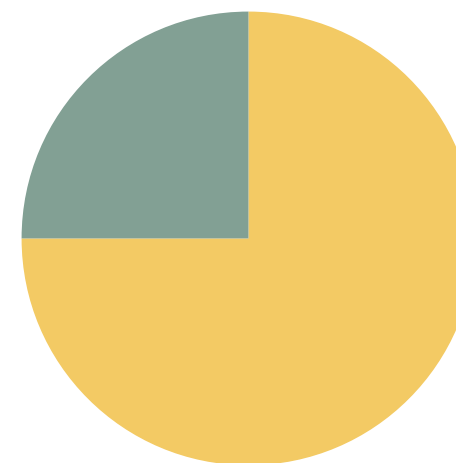
Età 30-50 anni
25%

Età > 50 anni
-

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

16



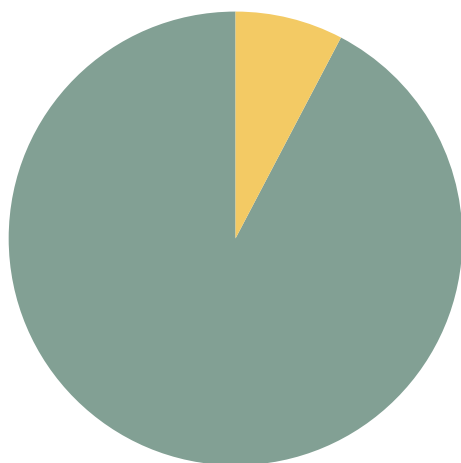
DELTA SU 2016

(8)

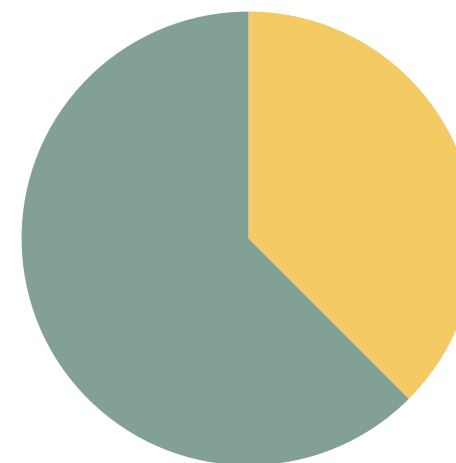
LA-1 LA-3

NUOVI ASSUNTI PER GENERE

Donne 8%
Uomini 92%

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.**TOTALE 2017****13****DELTA SU 2016****(2)**

Donne 37%
Uomini 63%

BANFI S.R.L.**TOTALE 2017****16****DELTA SU 2016****(8)**

LA-1 LA-3

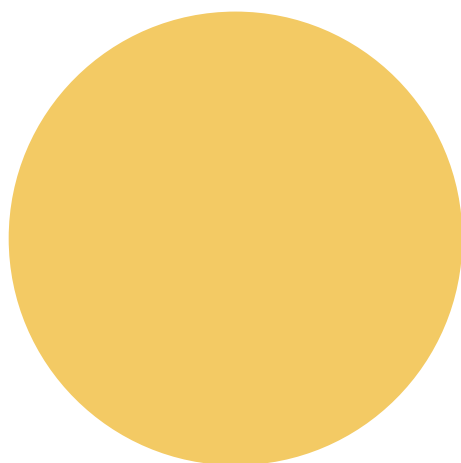
NUOVI ASSUNTI

Toscana
100%

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

13



DELTA SU 2016

(2)

LA-1 LA-3

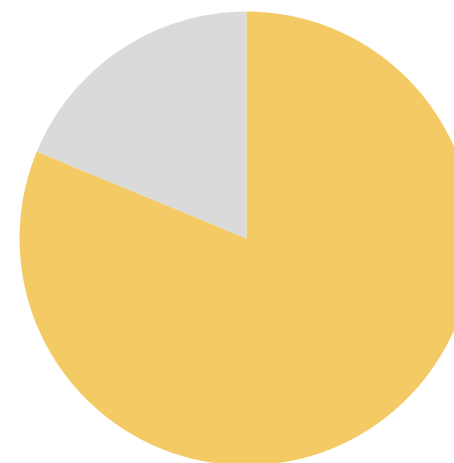
NUOVI ASSUNTI PER LOCALITÀ

Toscana 81%
Piemonte 19%

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

16



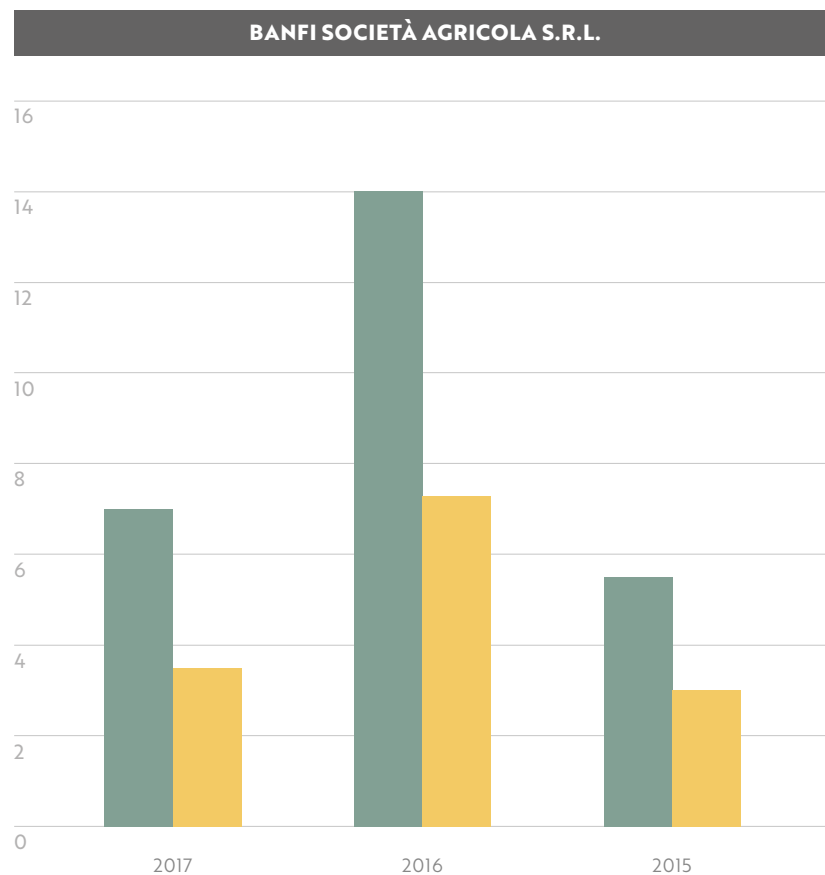
DELTA SU 2016

(8)

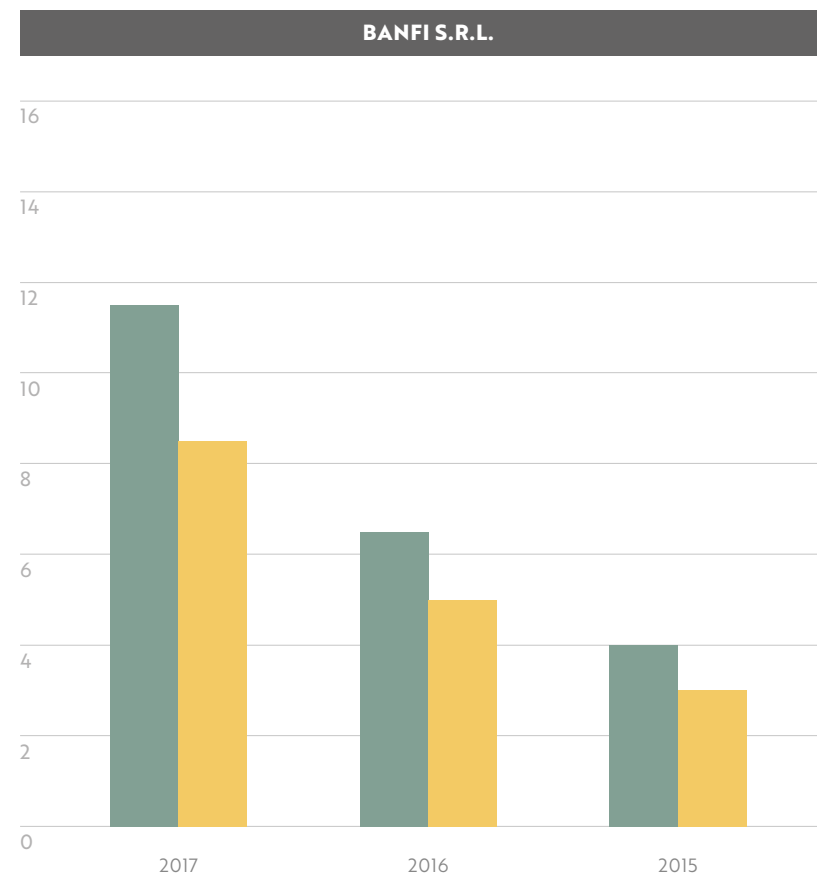
LA-1 LA-3

TASSO TURNOVER

■ Tasso Turnover. % Dipendenti Fine Anno ■ Tasso Turnover % Dipendenti Medi



■ Tasso Turnover. % Dipendenti Fine Anno ■ Tasso Turnover % Dipendenti Medi



LA-1 LA-3

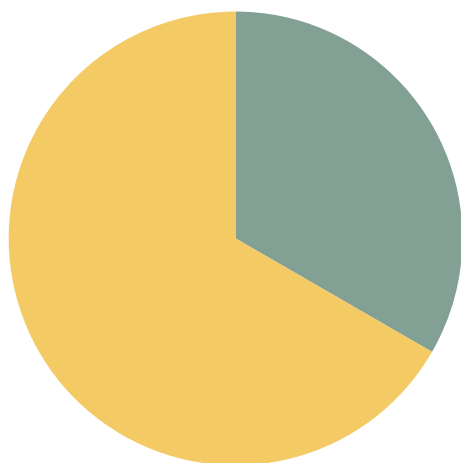
CESSATI PER FASCE ETÀ

Età < 30 anni 67% Età 30-50 anni 33% Età > 50 anni -

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

9



DELTA SU 2016

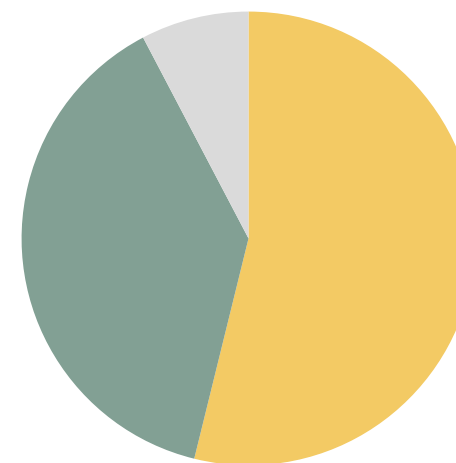
(9)

Età < 30 anni 54% Età 30-50 anni 38% Età > 50 anni -

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

13



DELTA SU 2016

(6)

LA-1

LA-3

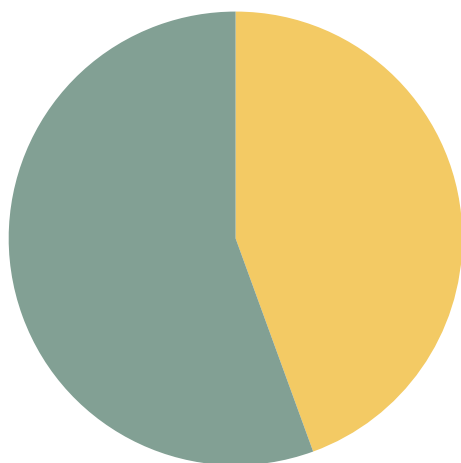
CESSATI PER GENERE

Donne 44%
Uomini 56%

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

9



DELTA SU 2016

(9)

LA-1

LA-3

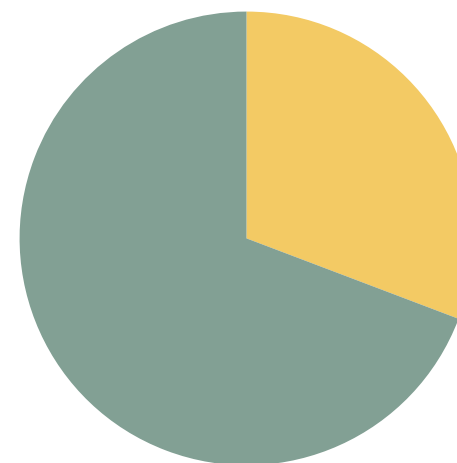
CESSATI PER GENERE

Donne 31%
Uomini 69%

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

13



DELTA SU 2016

(6)

LA-1

LA-3

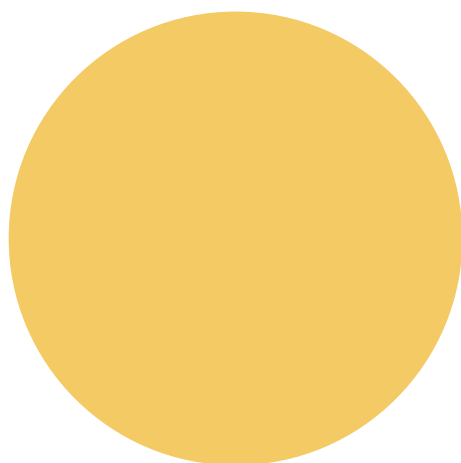
CESSATI PER LOCALITÀ

Toscana
100%

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE 2017

9



DELTA SU 2016

(9)

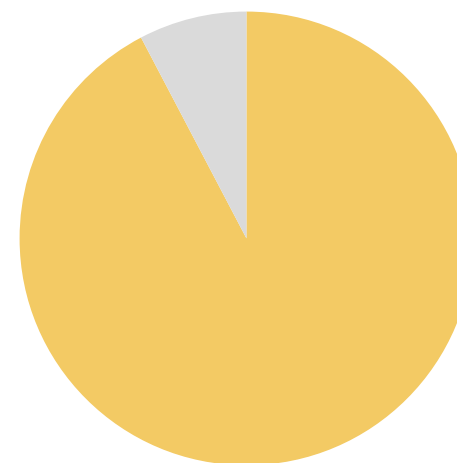
Toscana
92%

Piemonte
8%

BANFI S.R.L.

TOTALE 2017

13



DELTA SU 2016

(6)

LA-6 LA-7 LA-9 LA-10 DMA

SALUTE, SICUREZZA E FORMAZIONE

Il settore agricolo rappresenta una realtà intrinsecamente esposta ad un alto livello di rischio per la salute e la sicurezza delle persone che vi operano. La varietà delle attività svolte sia in campo (ad es. potatura, vendemmia, trattamenti, ecc.), sia in cantina (ad es. vinificazione, travasi, imbottigliamento, analisi di laboratorio, ecc.), presenta **un elevato livello di manualità** oltre a richiedere l'utilizzo di specifici prodotti.

Analogamente, anche per il settore dell'ospitalità, la natura di alcune lavorazioni (ad es. cucina, cura del verde, ecc.), evidenziano un rilevante livello di rischio.

Banfi, consapevole di questa forte esposizione al rischio, da sempre, pone un'attenzione primaria e costante alla **riduzione del pericolo** attraverso l'implementazione di percorsi di formazione.

In questo modo si promuove la diffusione delle buone pratiche e delle competenze necessarie alla riduzione del rischio, affidandosi non solo a docenti e formatori ma, anzitutto, ai colleghi che hanno maturato una maggiore anzianità aziendale.

Oltre a quanto disposto normativamente in tema di salute e sicurezza dei lavoratori, l'azienda ha implementato **un sistema capillare di deleghe dirigenziali**

attraverso cui, presidiare, quanto più localmente possibile, la gestione di tali aspetti.

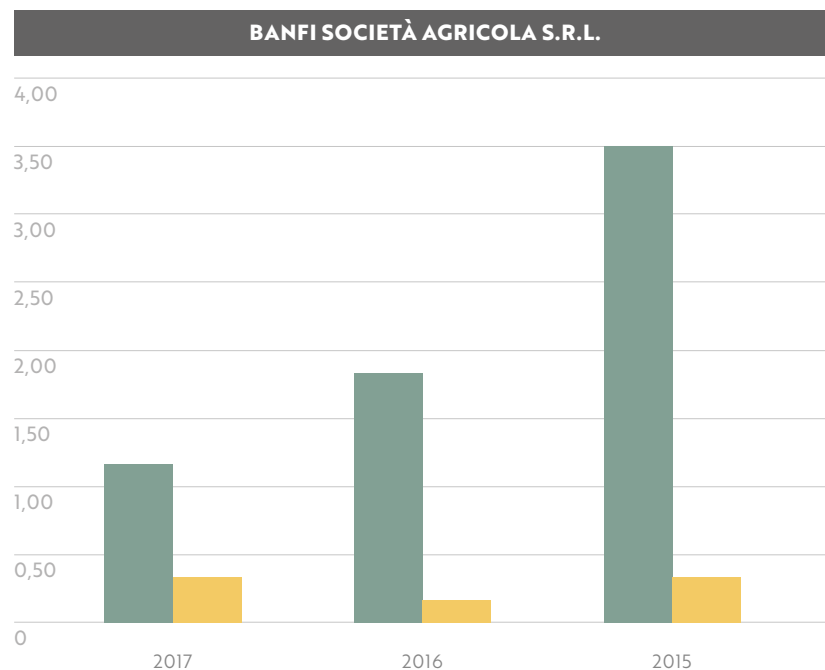
Banfi si è inoltre prefissata l'obiettivo di incrementare nei prossimi anni – e a partire dal 2018 –, il numero di ore di formazione per gli interventi di **primo soccorso e antincendio**.



LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

TASSO INFORTUNIO PER GENERE

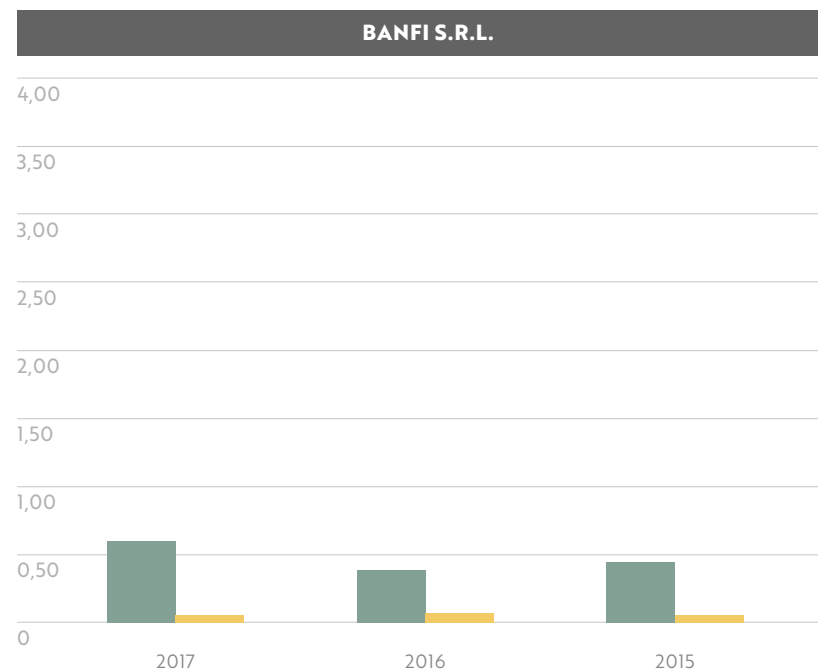
Donne Uomini



TASSO INFORTUNIO PER GENERE	2017	2016	2015
Donne	1,12	1,82	3,51
Uomini	0,26	0,20	0,39
Tasso medio	0,48	0,64	1,34

Uno degli obiettivi più importanti che Banfi si è prefissata di raggiungere in tema di salute e sicurezza è ridurre a zero il numero di infortuni. Analizzando il dato relativo al tasso di infortunio, si evidenzia come per la Banfi Società Agricola S.r.l., nel triennio, si sia verificata una costante riduzione degli incidenti. Per Banfi S.r.l. si registrano variazioni minime nel periodo, su una base di valore già infinitesimale.

Donne Uomini

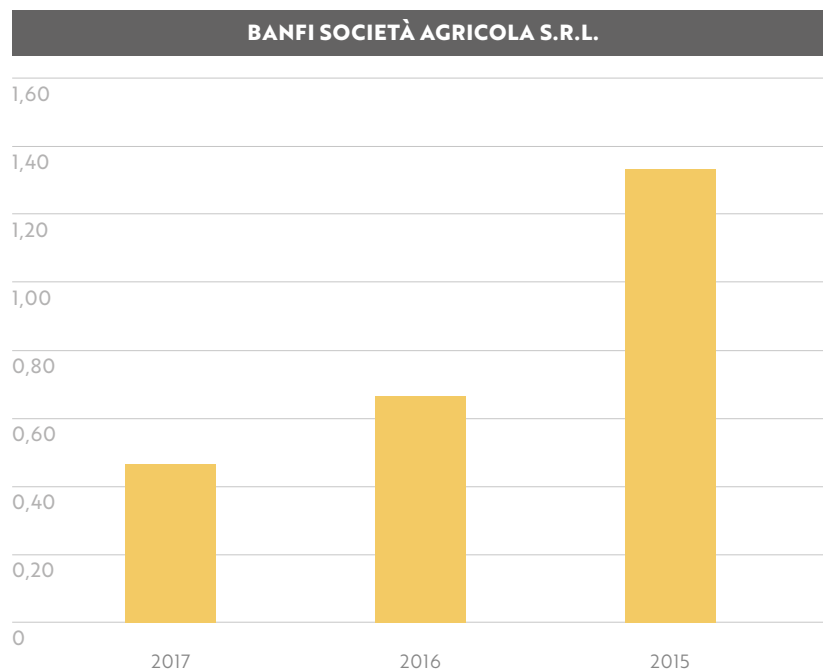


TASSO INFORTUNIO PER GENERE	2017	2016	2015
Donne	0,56	0,43	0,49
Uomini	0,06	0,11	0,06
Tasso medio	0,30	0,26	0,24

LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

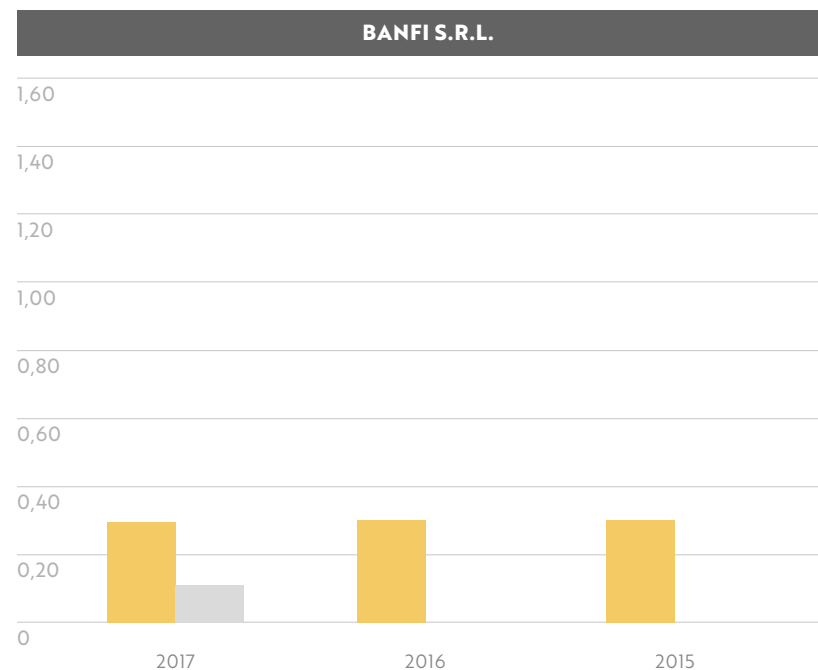
TASSO INFORTUNIO PER LOCALITÀ

Toscana



TASSO INFORTUNIO PER LOCALITÀ	2017	2016	2015
Toscana	0,48	0,64	1,34
Tasso medio	0,48	0,64	1,34

Toscana Piemonte



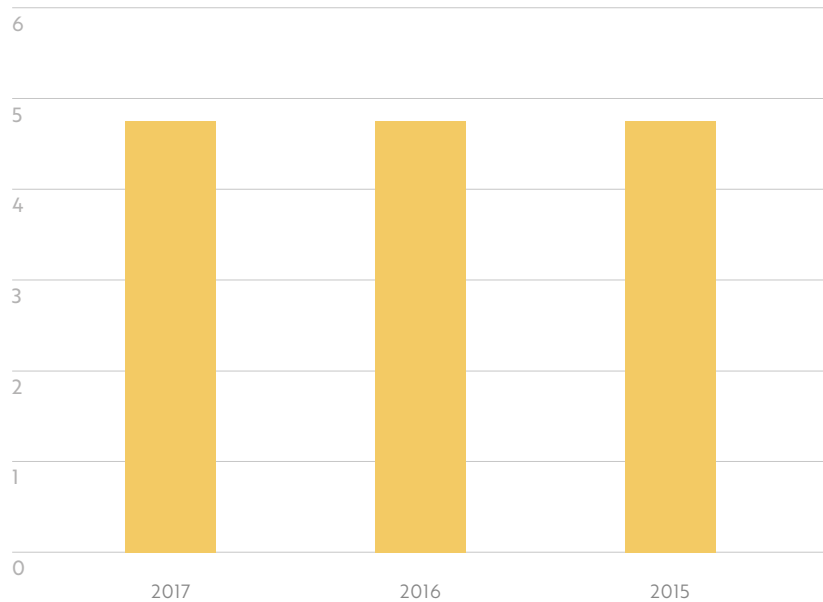
TASSO INFORTUNIO PER LOCALITÀ	2017	2016	2015
Toscana	0,33	0,32	0,32
Piemonte	0,15	-	-
Tasso medio	0,30	0,26	0,24

LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

TASSO ASSENTEISMO

Toscana

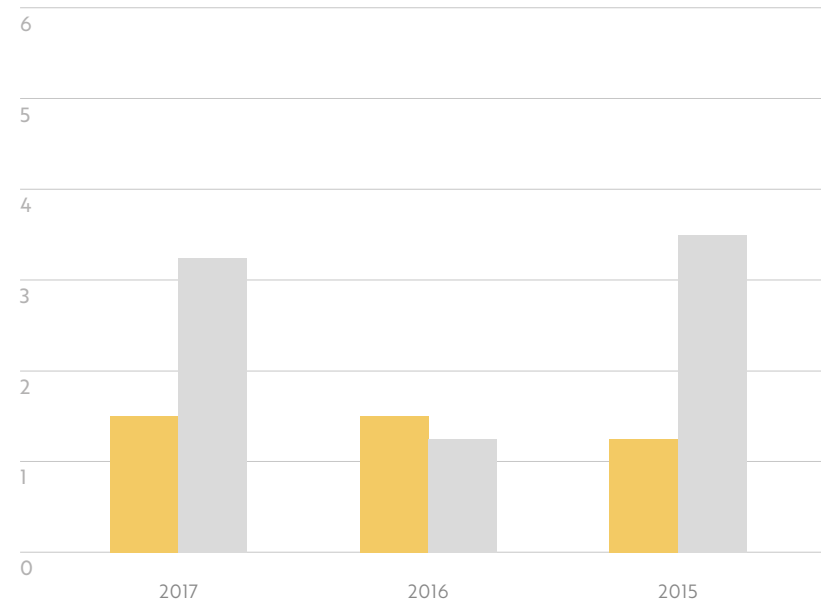
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



TASSO ASSENTEISMO	2017	2016	2015
Toscana	4,79	4,80	4,80
Tasso medio	4,79	4,80	4,80

Toscana Piemonte

BANFI S.R.L.

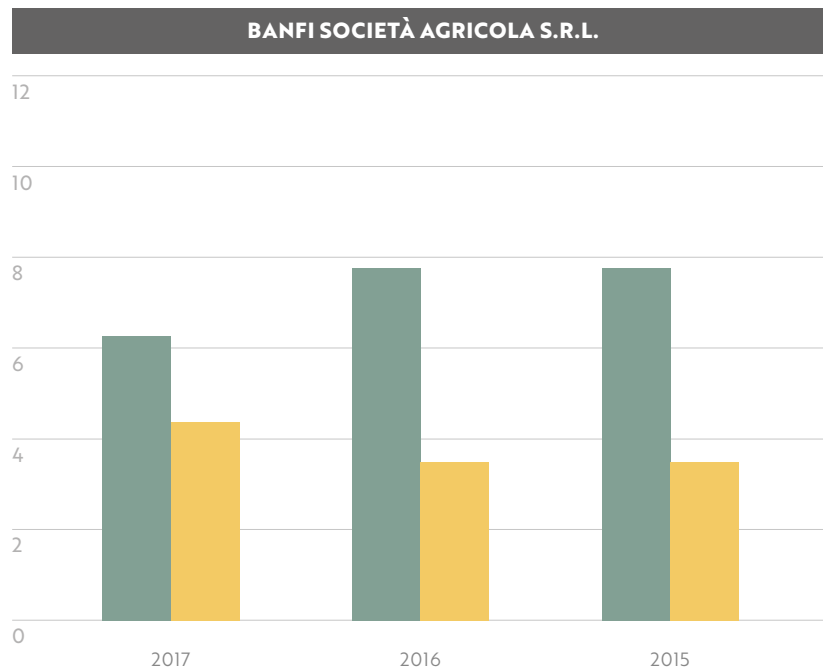


TASSO ASSENTEISMO	2017	2016	2015
Toscana	1,56	1,59	1,22
Piemonte	3,20	1,19	3,78
Tasso medio	1,87	1,51	1,79

LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

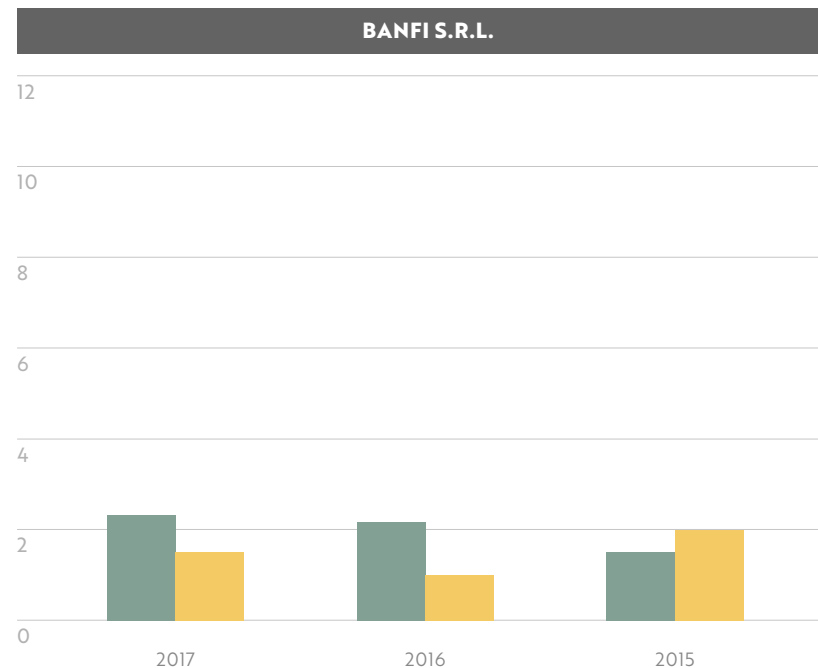
TASSO ASSENTEISMO PER GENERE

Donne Uomini



TASSO ASSENTEISMO	2017	2016	2015
Donne	6,19	7,90	7,90
Uomini	4,26	3,50	3,50
Tasso medio	4,79	4,80	4,80

Donne Uomini



TASSO ASSENTEISMO	2017	2016	2015
Donne	2,07	2,18	1,51
Uomini	1,69	0,91	2,01
Tasso medio	1,87	1,51	1,79

DMA LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

LA FORMAZIONE

Le ore medie di formazione seguono un importante trend di crescita. Banfi si pone il duplice obiettivo: di incrementare il numero di ore di **formazione** erogate ogni anno e di creare un **sistema di reportistica** in grado di supportare, in maniera più strutturata, la rendicontazione delle ore di formazione.

In questo modo sarà possibile includere le ore di formazione non obbligatoria svolte ma che, fino a oggi, non venivano sempre opportunamente rendicontate.

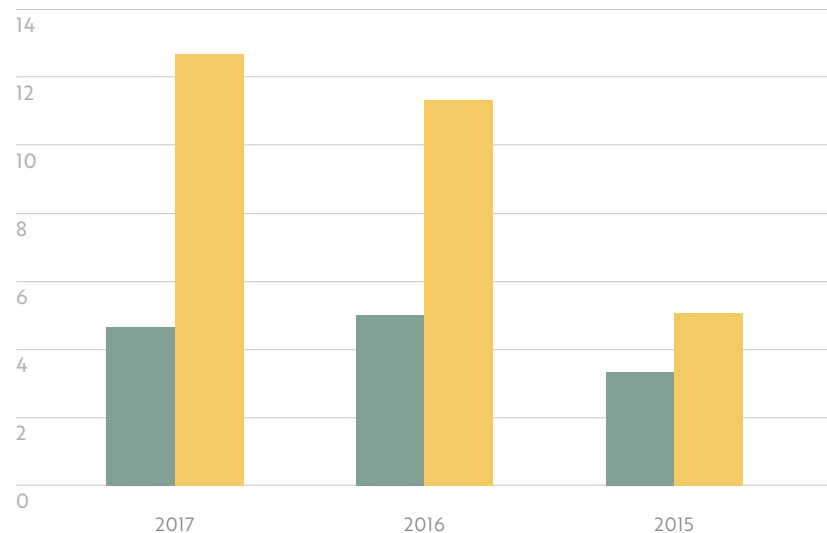


LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

ORE MEDIE FORMAZIONE ANNUA PER GENERE

Donne Uomini

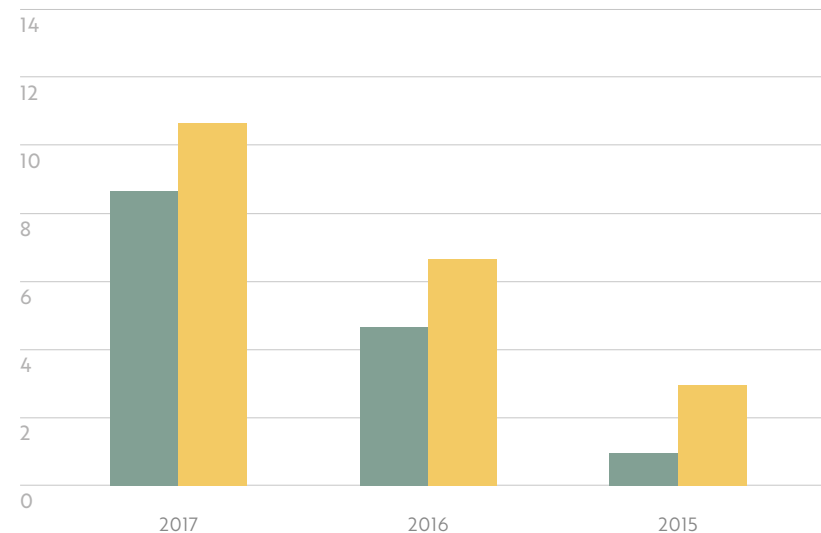
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



ORE MEDIE FORMAZIONE	2017	2016	2015
Donne	4,94	5,12	3,75
Uomini	12,94	11,41	5,36

Donne Uomini

BANFI S.R.L.



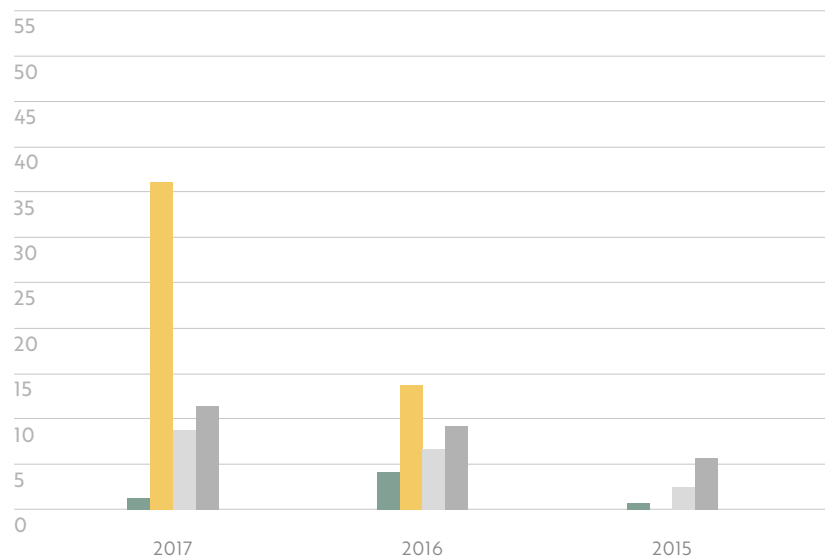
ORE MEDIE FORMAZIONE	2017	2016	2015
Donne	8,56	4,54	1,18
Uomini	10,20	7,00	3,13

LA-6 LA-7 LA-9 LA-10

ORE ANNUE MEDIE FORMAZIONE QUALIFICA

Dirigenti Quadri Impiegati Operai

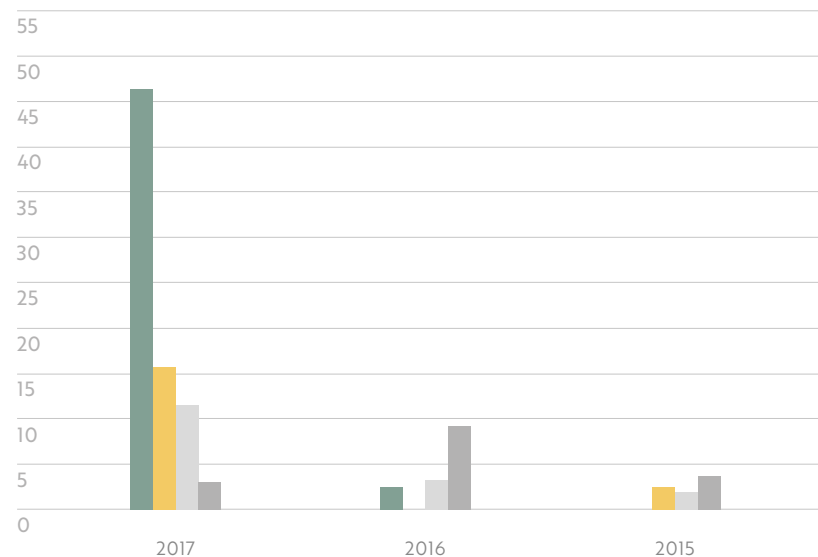
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



ORE FORMAZIONE MEDIE	2017	2016	2015
Dirigenti	1,67	4,00	0,63
Quadri	36,02	14,50	-
Impiegati	9,22	6,95	2,24
Operai	10,72	9,88	5,43

Dirigenti Quadri Impiegati Operai

BANFI S.R.L.



ORE FORMAZIONE MEDIE	2017	2016	2015
Dirigenti	47,13	2,50	-
Quadri	16,27	-	2,04
Impiegati	11,51	3,08	1,58
Operai	3,34	9,24	2,95

LA-1

LA-3

APPENDICE

DATI FINE ANNO

Si riportano come da principi GRI i dati a fine anno dopo aver commentato quelli medi, ritenuti più significativi come veritiera rappresentazione.

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE N° DIPENDENTI	2017	2016	2015
Tempo indeterminato	126	125	137
Donne (T.I.)	35	34	40
Uomini (T.I.)	91	91	97
Tempo determinato	3	-	-
Donne (T.D.)	2	-	-
Uomini (T.D.)	1	-	-
Totale	129	125	137

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE N° DIPENDENTI	2017	2016	2015
Full time	125	120	133
Donne (F.T.)	34	31	38
Uomini (F.T.)	91	89	95
Part time	4	5	4
Donne (P.T.)	3	3	2
Uomini (P.T.)	1	2	2
Totale	129	125	137

BANFI S.R.L.

TOTALE N° DIPENDENTI	2017	2016	2015
Tempo indeterminato	104	101	92
Donne (T.I.)	48	47	39
Uomini (T.I.)	56	54	53
Tempo determinato	9	5	5
Donne (T.D.)	6	4	4
Uomini (T.D.)	3	1	1
Totale	113	106	97

BANFI S.R.L.

TOTALE N° DIPENDENTI	2017	2016	2015
Full time	104	99	87
Donne (F.T.)	48	47	36
Uomini (F.T.)	56	52	51
Part time	9	7	10
Donne (P.T.)	6	4	7
Uomini (P.T.)	3	3	3
Totale	113	106	97

LA-1

LA-3

APPENDICE

DATI FINE ANNO

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE FORZA LAVORO FINE ANNO	2017		2016		2015	
Natura rapporto	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo
Amministratori	-	2	-	2	-	2
Lavoratori a progetto	-	-	-	-	1	-
Lavoro dipendente	37	92	34	91	40	97
Tirocinante	-	-	-	-	2	-
Totale	37	94	34	93	43	99

BANFI S.R.L.

TOTALE FORZA LAVORO FINE ANNO	2017		2016		2015	
Natura Rapporto	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo
Amministratori	-	2	-	2	-	2
Lavoratori a progetto	-	-	-	-	-	-
Lavoro dipendente	54	59	51	55	43	54
Tirocinante	1	-	1	-	1	-
Totale	55	61	52	57	44	56

LA-1

LA-3

APPENDICE

DATI FINE ANNO

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

TOTALE FORZA LAVORO FINE ANNO	2017	2016	2015
Toscana	131	127	142
Donne	37	34	43
Uomini	94	93	99
Totale	131	127	142

BANFI S.R.L.

TOTALE FORZA LAVORO FINE ANNO	2017	2016	2015
Toscana	93	89	78
Donne (Tosc.)	50	48	39
Uomini (Tosc.)	43	41	39
Piemonte	23	20	22
Donne (Piem.)	5	4	5
Uomini (Piem.)	18	16	17
Totale	116	109	100

Capitolo 8

LA TUTELA DELL'AMBIENTE

DMA



PERCHÉ MATERIALE?

La tutela dell'ambiente rappresenta un elemento centrale nell'ambito delle attività svolte in Banfi.

Il rispetto, la tutela e la salvaguardia dell'ecosistema sono principi di riferimento che guidano ed ispirano le attività della Società nella consapevolezza che solo attraverso tali attenzioni è possibile garantire continuità, crescita e sviluppo della produzione.



MODALITÀ DI GESTIONE

In Banfi la tutela dell'ambiente si concretizza attraverso l'implementazione di specifiche azioni e procedure che si prefiggono il conseguimento dei seguenti obiettivi:

- **contenimento dei consumi** e dello sfruttamento delle risorse naturali (es. acqua, energia, suolo);
- **sviluppo e utilizzo di tecniche agronomiche alternative** (es. lotta integrata, biologico) in sostituzione delle tecniche tradizionali altamente impattanti sull'ambiente;
- **sostenimento e partecipazione a progetti di ricerca e sviluppo** (es. sperimentazione vitigni resistenti);



VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

Il sistema di gestione ambientale viene sottoposto a verifiche periodiche al fine di garantire le condizioni per il mantenimento della certificazione.

A tali valutazioni si affiancano periodici meccanismi di monitoraggio, controllo e verifica in merito all'effettiva capacità di raggiungere gli obiettivi prefissati nell'ambito della tutela dell'ambiente.

L'utilizzo del nostro **laboratorio interno di analisi**, affiancato dalla collaborazione con istituzioni universitarie e professionisti esterni, rappresentano un costante ed evoluto presidio nella misurazione dell'efficacia delle azioni implementate.

G4-14

LA CENTRALITÀ DELL'AMBIENTE PER BANFI

L'integrazione di Banfi con l'ambiente circostante è frutto di un percorso di tutela e di **valorizzazione dell'ecosistema** che si è sviluppato negli anni e che continua ad evolversi. Tale impegno si ispira alla sfida globale che numerosi Paesi hanno abbracciato aderendo ai principi definiti dai diversi accordi internazionali sul clima (Accordi di Rio sull'ambiente – 1992, Protocollo di Kyoto – 1997, Accordo di Parigi – 2015).

Il contrasto al **cambiamento climatico** rappresenta, infatti, un elemento centrale che guida le scelte ed i comportamenti aziendali nella gestione delle tematiche ambientali, nella consapevolezza dei rilevanti impatti che il clima determina sulla produzione agricola, condizionando fortemente la disponibilità, la quantità e la qualità della stessa, nonché il prezzo di vendita dei propri prodotti.

L'accurata gestione del **variegato agroecosistema** in cui Banfi opera, rappresenta un positivo esempio di perfetta armonia tra la gestione delle attività produttive e la tutela della vasta biodiversità che caratterizza l'ambiente di riferimento. All'interno dell'azienda è presente infatti uno dei più alti rapporti tra superficie a bosco e superficie coltivata. Per mantenere questo patrimonio, sono state messe in atto diverse attività tra cui: l'impianto di varietà locali, la conservazione e

gestione delle foreste di proprietà e la predisposizione di alcuni punti d'attingimento idrico per la difesa dagli incendi e l'abbeveramento degli animali selvatici. Accanto alle diverse colture (susino, ciliegio, olivo, grano duro, farro, prati di leguminose), Banfi presenta oltre 120 specie erbacee spontanee, alcune delle quali ormai rare costituendo in tal modo un vero e proprio serbatoio di biodiversità floristica.

Banfi opera in un'area a forte rischio di erosione per l'orografia, le caratteristiche geo-pedologiche dei terreni e la forte stagionalità delle piogge. Per ovviare al negativo impatto ambientale derivante da tali aspetti, **l'azienda da sempre si impegna in azioni di contenimento dei fenomeni erosivi**, implementando negli anni oltre 150 km di fossi di regimazione delle acque, 80 km di drenaggi sotterranei, 10 km di muretti a secco o terrapieni di contenimento e l'inerbimento programmato delle vigne.

La grande varietà di attività svolte dall'azienda nei diversi settori di operatività, comporta l'inevitabile produzione di una importante quantità di **rifiuti** che Banfi da sempre gestisce attraverso un approccio strutturato. Di anno in anno, a seconda delle operazioni che si effettuano, si riscontrano delle variazioni nelle quantità di rifiuti prodotte, come ad esempio nelle opera-

zioni di impianto e espanto dei vigneti ove avviene la sostituzione dei pali in cemento con quelli di metallo e legno di castagno.

Per la natura delle sue numerose e diverse attività, l'azienda utilizza ingenti quantitativi di **acqua** che variano in misura importante di anno in anno, soprattutto a causa delle variazioni climatiche. La gestione di tali esigenze avviene secondo diverse modalità, tese a ridurre al minimo gli impatti ambientali generati, come, ad esempio, l'utilizzo di invasi artificiali, che raccolgono acqua piovana durante la stagione invernale, al fine di contenere l'attingimento diretto dai fiumi, o lo sviluppo dell'irrigazione a rateo variabile che consente di efficientare l'utilizzo delle risorse idriche oltre all'attenzione al contenimento degli sprechi nell'utilizzo dell'acqua nelle attività di cantina.

Gli elementi centrali che caratterizzano tale impegno, si manifestano attraverso numerose e differenti iniziative orientate alla **riduzione delle emissioni di gas a effetto serra**. In tale ottica si è fatto ricorso ad azioni di riduzione dei consumi di gasolio, legati alle operazioni colturali e di gestione delle varie fasi di cantina, con progressivo spostamento dei consumi a favore dell'energia elettrica, che oggi è totalmente acquisita da fonti rinnovabili, con un abbattimento nelle emissioni di CO₂.

EC-2

IL CAMBIAMENTO CLIMATICO E IL CONTRIBUTO DI BANFI

Al fine di poter contrastare efficacemente il cambiamento climatico, Banfi ritiene necessario, come primo passo, analizzare e comprendere i rischi e le opportunità che in tal senso caratterizzano il proprio business, al fine di poter assumere scelte consapevoli e definire azioni concrete di contrasto o di sviluppo.

Nella tabella seguente sono descritti i principali rischi/opportunità, connessi al cambiamento climatico, che possono impattare su Banfi, definendo gli effetti che gli stessi possono determinare e le azioni conseguenti.

RISCHI (R)/OPPORTUNITÀ (O)	TIPOLOGIA	IMPATTI POTENZIALI	AZIONE
Cambiamenti legislativi in materia ambientale (R)	Legislativo	• Sanzioni per ritardo nell'adeguamento	• Monitoraggio continuo degli adempimenti normativi da rispettare • Partecipazione attraverso le associazioni di categoria ad attività informative e di supporto • Implementazione interna di specifiche procedure
Eventi atmosferici estremi (R)	Fisico	• Danni al patrimonio aziendale e fermo delle attività • Default in base all'entità del danno e alla mancanza di sufficienti risorse finanziarie per affrontare emergenza	• Adozione di specifiche procedure di Business Continuity & Disaster Recovery non solo informatiche • Protezione delle strutture e diversificazione territoriale dove possibile per la produzione • Rapporto trasparente e collaborativo con le istituzioni finanziarie per sufficienti linee di credito • Opere interne di consolidamento del territorio e cura anche della parte non produttiva
Eventi atmosferici estremi (R)	Fisico	• Perdita produzione annuale	• Sottoscrizione di prodotti assicurativi multirischi sugli eventi climatici • Delocalizzazione della produzione ove possibile • Costruzione di propri impianti di irrigazione per il supporto e il sostentamento delle colture
Sviluppo nuove tecniche e sperimentazione colturale (O)	Fisico/Legislativo	• Miglioramento/incremento della qualità/quantità di prodotto	• Sperimentazione colture resistenti e ufficiali introduzioni nelle varietà coltivabili • Sostituzione di tecniche di trattamento tradizionali con nuove e meno impattanti • Difesa della biodiversità e della multiculturalità invece della specializzazione

EN-6

RIDUZIONE CONSUMI

Il contributo di Banfi alla lotta ai cambiamenti climatici vede, nelle azioni di risparmio energetico e diminuzione delle emissioni di CO₂, un importante indirizzo strategico da includere in ogni nuovo investimento strutturale e non. Si riportano, nella seguente tabella, i principali interventi del triennio con il risparmio diretto in termini di energia e CO₂.

RIDUZIONE CONSUMI	AZIENDA	2017	2016	2015
Stampante Toshiba	Banfi S.r.l.			
Carta (n. fogli)		20.000	15.000	15.000
CO ₂ (t)		0,17	0,13	0,13
Caldaia pellet (Borgo)	Banfi S.r.l.			
CO ₂ (t)		23,34	23,34	23,34
Energia Elettrica (MJ)		183.121	183.121	183.121
Impianto condizionamento (Cubo)	Banfi S.r.l.			
CO ₂ (t)		6,90	6,90	-
Energia Elettrica (MJ)		54.958	54.958	-
Impianto condizionamento Centralino	Banfi Società Agricola S.r.l.			
CO ₂ (t)		5,11	5,11	-
Energia Elettrica (MJ)		40.010	40.010	-
Caldaia condensazione gasolio (Borgo)	Banfi S.r.l.			
CO ₂ (t)		0,16	-	-
Energia Elettrica (MJ)		1.959	-	-
Pompa di calore (Cucina Castello)	Banfi S.r.l.			
CO ₂ (t)		1,67	-	-
Energia Elettrica (MJ)		13.058	-	-
Caldaia condensazione GPL (Balsameria)	Banfi S.r.l.			
CO ₂ (t)		4,82	-	-
Energia Elettrica (MJ)		72.370	-	-
Totale riduzione CO2 (t)		42,17	35,48	23,47
Totale riduzione Energia Elettrica (MJ)		365.476	278.089	183.121

EN-7

RIDUZIONE CONSUMI

Per quanto riguarda i risparmi energetici e di CO₂ conseguiti attraverso il risparmio di materiali e servizi nella fase produttiva, si evidenziano qui sotto i principali interventi del triennio. In particolare, nel 2017, si è dato il via alla collaborazione con la MAGDI S.r.l. per la consegna del prodotto vino ai clienti nell'area romana, esclusivamente con mezzi elettrici a sostituzione dei tradizionali mezzi a gasolio.

RIDUZIONE CONSUMI	AZIENDA	2017	2016	2015
Cartone riciclato	Banfi Società Agricola S.r.l. & Banfi S.r.l.			
Alberi (n.)		1.282	1.300	1.272
Acqua (mc)		37.594	38.122	37.321
CO2 (t)		279	283	277
Energia Elettrica (MJ)		2.337.638	2.370.470	2.320.675
Vetro riciclato	Banfi Società Agricola S.r.l. & Banfi S.r.l.			
CO2 (t)		2.813	3.048	2.576
Energia Elettrica (MJ)		15.625.451	16.935.528	14.310.020
Consegne a Roma con mezzi elettrici	Banfi S.r.l.			
CO2 (t)		14	-	-
Totale riduzione CO2 (t)		3.106	3.331	2.853
Totale riduzione Energia Elettrica (MJ)		17.963.089	19.305.998	16.630.695
Totale riduzione Acqua (mc)		37.594	38.122	37.321

LA DIFESA DELLE COLTURE E DELL'AMBIENTE: CONCIMAZIONI E TRATTAMENTI

Fin dagli anni '90 Banfi ha iniziato un programma di coltivazione **a basso impatto ambientale** grazie ad un attento controllo dei trattamenti fertilizzanti ed agrochimici, riducendo sensibilmente le quantità utilizzate e con il ricorso esclusivo a **principi attivi non aggressivi**. La continua innovazione e calibrazione degli ultimi anni si basano su un approccio tecnico orientato all'utilizzo dei mezzi di difesa solo in caso necessario e non preventivo grazie, anche, all'ausilio del nuovo sistema di stazioni meteo.

Infatti, proprio dal 2017 è stato modernizzato il sistema di **sensori per il rilevamento dei dati meteorologici**, passando dalle capannine meteo tradizionali meccaniche, alle stazioni di rilevamento elettroniche, situate in 8 Località Aziendali (5 nell'Azienda di Montalcino e 3 nelle Aziende Esterne), in modo da coprire, nella sua interezza, tutta la superficie aziendale.

Le stazioni meteo, trasmettono i dati ad un portale che permette di controllare la **situazione meteorologica in tempo reale**, direttamente dallo smartphone e PC. Il sistema di gestione delle stazioni meteo in più, elabora, tramite i dati raccolti, dei modelli previsionali sulle condizioni di sviluppo di malattie fungine. Questi modelli sono di supporto ai tecnici, infatti, uniti all'esperienza e al costante monitoraggio dei vigneti, per-

mettono di valutare lo **stato fitosanitario delle vigne** ed intervenire nei tempi e nelle modalità più consone a combattere le avversità, minimizzando sprechi e riducendo l'impatto di tali interventi, sull'ambiente, gli operatori ed il consumatore. Affiancandosi alle operazioni di scouting, allo stretto controllo e verifica dei quantitativi e limiti di ogni singolo prodotto, alla condivisione delle informazioni e conoscenze con i nostri partner e forti del progetto di zonazione e del database delle precedenti vendemmie, l'azienda riesce ad ottimizzare sia in numero che in efficacia i vari trattamenti alle proprie colture.

La recente integrazione di **produzioni biologiche** cerealicole e foraggiere, ha permesso anche di affiancare nuove tecniche alle convenzionali utilizzate fino ad oggi e di poter continuare a studiare il tema del biologico anche per i frutteti e i vigneti.

I dati del triennio qui presentati, sono calcolati a partire dai quantitativi utilizzati del prodotto commerciale e non del solo principio attivo. L'azienda è orientata per i prossimi anni a spostare la propria reportistica sul solo principio attivo in quanto sicuramente di più immediata lettura e comparazione con le condizioni, soprattutto meteorologiche, che ne determinano l'utilizzo. Il dato del 2017 esprime, meglio di ogni altro,

questa complessità di lettura. Il 2017 è stato un anno caratterizzato da una situazione meteorologica ottimale ma, malgrado questo, i consumi medi sono incrementati per l'utilizzo di prodotti caratterizzati da una minor concentrazione di principi attivi e, per questo motivo, meno impattanti.

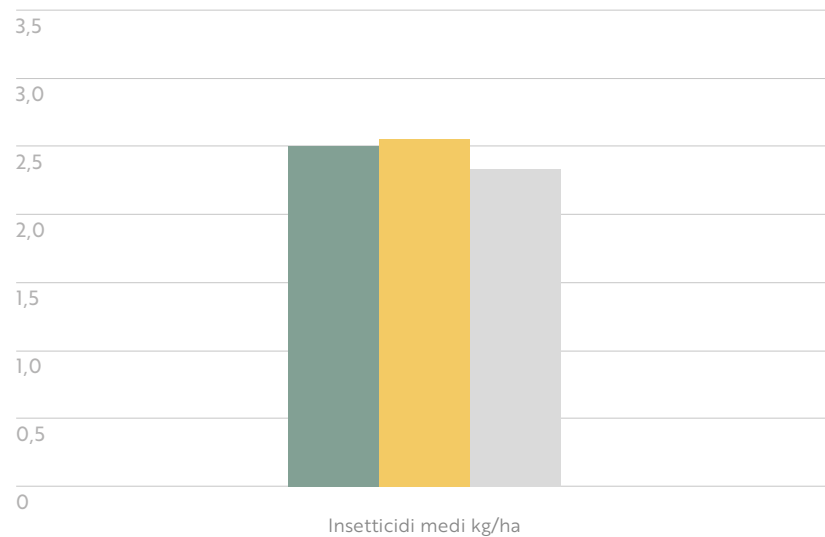
IL BIO-BED

Progetto nato in collaborazione con il Dipartimento di Agronomia e Gestione dell'Agroecosistema dell'Università di Pisa, azzerava completamente la dispersione nell'ambiente dei residui oleosi provenienti dai trattamenti agricoli che rimangono nelle **acque di lavaggio**. Dopo ogni trattamento le trattrici e le irroratrici vengono lavate in un'apposita piazzola nella quale le acque di lavaggio vengono captate ed indirizzate in un "letto biologico", composto da una miscela di paglia e letame all'interno del quale si sviluppano batteri che decompongono i resti oleosi e i principi attivi residui. L'acqua di scarico del bio-bed, opportunamente convogliata in un pozzetto di raccolta, è sottoposta a periodiche analisi. Periodicamente al fine di preservarne l'efficacia, il bio-bed viene regolarmente rigenerato quando perde la sua efficacia. Nell'ultimo triennio sono stati trattati da **172.000 a 195.000 litri** di acque di lavaggio con abbattimento totale delle perdite accidentali di residui oleosi e di prodotto agrochimici.

TRATTAMENTO VIGNETI

2017 2016 2015

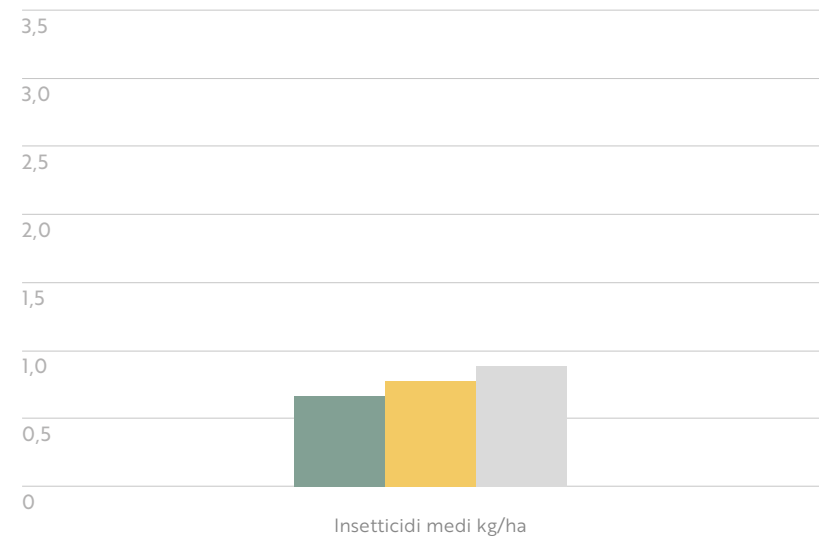
BANFI S.R.L.



TRATTAMENTI VIGNETI IN KG/HA	2017	2016	2015
Insetticidi medi kg/ha	2,50	2,53	2,43

2017 2016 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

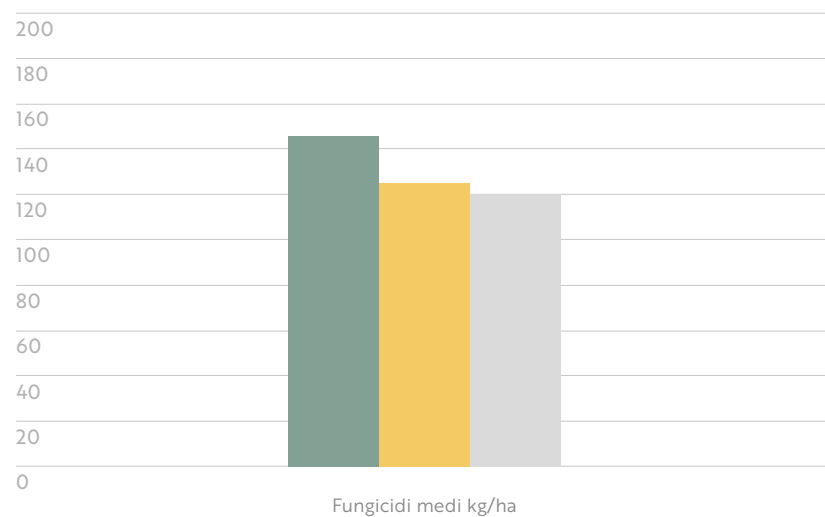


TRATTAMENTI VIGNETI IN KG/HA	2017	2016	2015
Insetticidi medi kg/ha	0,63	0,70	0,83

TRATTAMENTO VIGNETI

2017 2016 2015

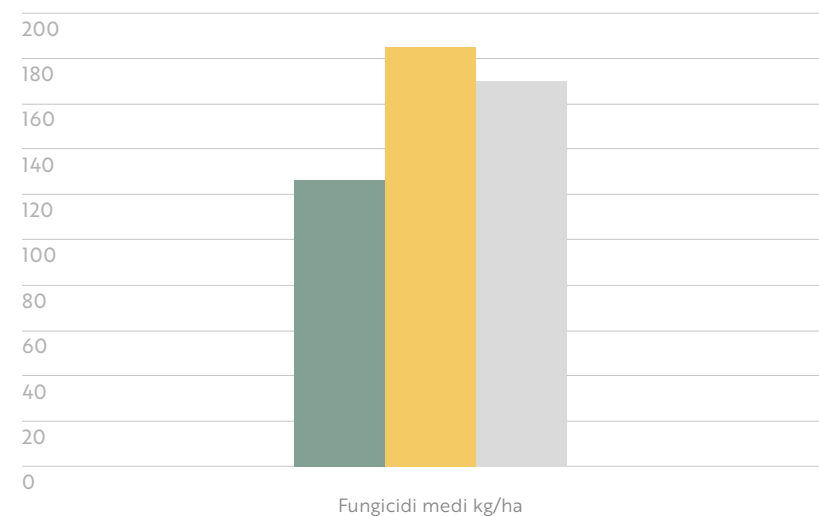
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



TRATTAMENTI VIGNETI IN KG/HA	2017	2016	2015
Fungicidi medi kg/ha	147,22	126,66	121,91

2017 2016 2015

BANFI S.R.L.

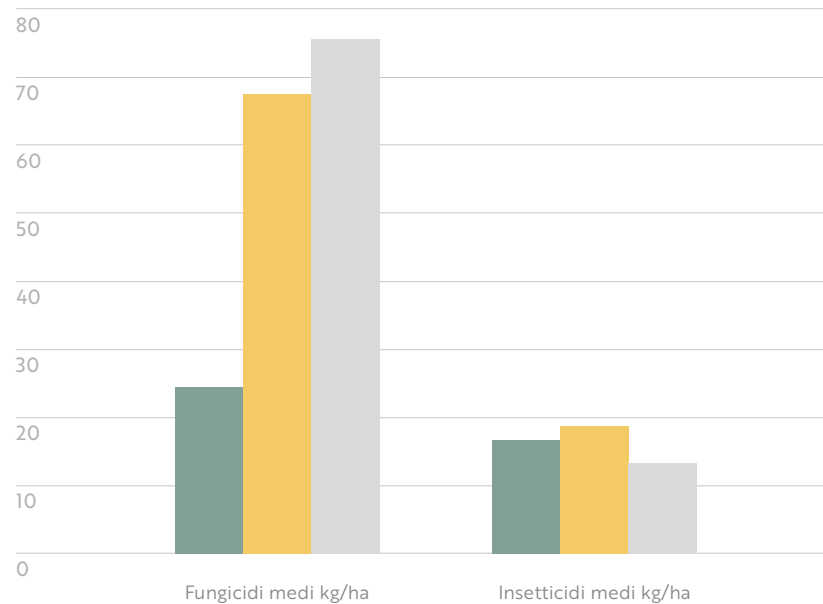


TRATTAMENTI VIGNETI IN KG/HA	2017	2016	2015
Fungicidi medi kg/ha	125,02	182,84	176,59

TRATTAMENTO FRUTTETI

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



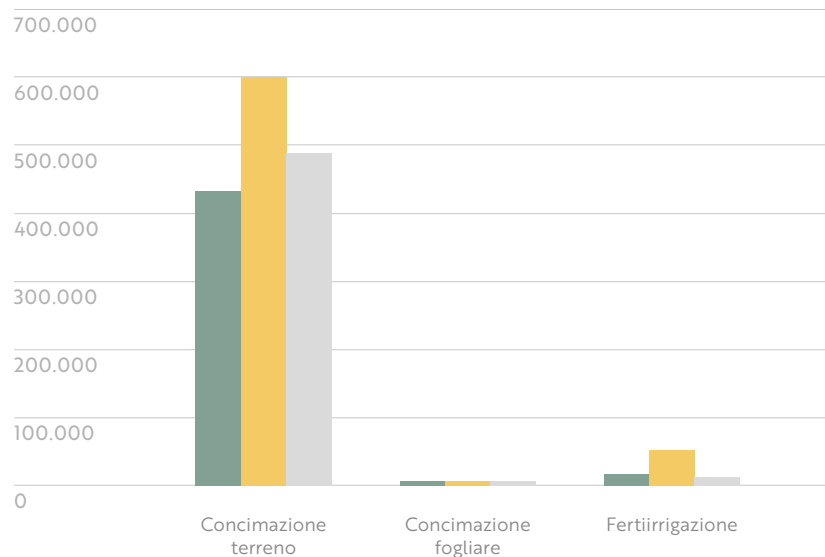
TRATTAMENTI FRUTTETI IN KG/HA	2017	2016	2015
Fungicidi medi kg/ha	24,38	68,21	76,13
Insetticidi medi kg/ha	17,32	19,11	12,81



CONCIMAZIONI

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

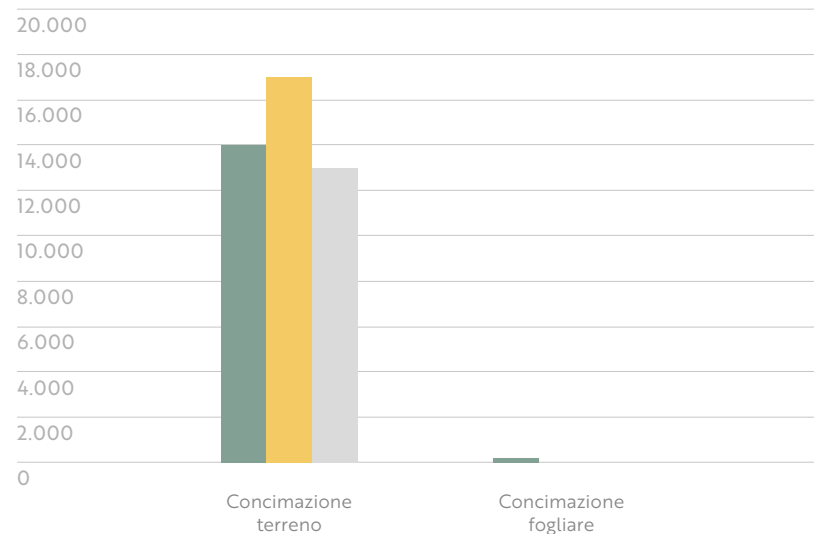


CONCIMAZIONI IN KG	2017	2016	2015
Concimazione terreno	442.450	595.800	496.477
Concimazione fogliare	7.453	6.386	7.953
Fertiirrigazione	24.800	68.700	17.581
Totale	474.703	670.886	522.011

Vengono riportati anche i dati relativi alle concimazioni del triennio, in cui si confermano le caratteristiche dell'annata 2017 che ha richiesto meno interventi del passato e ha confermato le buone pratiche della fertirrigazione (utilizzo sinergico di irrigazione e fertilizzanti, possibile solo grazie alla qualità e tecnologia del sistema di irrigazione presente in azienda) e della concimazione fogliare (terapia d'urgenza per sopperire a carenze specifiche di elementi nutrizionali, grazie alla capacità di assorbimento più veloce da parte delle foglie rispetto alle radici della pianta).

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI S.R.L.



CONCIMAZIONI IN KG	2017	2016	2015
Concimazione terreno	14.300	17.200	13.500
Concimazione fogliare	316	-	-
Totale	14.616	17.200	13.500

IL CONTRIBUTO DELL'OSPITALITÀ AL RISPETTO PER L'AMBIENTE

Nel 2017 è stata acquistata una **macchina elettrica** necessaria agli spostamenti degli ospiti dal castello alla cantina e viceversa (la distanza è di 4 Km). Presso il parcheggio del castello è situata una palina per la ricarica delle macchine aziendali, oltre a quelle dei nostri visitatori.

Tra le attività maggiormente richieste dagli ospiti quella dell'uso di **biciclette elettriche** risulta in forte crescita. Dal 2017, al fine di valorizzare e tutelare il contesto ambientale in cui è immersa la struttura di hospitality, sono stati creati dei **percorsi fra i vigneti e i boschi** percorribili a piedi, con le biciclette elettriche e le mountain bike. Inoltre, per dare la possibilità agli ospiti di rimanere sempre in contatto con la natura, vengono offerte passeggiate a cavallo all'interno dell'azienda e nei dintorni, ed escursioni a piedi nella Val d'Orcia e sul Monte Amiata. Per gli ospiti con difficoltà motorie e per lo staff, vengono messe a disposizione le golf car elettriche.

GESTIONE DELLA LAVANDERIA

Pur non avendo una lavanderia interna, ma conosco bene il grande consumo di acqua e di energia elettrica necessario al lavaggio della biancheria, informiamo gli ospiti che il cambio di lenzuola e asciugamani sarà effettuato **solo su richiesta**.

GESTIONE DEI RIFIUTI

La **raccolta differenziata** dei cestini delle camere e dei giardini è fatta dal personale di housekeeping. Anche in cucina si svolge la raccolta differenziata di carta, cartone, metallo, lattine e vetro.

IL PIRODISERBO

È la tecnica di lavoro utilizzata in tutta l'area del castello che permette di controllare ed eliminare le **erbe infestanti** per mezzo del fuoco.

Dal punto di vista ecologico il pirodiserbo risulta essere una pratica caratterizzata da un impatto ambientale del tutto trascurabile poiché il GPL, bruciando, forma esclusivamente vapore acqueo e anidride carbonica e la fiamma risulta trasparente ed esente da qualsiasi fenomeno di rilascio fumi.

Con l'applicazione di questa tecnica si possono, quindi, escludere totalmente la produzione di costi aggiuntivi per l'ambiente e soprattutto non creare ulteriori rifiuti da smaltire e residui tossici.



GLI ALTRI CONTRIBUTI E I PROGETTI PER LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

REALIZZAZIONE EDIFICIO GUARDIOLA ALLA CANTINA DI MONTALCINO

Nell'anno 2017 è stata iniziata la costruzione dell'edificio denominato **guardiola** utilizzato per il controllo accessi all'attività da parte di clienti e fornitori.

La progettazione e realizzazione di tale edificio ha posto particolare attenzione ai **criteri di efficientamento energetico**, in primis, nella scelta dei materiali da costruzione per l'involucro opaco riducendo quasi a zero le dispersioni dell'edificio. Le stesse attenzioni sono state poste nella scelta delle **superfici finestrate**. I corpi illuminanti previsti sono rigorosamente con tecnologia a led e la gestione sarà realizzata, mediante sistema bus con possibilità di realizzare scenari e gestire l'impianto anche da remoto, mediante un APP da installare su PC e/o smartphone. La produzione di acqua calda sanitaria sarà garantita mediante **pannello solare termodinamico**. Al termine della costruzione dell'edificio, previo tutte le verifiche, verrà definita la Classe energetica, la cui attesa è n-zeb equivalente alla **classe A+++**. Si prevede il termine dei lavori dell'edificio a giugno 2018.

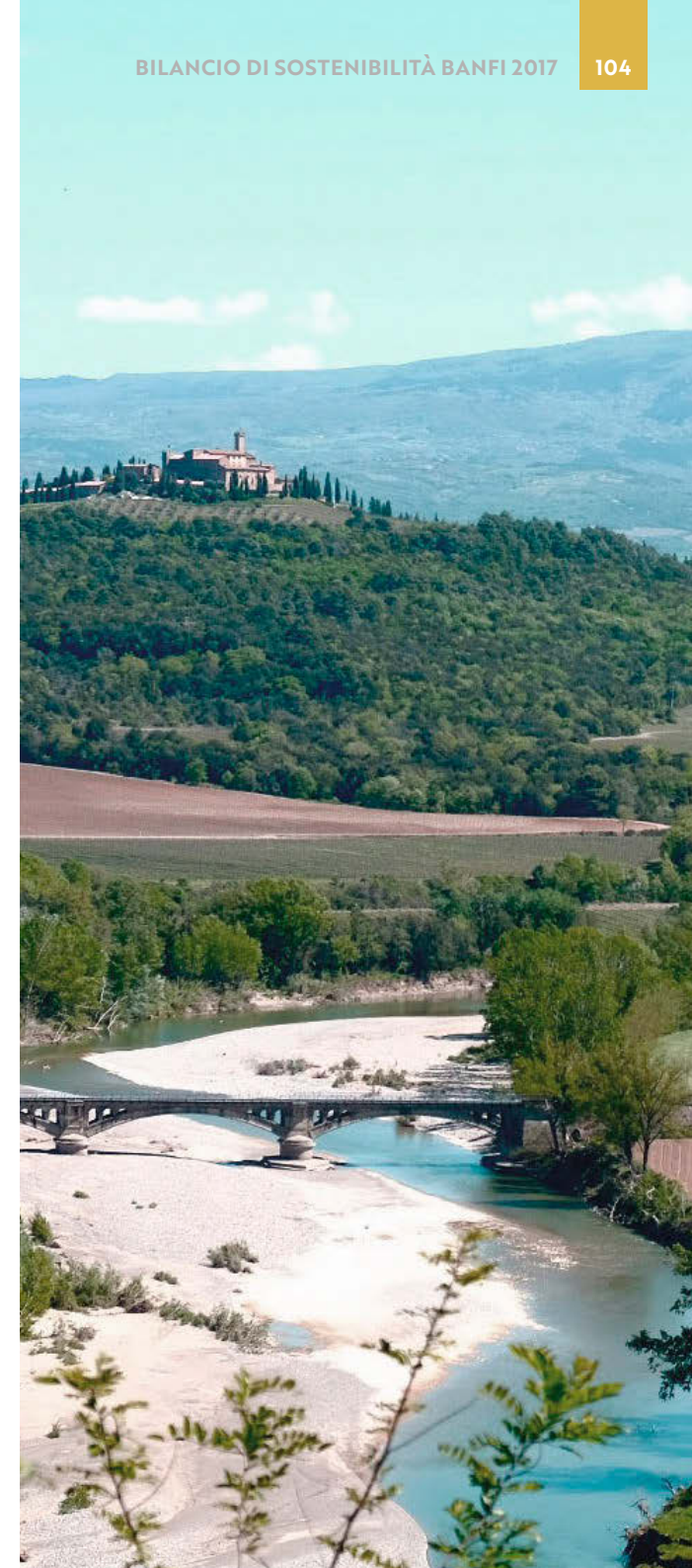
PROGETTO RICICLO DELL'ACQUA DEPURATA

Nell'anno 2017 sono iniziati i lavori per la realizzazione del progetto di riciclo e riutilizzo dell'acqua presenta-

to nel 2015, che si pone come obiettivo principale la **riduzione del prelievo dell'acqua di falda**, mediante l'utilizzo dei pozzi e la re-immissione, in natura, dell'acqua depurata dopo l'utilizzo nel ciclo di produzione.

Attualmente è stato realizzato il ciclo di trattamento secondario, al fine di riutilizzare direttamente una parte dell'acqua in uscita dal depuratore (acqua trattata dal **sistema di ultrafiltrazione MBR** di elevata qualità) per il riempimento della vasca antincendio e per l'irrigazione, oltre ad un riutilizzo dell'acqua in uscita dal depuratore, dopo ulteriore trattamento di osmosi inversa, per usi tecnologici di cantina, quali: torri evaporative, evaporatori, condensatori, caldaie e lavaggio pavimenti.

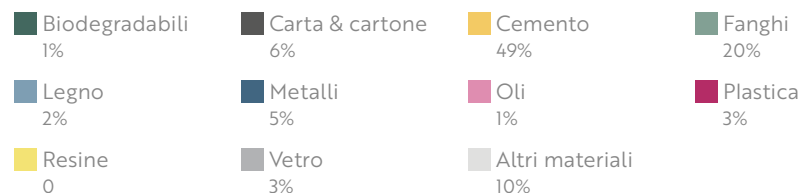
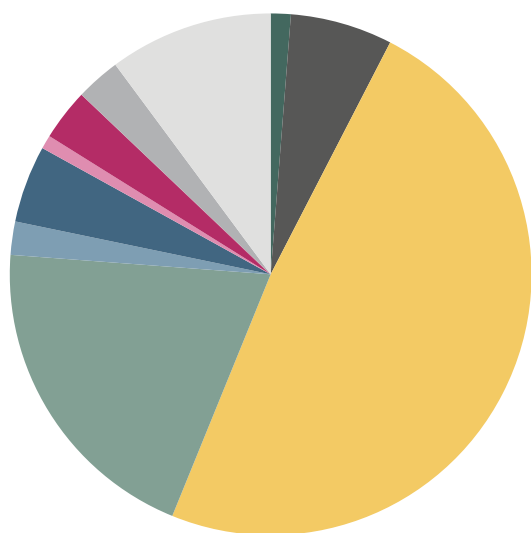
L'acqua di scarico del depuratore passerà da 57.000 m³/anno a 44.000 m³/anno mentre il COD passerà da 30 mg/l a 26 mg/l; da tali dati si può dedurre che il quantitativo di COD scaricato su base annua passerà da 1.710 kg a 1.170 kg con una riduzione di oltre il 30%. Gli interventi consentiranno una riduzione di prelievo di falda pari a 13.000 m³/anno.



EN-23 DMA

RIFIUTI PER TIPOLOGIA 2017

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



Banfi si impegna costantemente nella riduzione e nel contenimento nella generazione di scarti e rifiuti, comportamento virtuoso per ridurre, in maniera sostanziale, le fonti di impatto ambientale. La mera riduzione non è però la sola variabile, in quanto anche il grado di loro pericolosità, e il metodo di trattamento (recupero vs smaltimento), hanno un peso importante sull'impatto nell'ambiente.

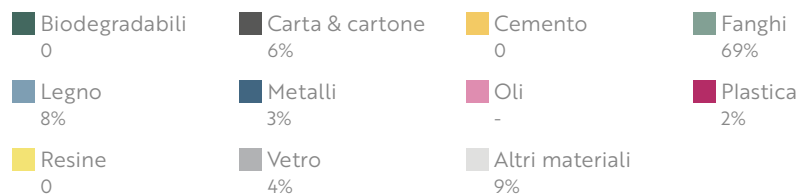
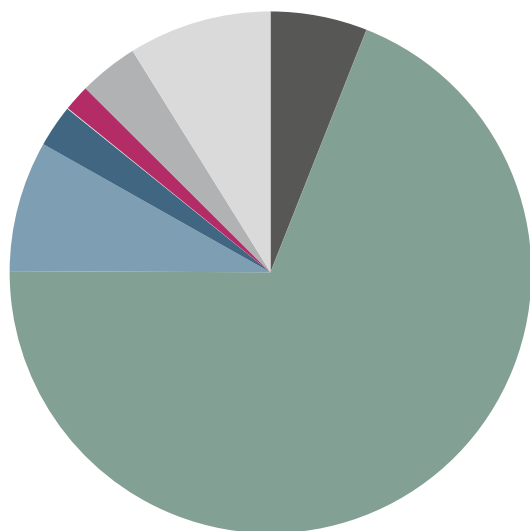
RIFIUTI PER TIPOLOGIA	2017	2016	2015
Biodegradabili	14.760	-	-
Carta & cartone	75.414	61.784	65.108
Cemento	578.410	390.920	1.067.500
Fanghi	238.530	22.901	7.590
Legno	24.540	17.010	23.040
Metalli	56.999	34.393	32.355
Oli	10.090	14.070	1.320
Plastica	38.145	25.380	29.500
Resine	-	2.220	13.960
Vetro	32.870	21.820	41.180
Altri Materiali	120.840	142.789	140.172
Totale	1.190.598	733.287	1.421.725

RIFIUTI PER TIPO E SMALTIMENTO	2017	2016	2015
NON PERICOLOSI TOTALE	1.171.854	711.079	1.416.572
Recupero	921.784	676.988	1.380.826
Smaltimento	250.070	34.091	35.746
PERICOLOSI TOTALE	18.744	22.208	5.153
Recupero	17.423	17.577	3.208
Smaltimento	1.321	4.631	1.945
Totale	1.190.598	733.287	1.421.725
% NON PERICOLOSI	1,57%	3,03%	0,36%

EN-23

RIFIUTI PER TIPOLOGIA 2017

BANFI S.R.L.



RIFIUTI PER TIPOLOGIA	2017	2016	2015
Biodegradabili	-	-	-
Carta & cartone	15.238	19.010	12.520
Cemento	-	-	-
Fanghi	175.120	84.595	93.550
Legno	20.550	-	-
Metalli	6.630	110	5.530
Oli	120	40	15
Plastica	4.150	3.960	-
Resine	-	940	-
Vetro	9.280	5.630	9.300
Altri Materiali	22.488	6.783	522
Totale	253.576	121.068	121.437

RIFIUTI PER TIPO E SMALTIMENTO	2017	2016	2015
NON PERICOLOSI TOTALE	252.848	119.645	121.150
Recupero	59.478	28.650	27.600
Smaltimento	193.370	90.995	93.550
PERICOLOSI TOTALE	728	1.423	287
Recupero	570	190	125
Smaltimento	158	1.233	162
Totale	253.576	121.068	121.437
% NON PERICOLOSI	0,29%	1,18%	0,24%

EN-3

EN-8

DMA

IL CONSUMO DI ACQUA E DI ENERGIA

Riportiamo di seguito i dati di **consumo litri di acqua e megajoule necessari per la produzione di un litro di vino**, in quanto ritenuti gli indicatori migliori per misurare l'efficacia e l'efficienza del processo produttivo.

Negli ultimi anni **Banfi si è impegnata nella riduzione e contenimento del consumo di acqua ed energia elettrica** investendo con questa ottica nelle cantine di Montalcino e Strevi.

Facendo riferimento ai consumi di acqua del 2007 pari a 5,05 litri per Montalcino e 2,21 litri per Strevi, anno di partenza dei più importanti progetti, ad oggi il consumo si attesta rispettivamente vicino ai **3 litri** per entrambe le cantine.

Nel periodo analizzato nella seguente tabella notiamo come il 2017 sia in crescita per entrambe le società. Questo è dovuto principalmente alla straordinaria siccità del 2017 che ha causato la riduzione delle quantità lavorate a partire dalla fase di vinificazione e, di conseguenza, ad una più alta incidenza dei consumi fissi.

Stesse e simili considerazioni possono essere fatte per la componente energia, per **l'aumento medio delle temperature** degli ultimi anni.

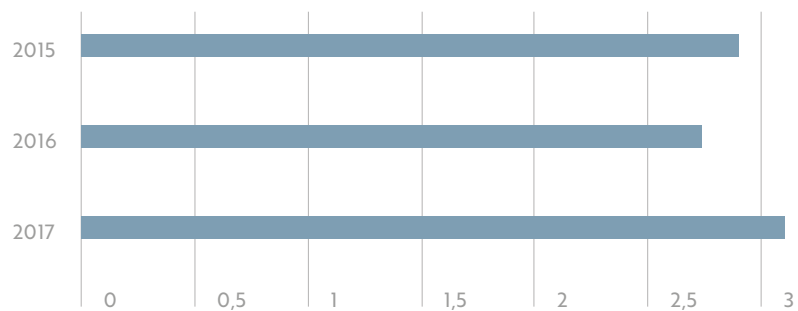


EN-3

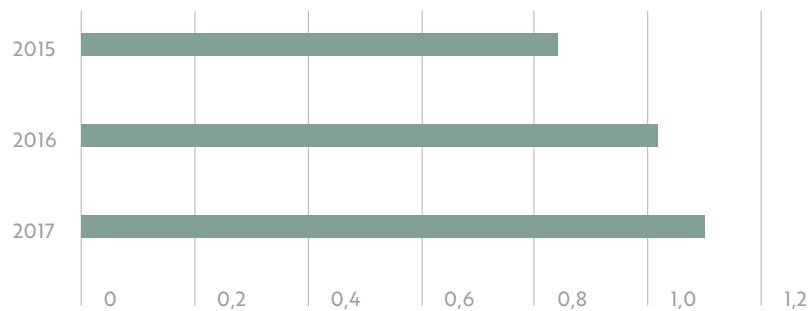
EN-8

IL CONSUMO DI ACQUA E DI ENERGIA

2017-2015 CONSUMO ACQUA PER LITRO VINO
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

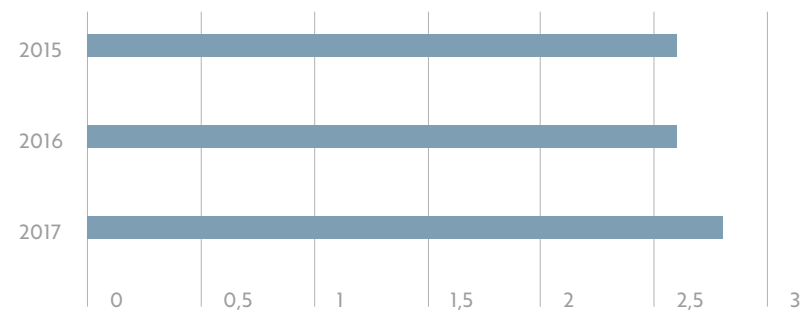


2017-2015 CONSUMO ENERGIA PER LITRO VINO
BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

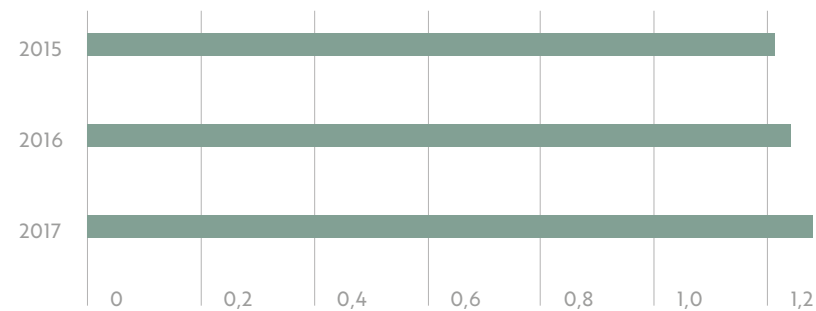


PER LITRO VINO	2017	2016	2015
Lt Acqua	3,05	2,74	2,82
Mj Energia	1,09	1,03	0,84

2017-2015 CONSUMO ACQUA PER LITRO VINO
BANFI S.R.L.



2017-2015 CONSUMO ENERGIA PER LITRO VINO
BANFI S.R.L.

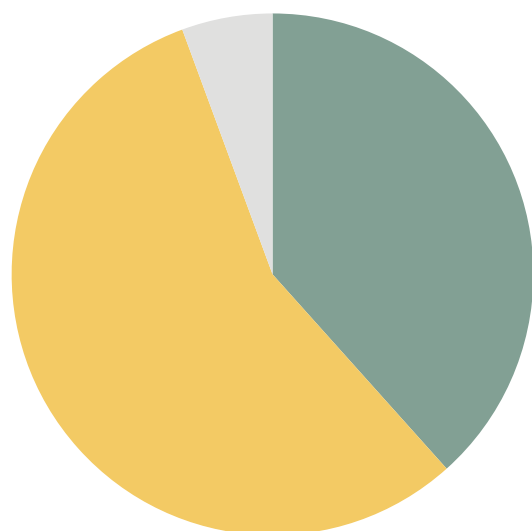


PER LITRO VINO	2017	2016	2015
Lt Acqua	2,82	2,64	2,65
Mj Energia	1,31	1,23	1,22

EN-3

CONSUMI ENERGETICI PER USO 2017

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



Autotrazione 38% Produzione 56% Riscaldamento 6%

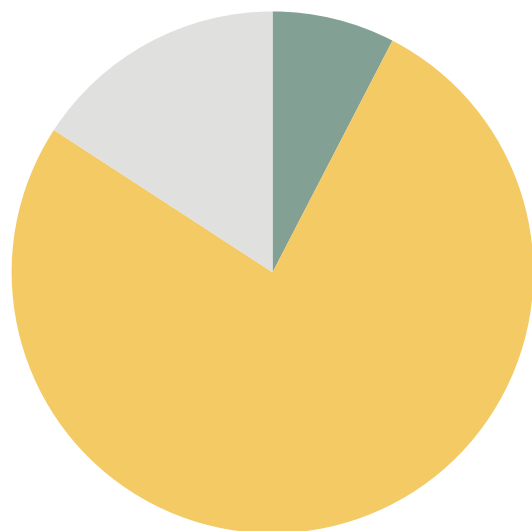
Si presentano per tipologia di fonte e utilizzo, i dati di consumo energetico e di acqua del triennio. Per l'acqua si evidenziano le criticità emerse a causa dei gravi eventi siccitosi del 2017, che hanno contribuito in maniera determinante all'aumento dei consumi, al fine di salvaguardare la produzione annuale e, soprattutto, la vita dei vigneti e dei frutteti.

CONSUMI ENERGETICI PER USO E FONTE IN MJ	2017	2016	2015
Autotrazione	16.373.724	15.942.936	15.067.261
Benzina	171.200	342.400	171.200
Gasolio	16.202.524	15.600.536	14.896.061
Produzione	23.897.712	24.270.316	19.811.954
Energia elettrica	18.192.762	16.738.528	18.061.593
GPL	5.704.950	7.531.788	1.750.362
Riscaldamento	2.399.515	4.244.564	5.989.771
Gasolio	1.155.600	1.284.000	1.070.000
GPL	1.243.915	592.241	100.097
Olio	-	2.368.323	4.819.674
Totale	42.670.951	44.457.815	40.868.986

EN-3

CONSUMI ENERGETICI PER USO 2017

BANFI S.R.L.



Autotrazione
8%

Produzione
76%

Riscaldamento
16%

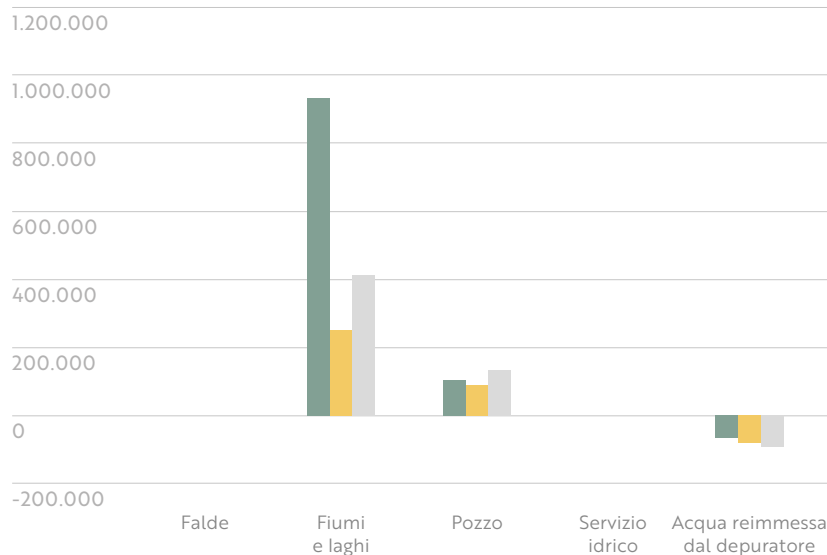
CONSUMI ENERGETICI PER USO E FONTE IN MJ	2017	2016	2015
Autotrazione	672.003	858.054	725.032
Benzina	672.003	858.054	725.032
Gasolio	6.768.790	6.173.473	6.444.488
Produzione	6.759.374	6.160.633	6.431.648
Energia elettrica	9.416	12.840	12.840
GPL	1.398.162	1.587.137	1.405.552
Riscaldamento	77.040	312.440	85.600
Gasolio	292.736	267.693	360.284
GPL	356.898	335.638	368.578
Olio	671.488	671.366	591.090
Totale	8.838.955	8.618.664	8.575.072

EN-8

CONSUMI NETTI ACQUA

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.	
TOTALE 2017 METRI CUBI	955.727
DELTA SU 2016	833.516

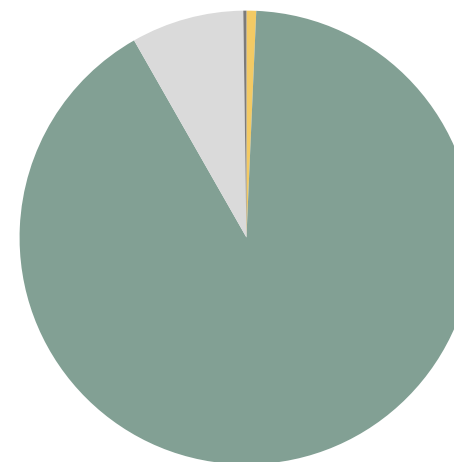


CONSUMI ACQUA MC	2017	2016	2015
Falde	7.041	-	280
Fiumi e laghi	929.368	105.481	288.838
Pozzo	81.895	79.479	108.963
Servizio idrico	2.282	4.835	1.816
(Acqua reimmissa dal depuratore)	(64.859)	(67.584)	(73.728)
Totale	955.727	122.211	326.169

L'azienda di Montalcino è dotata di un importante sistema di bacini (laghi e vasche) per fronteggiare eventuali ed importanti crisi dovute a carenza idrica. L'acqua, se ben dosata ed utilizzata in alcune fasi specifiche (es. l'invaiauta), è fondamentale per garantire la qualità della produzione o per essere di soccorso alla pianta in sofferenza.

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

CONSUMI LORDI DI ACQUA PER FONTE 2017



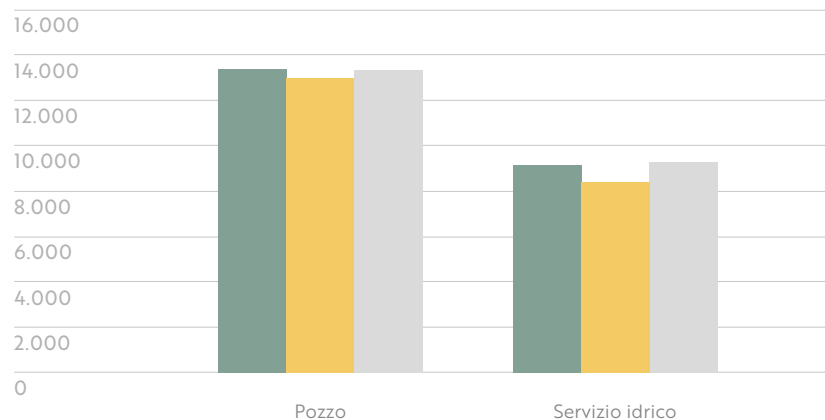
■ Falde	■ Fiumi e laghi
0,69%	91,06%
■ Pozzo	■ Servizio idrico
8,02%	0,22%

EN-8

CONSUMI NETTI ACQUA

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI S.R.L.	
TOTALE 2017 METRI CUBI	23.016
DELTA SU 2016	1.543

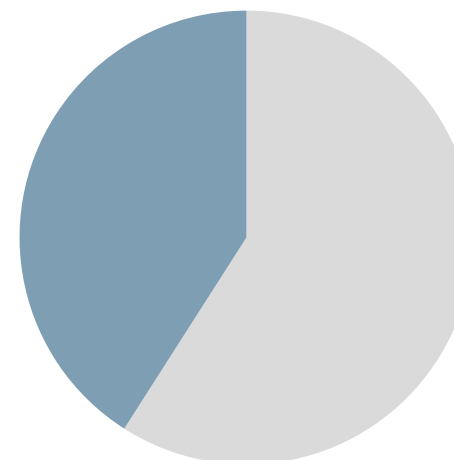


CONSUMI ACQUA MC	2017	2016	2015
Pozzo	13.592	13.047	13.338
Servizio idrico	9.424	8.426	9.513
Totale	23.016	21.473	22.851

Per rendere più sostenibile il consumo e limitare il prelievo di acqua dai fiumi Orcia e Ombrone, l'azienda ha sviluppato un capillare sistema idrico, composto da laghi e vasche di raccolta di acqua piovana tra loro collegate. Inoltre, attraverso l'uso dell'irrigazione a rateo variabile, ha diminuito in modo considerevole i consumi portandoli a quello che è il reale fabbisogno delle piante. La capacità totale degli invasi è di circa 662.500 mc.

BANFI S.R.L.

CONSUMI LORDI DI ACQUA PER FONTE 2017



■ Pozzo 59,05% ■ Servizio idrico 40,95%

EN-10

METRI CUBI ACQUA DEPURATORE

■ 2017 ■ 2016 ■ 2015

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.	
TOTALE 2017 METRI CUBI RECUPERATI	64.859
DELTA SU 2016	(2.725)



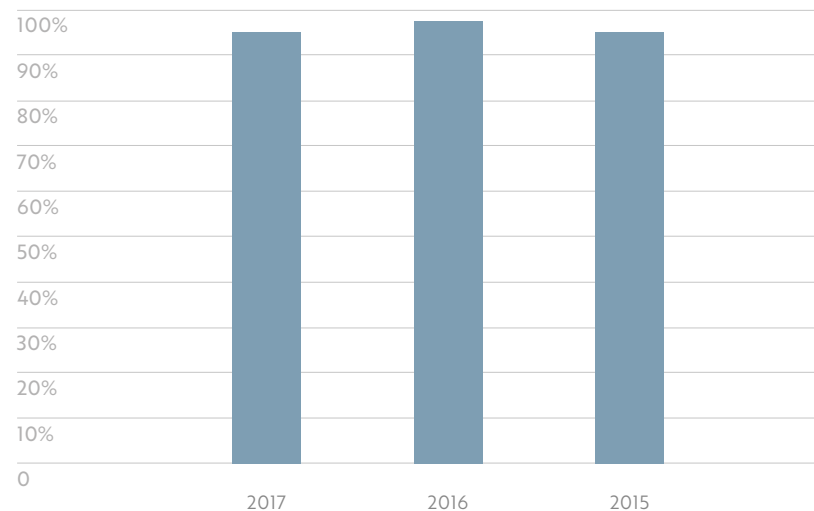
CONSUMI ACQUA MC	2017	2016	2015
Acqua immessa nel depuratore	66.431	68.980	75.687
(Acqua reimpressa dal depuratore)	(64.859)	(67.584)	(73.728)
Totale	1.572	1.396	1.959
% Recupero	97,63%	97,98%	97,41%

La depurazione delle acque e la percentuale di acqua recuperata è da sempre al centro della sostenibilità Banfi che, già dal 1982, si è dotata del depuratore e negli anni ha continuato ad investire in maniera importante nel rinnovamento tecnologico, nella ricerca e nello sviluppo, così da aumentarne l'efficacia e l'efficienza, e poterne riutilizzare, in un prossimo futuro, le acque per scopi diversi.

■ % Recupero

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.	
-------------------------------	--

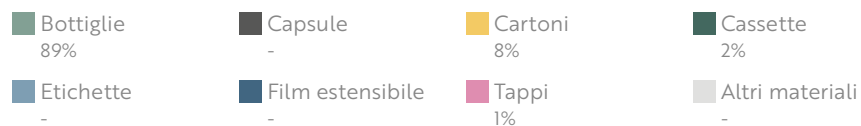
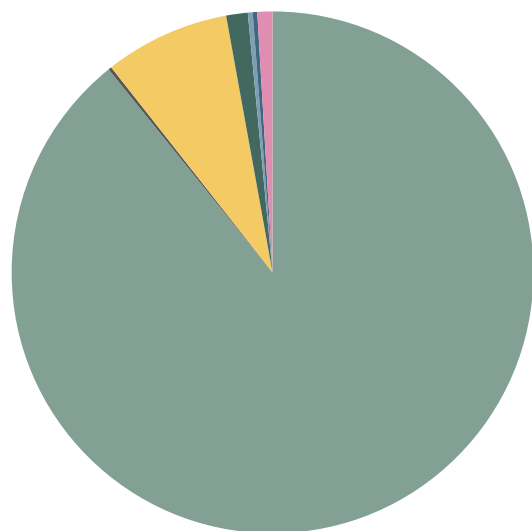
% RECUPERO ACQUA DEPURATORE



EN-1

MATERIALI PER TIPOLOGIA AGRICOLTURA 2017

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



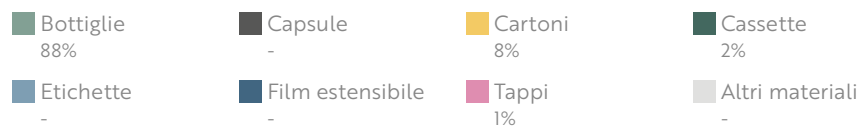
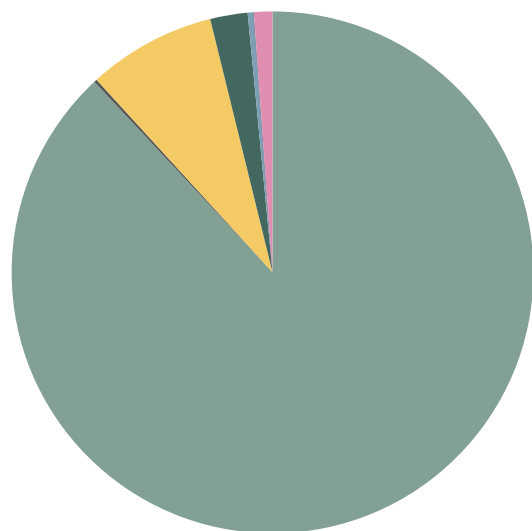
Le caratteristiche della produzione del vino vedono una specificità tra i materiali caratterizzanti il processo produttivo, con una concentrazione importante verso il vetro, che rappresenta circa il 90% dei consumi in peso come dimostrato dai successivi grafici e tabelle. Per questo, l'impegno nell'utilizzo della bottiglia leggera e di vetro proveniente da processi di riciclaggio, ha un forte impatto nel risparmio di energia e materiali a salvaguardia dell'ambiente.

MATERIALI PER TIPOLOGIA 2017 IN T	2017	2016	2015
Bottiglie	4.908	5.013	5.366
Capsule	11	11	14
Cartoni	427	432	424
Cassette	73	98	112
Etichette	17	15	18
Film estensibile	15	19	17
Tappi	51	50	52
Altri materiali	-	-	-
Totale	5.503	5.638	6.004

EN-1

MATERIALI PER TIPOLOGIA AGRICOLTURA 2017

BANFI S.R.L.

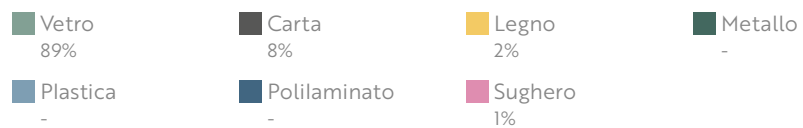
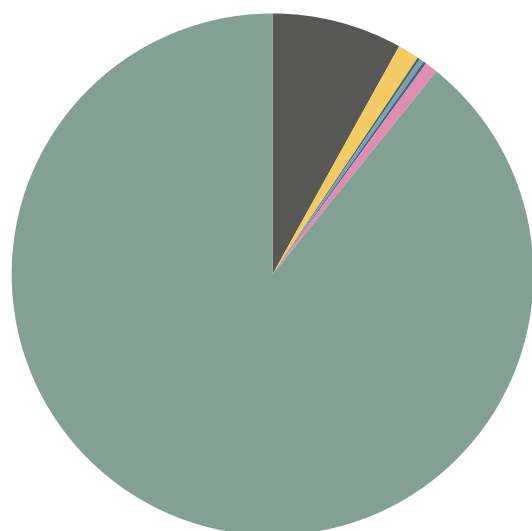


MATERIALI PER TIPOLOGIA 2017 IN T	2017	2016	2015
Bottiglie	2.295	2.025	2.145
Capsule	5	5	5
Cartoni	207	187	192
Cassette	60	64	59
Etichette	10	9	9
Film estensibile	-	-	-
Tappi	30	28	29
Altri materiali	-	-	-
Totale	2.607	2.317	2.439

EN-1

MATERIALI PER COMPOSIZIONE 2017

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

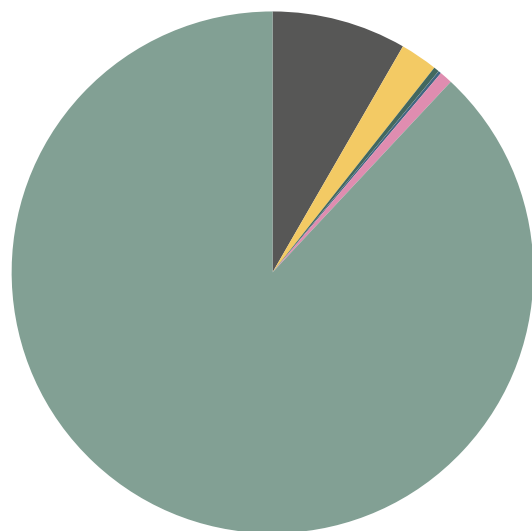


MATERIALI PER COMPOSIZIONE IN T	2017	2016	2015
Carta	444	447	442
Legno	73	98	112
Metallo	8	11	12
Plastica	15	19	17
Polilaminato	10	10	12
Sughero	44	39	42
Vetro	4.908	5.013	5.366
Totale	5.503	5.638	6.004

EN-1

MATERIALI PER COMPOSIZIONE 2017

BANFI S.R.L.



Vetro
88%

Carta
8%

Legno
2%

Metallo
1%

Plastica
-

Polilaminato
-

Sughero
1%

MATERIALI PER COMPOSIZIONE IN T	2017	2016	2015
Carta	217	196	201
Legno	60	64	59
Metallo	9	9	8
Plastica	-	-	-
Polilaminato	5	5	5
Sughero	21	19	21
Vetro	2.295	2.025	2.145
Totale	2.607	2.317	2.439

Capitolo 9

LA DIFESA DELLA QUALITÀ



PERCHÉ MATERIALE?

La qualità del prodotto rappresenta l'elemento più importante e distintivo che Banfi si impegna a perseguire quotidianamente nella convinzione che una produzione di elevata qualità, sia di prodotti sia di servizi, costituisce il miglior modo per affermarsi e crescere.

La visione che guida tale impegno è racchiusa nel nostro pensiero:

Lavoriamo con le mani, pensiamo con il cuore.

Per un migliore mondo del vino.



MODALITÀ DI GESTIONE

La **qualità dei prodotti** e dei servizi deriva dalla bontà della materia prima e dalla capacità di saperla trasformare nel prodotto finito. La difesa ed il miglioramento della qualità si realizza principalmente attraverso il ricorso alle seguenti iniziative:

- ricerca di migliori pratiche produttive in campo
- ricerca di migliori pratiche enologiche in cantina
- ricerca di un servizio sempre più attento alle esigenze dei consumatori

A conferma della validità dell'attuale modalità di gestione, Banfi Società Agricola S.r.l. e Banfi S.r.l. hanno ottenuto, nel 2001, la certificazione del proprio sistema di gestione della qualità ai sensi dello standard ISO 9001. Inoltre nel 2006 Banfi Società Agricola e Banfi S.r.l. hanno ottenuto le certificazioni secondo gli standard BRC e IFS a garanzia della qualità e sicurezza dei prodotti alimentari proposti ai consumatori.



VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

L'utilizzo del nostro **laboratorio interno di analisi** affiancato dalla collaborazione con istituzioni universitarie e professionisti esterni rappresentano un costante ed evoluto presidio nella misurazione dell'efficacia delle azioni implementate. Il sistema di gestione della qualità viene sottoposto a verifiche periodiche al fine di garantire le condizioni per il mantenimento della certificazione. A tali momenti specifici di valutazione si affiancano periodici meccanismi di monitoraggio, controllo e verifica in merito all'effettiva capacità di raggiungere gli obiettivi prefissati nella difesa della qualità. In particolare:

- **internamente**, attraverso la quotidiana misurazione dei parametri qualitativi che contraddistinguono i prodotti Banfi, viene validata la bontà dei processi produttivi;
- **esternamente**, attraverso l'analisi di posizionamento, le valutazioni dei consumatori, il conseguimento di premi, viene misurato l'apprezzamento del consumatore sia in riferimento ai prodotti, sia i riferimenti ai servizi offerti.

LA QUALITÀ E LA SICUREZZA ALIMENTARE

L'obiettivo di perseguire una produzione di qualità e sicurezza dal punto di vista alimentare è un punto cardine della quotidianità di Banfi. Soddisfare il bisogno del consumatore ed essere attenti alla sua salute e al consumo consapevole riveste un ruolo primario, che si indentifica nelle seguenti metodologie di gestione:

- **il rispetto delle regolamentazioni** legislative nei vari settori agroalimentari e non
- **un percorso di certificazione** e revisione esterna, sia sui prodotti che sui processi
- **l'implementazione e lo sviluppo di un sistema integrato di analisi dal campo** al consumatore in grado di aumentare la conoscenza e guidare le scelte aziendali verso più elevati standard
- **un continuo ed intenso programma di investimento** in ricerca e sviluppo, sia di processo che di prodotto, teso al rispetto della tradizione.



LE PRODUZIONI BANFI: IL VINO

La primaria produzione di Banfi è il vino.

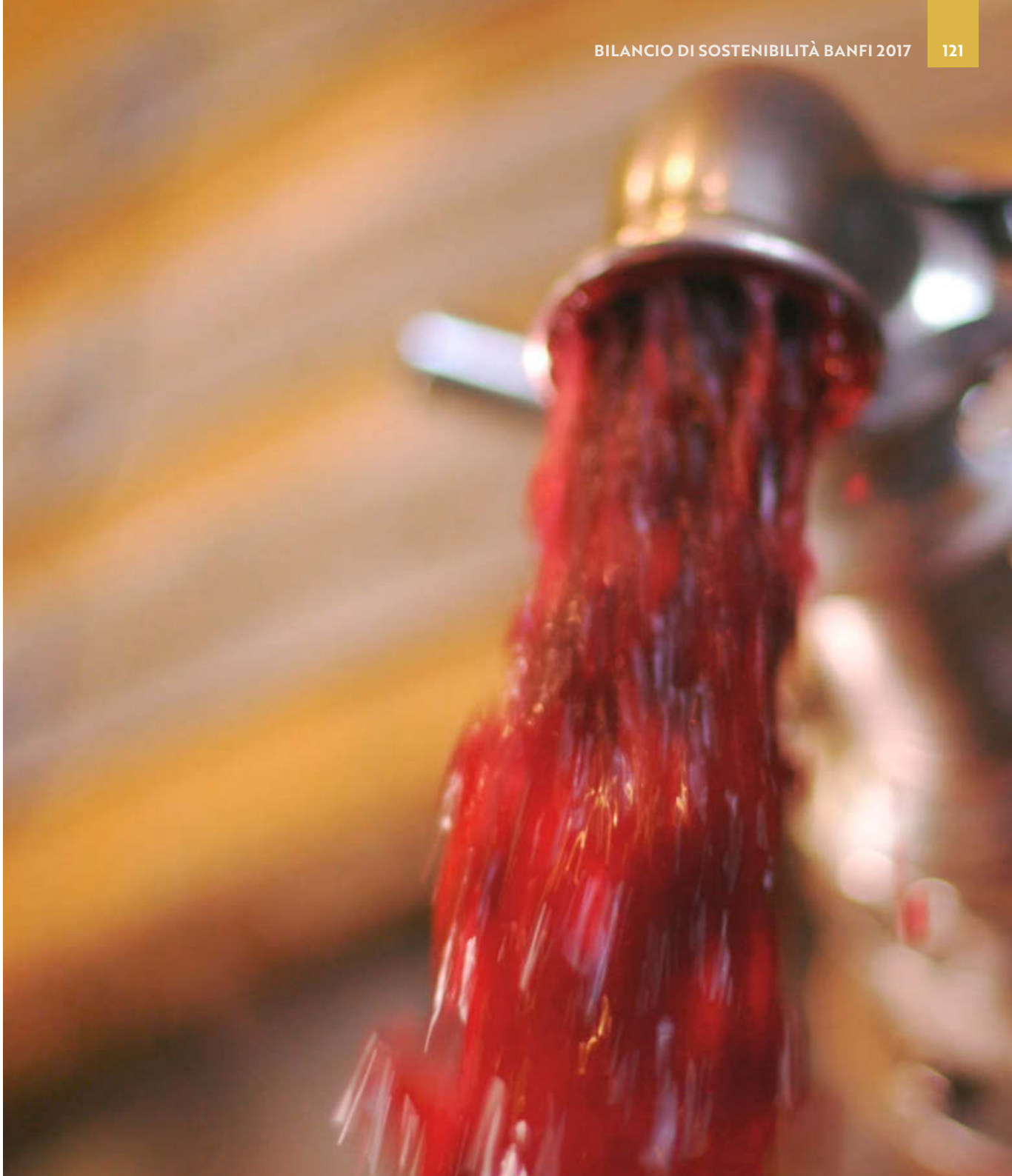
Fin dai suoi inizi Banfi ha sempre ritenuto centrale per il suo sviluppo strategico e per perseguire la sua vision, costruire il suo ruolo di produttore concentrandosi nei due territori di Montalcino e Strevi, impiantando vigneti delle varietà più importanti, affiancandoli con produzioni di varietà minori che potessero ampliare le opportunità derivanti dai territori di riferimento.

Si riporta la composizione per denominazione di produzione dell'annata 2017.

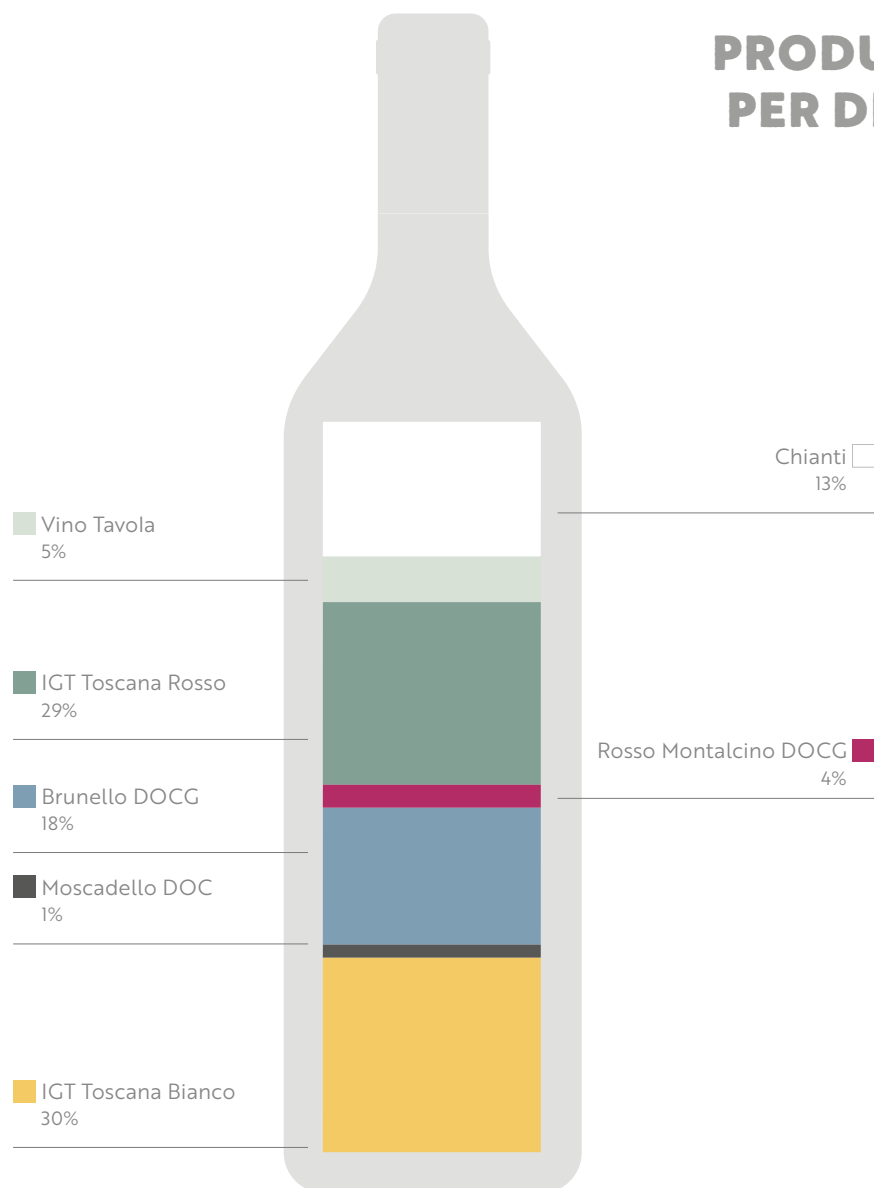
Come si può leggere dai grafici sottostanti la produzione di uva a Montalcino è concentrata per il 70% sui vini rossi, di cui il sangiovese rappresent, con il 40%, la migliore produzione locale.

Per i vini bianchi, lo chardonnay, il pinot grigio e negli ultimi anni il vermentino sono invece le varietà più rappresentative della produzione aziendale.

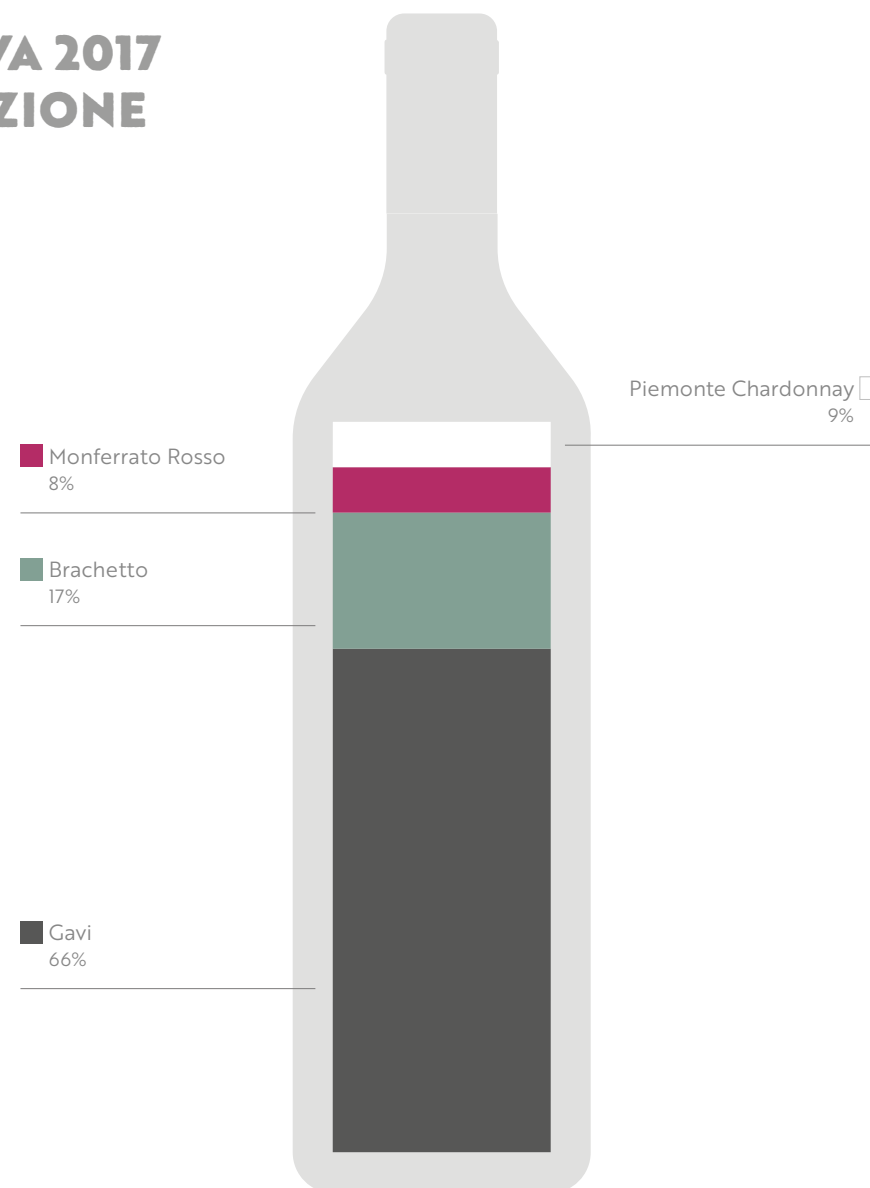
Per il Piemonte la produzione si inverte con un 75% a favore dei bianchi (Cortese e Chardonnay) e un 25% di uve rosse, principalmente Brachetto.



PRODUZIONE UVA 2017 PER DENOMINAZIONE



BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.



BANFI S.R.L.

PRODUZIONE UVA 2017 PER VARIETÀ



BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

Chardonnay 6%	Moscato 2%	Pinot Grigio 14%	Sauvignon Blanc 5%
Vermentino 3%	Cabernet Sauvignon 13%	Merlot 4%	Montepulciano 4%
Sangiovese 44%	Syrah 3%	Varie 2%	



BANFI S.R.L.

Cortese 66%	Chardonnay 9%
Brachetto 17%	Merlot 8%

LE PRODUZIONI BANFI: OLTRE IL VINO

La passione di Banfi e l'amore per il territorio di Montalcino ci raccontano una storia che va oltre il vino, incoraggiando produzioni altrettanto autentiche e prestigiose. Anche se la vite continua a rappresentare la **principale coltura**, negli anni l'azienda ha sviluppato altre attività produttive agricole, volte a valorizzare le aree della tenuta che si contraddistinguono per caratteristiche agronomiche specifiche e molto diverse tra loro, mantenendo sempre l'impronta variegata del paesaggio tipico toscano. La seconda coltura arborea dell'azienda, per estensione, è, infatti, **il prugno**.

75 ettari, localizzati principalmente lungo i fiumi Orcia e Ombrone, sono quelli destinati alla produzione di prugne varietà Agen, di cui Banfi è il maggior produttore italiano. L'essiccazione e calibratura hanno luogo presso il Centro Frutta aziendale, mentre successivamente il prodotto viene inviato a Modena, ad un centro cooperativo di confezionamento.

Grazie alle favorevoli condizioni climatiche che accompagnano la fase di maturazione dei frutti, le prugne coltivate a Banfi sono molto ricche in polifenoli e con un tenore di acidi idrossicinnamici superiore circa tre volte a quello che si ritrova nella media dei frutti di altre provenienze italiane. Inoltre, nelle colline del versante meridionale della tenuta, Banfi coltiva 39 ettari

ad **uliveto** che, per il 50%, è costituito da piante singole o filari consociati al vigneto, com'è nella tradizione toscana. Oltre ad un piccolo nucleo di piante storiche, recentemente "restaurate" grazie all'intervento di esperti "artigiani" nell'opera di slupatura, disinfezione e consolidamento del legno vecchio, anche gli impianti più recenti, gestiti a "vaso" hanno contribuito sempre più ad assumere una valenza ambientale.

Nascono, quindi, **l'Olio d'Oliva Banfi** e **l'Olio Poggio alle Mura**: due prelibati nettari, frutto di questa terra straordinaria. Dei 356 ettari di colture erbacee, tutti in regime biologico, si ricordano, infine, le coltivazioni di grano duro varietà Cappelli (iniziate nel 2016 con 10 ettari) e le superfici a farro (50 ettari complessivi di *Triticum monococcum* e *Triticum turgidum* ssp *dicoccum*).

A partire da quest'anno, Banfi aggiunge alle proprie produzioni anche quella di pasta a marchio per l'impiego interno nelle strutture ricettive e la vendita in esclusiva presso **l'Enoteca**.

Quattro formati diversi di pasta Cappelli (le mille righe, i vitoni, gli spaghetti ed i nastri) essiccata a temperatura inferiore ai 38°C per mantenere inalterate le caratteristiche organolettiche della materia prima. L'intero processo produttivo delle **paste di grano duro** da



agricoltura biologica di Banfi è a filiera corta: dal seminativo nei terreni di Montalcino, alla macinazione del grano presso il Molino Borgioli di Calenzano fino alla lavorazione artigianale e al confezionamento presso lo storico Pastificio Fabbri. Un discorso a parte merita il Condimento Balsamico Etrusco.

Prodotto con percentuali variabili di **uve tradizionali a bacca bianca**, Moscadello e Trebbiano, dopo la cottura del mosto, una volta raffreddato, passa in botte dove inizia il processo di “balsamizzazione”. Successivamente si procede al progressivo travaso in botticelle di capacità decrescenti (da 60 a 25 litri) e di legno diverso (rovere, castagno, ciliegio, frassino e gelso) per un totale di invecchiamento di circa 12 anni.



LE CERTIFICAZIONI

Banfi fin dall'inizio degli anni 2000 ha deciso di intraprendere un percorso caratterizzato da strumenti di gestione che hanno determinato un forte orientamento aziendale verso la sostenibilità, con l'ottenimento di due certificazioni dei propri sistemi di gestione, **ISO 9001** e **ISO 14001**, che permettono di procedere orizzontalmente negli ambiti della qualità e dell'ambiente, consentendo di abbracciare in toto i processi aziendali e garantendo per gli stessi elevati standard qualitativi e una visione orientata al miglioramento continuo, attraverso progetti di ricerca e sviluppo su qualità ed efficienza delle coltivazioni e dei processi di produzione.

Inoltre, Banfi opera in conformità a due importanti standard qualitativi relativi alla sicurezza alimentare **IFS** e **BRC**, molto richiesti dal mercato europeo, volti a garantire alta qualità e conformità dei prodotti.

Entrambi prevedono audit di certificazione da parte di Organismi di Terza Parte.

Nel 2005 Banfi, è stata la prima azienda vitivinicola al mondo ad ottenere la **certificazione etica SA8000**, che garantisce e verifica l'equità e la correttezza dei rapporti di lavoro attinenti alla responsabilità sociale. Per una gestione della responsabilità sociale è nato il **Comitato Etico**, costituito da un rappresentante della

direzione e dai rappresentanti eletti dai lavoratori.

Il Comitato ha il compito di promuovere azioni positive per il miglioramento del sistema aziendale e per il supporto ai lavoratori, i quali possono segnalare eventuali problematiche che, vengono analizzate e ove possibile risolte, promuovendo azioni di adeguamento.

Nel 2017, dopo **12 anni di certificazione etica**, in occasione della transizione alla nuova edizione della SA8000, si è deciso di incrementare l'importanza del comitato etico, aumentando il numero dei rappresentanti dei lavoratori, che ha preso il nome di **Social Performance Team**. La partecipazione attiva dei lavoratori esalta l'approccio collaborativo per il raggiungimento degli obiettivi dell'azienda, all'insegna della condivisione, della trasparenza, dell'affidabilità.

Il 2017 è stato anche l'anno in cui Banfi ha familiarizzato con la norma **OHSAS 18001**, standard per un sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori. Banfi detiene il certificato **AEO (Full), Authorized Eco-Operator**, rilasciato dall'agenzia doganale. Si tratta di uno "status" di affidabilità e di solvibilità che garantisce un rigoroso rispetto delle normative doganali e della sicurezza del prodotto.

Banfi, commercializza in Italia e in tutto il mondo per la maggior parte vini di produzione propria ma anche vini importati, tra cui i vini biologici; per poterli importare l'azienda ha istituito un rapporto di certificazione con **ICEA, Istituto per la Certificazione Etica ed Ambientale**, che periodicamente assiste e controlla l'azienda nel suo operato di importatore.



● Banfi Società Agricola S.r.l.

● Banfi S.r.l.

NON CONFORMITÀ

Il percorso della certificazione e i suoi sistemi di gestione permettono una gestione migliore delle non conformità, cioè quelle prestazioni o prodotti non aderenti agli standard qualitativi o di rispetto dell'ambiente attesi. Nella successiva tabella vengono mostrati i trend di rilevazione delle non conformità suddivise per motivo, area di interesse e, soprattutto, se di rilevazione interna oppure durante il processo di verifica di organi esterni. Tutte le non conformità segnalate sono state correttamente gestite e risolte. Il trend di ogni voce risulta stabile e le poche variazioni dipendono da elementi ben identificati.

NON CONFORMITÀ REGistrate	BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.			BANFI S.R.L.		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015
Produzione/Qualità approvvigionamento	25	23	26	10	13	10
Produzione/Qualità rilevate internamente	17	8	10	13	6	17
Produzione/Qualità rilevate ente certificatore	6	5	7	7	3	6
Distribuzione/Reclami Prodotti	7	21	3	3	4	2
Ambiente approvvigionamento	3	-	-			
Ambiente rilevate internamente	9	16	9			
Ambiente rilevate ente certificatore	-	-	1			
Totale non conformità	67	73	56	33	26	35
Totale riduzione CO2 (t)						

IL PROCESSO DI ANALISI INTERNA: IL RUOLO DEI **LABORATORI DI ANALISI**

La presenza dei laboratori di analisi nelle cantine di Montalcino e Strevi, affiancati da **laboratori e consulenti esterni**, è determinante per migliorare la qualità dei prodotti e, al contempo, la loro sicurezza alimentare.

Il piano di controlli analitici svolto in azienda consente di seguire in modo dettagliato ogni fase della “vita” di un vino, a partire dalle uve sino al prodotto finito.

Per ogni fase di lavorazione si è scelto di controllare determinati **parametri** che indicano la correttezza dei vari passaggi nelle fasi di lavorazione, al fine di ottenere un prodotto corrispondente alle caratteristiche **tecnico-enologiche del vino** e riuscendo, contemporaneamente, a standardizzare un elevato livello di qualità sul prodotto finito.

Il **controllo microbiologico** sul vino imbottigliato, per poter escludere una possibile rifermentazione in bottiglia, consente di garantire la distribuzione sul mercato di un prodotto stabile, sia dal punto di vista microbiologico che organolettico.

In aggiunta alle analisi interne, il controllo tramite laboratori esterni, dei residui di fitofarmaci, ammine biogene e ocratossina A, nel pieno rispetto dei limiti

imposti dalla legislazione, certifica la **salubrità del prodotto** verso il consumatore finale.

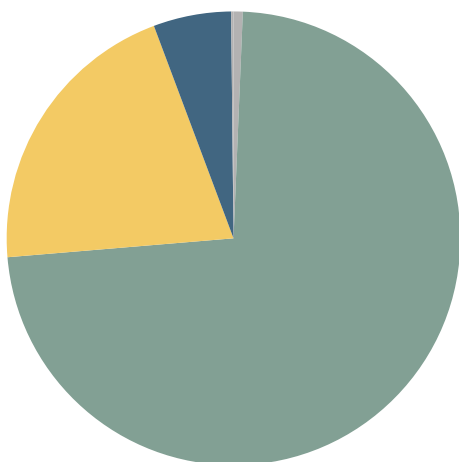
In conclusione, attraverso un preciso piano di controlli analitici si garantisce la commercializzazione di un **prodotto salubre**, rispondente ai parametri previsti dalla legislazione, privo di effetti dannosi per l'uomo mantenendo al contempo un **elevato standard di qualità**, secondo la filosofia aziendale a beneficio del consumatore finale.



N° ANALISI INTERNE

BANFI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

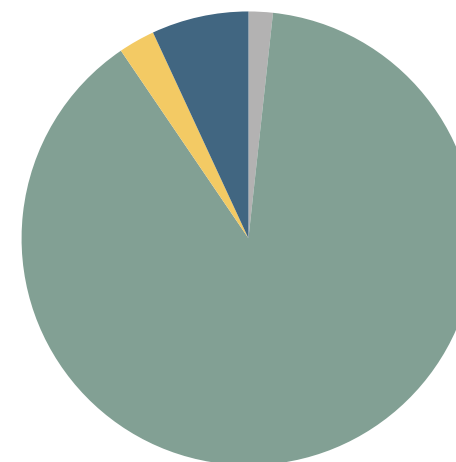
■ Uva 1%
 ■ Vino 73%
 ■ Materiali ingresso 21%
 ■ Depuratore 5%



N° ANALISI INTERNE	2017
Uva	1.062
Vino	118.541
Materiali Ingresso	33.478
Depuratore	8.993
Caldaia	276
Totale	162.350

BANFI S.R.L.

■ Uva 2%
 ■ Vino 89%
 ■ Materiali ingresso 3%
 ■ Depuratore 7%



N° ANALISI INTERNE	2017
Uva	200
Vino	10.275
Materiali Ingresso	300
Depuratore	800
Caldaia	100
Totale	11.675

R&S

L'innovazione di prodotto/processo che molte volte nel settore di produzione vini si confondono e si uniscono in un'unica logica, sono alla base dello sviluppo e della sostenibilità dell'azienda. Pratiche agronomiche meno pesanti sull'ambiente, tecniche del passato riadattate e rese possibili in una produzione organizzata, sono chiavi di competizione e di legame con la storia del prodotto e del territorio il cui valore è inscindibile dalla bottiglia finita.

La possibilità di sperimentare e ricercare nuove tecniche enologiche, affinare le esistenti e investire sulla conoscenza dei propri vigneti e della propria produzione, migliorandone continuamente la qualità, è l'obiettivo primario della ricerca e dello sviluppo. Un importante capitolo è rappresentato dalla ricerca di consolidamento dei legami con i fornitori locali, in riferimento alla produzione di uva e/o vini sfusi.

Collaborazioni con professionisti interni ed esterni, collaborazioni estese al mondo accademico e alle agenzie di supporto, strutture pubbliche o consorzi, riflettono la necessità di dedicare tempi e risorse sempre più importanti all'innovazione, sia per "generare" nuovi prodotti, sia per migliorare i processi produttivi, rendendoli meno impattanti sulle risorse del pianeta.

Risparmio di acqua, diminuzione dei trattamenti in vigna, recupero delle antiche tecniche enologiche, il più delle volte scartate a causa degli elevati costi, sono i principali progetti che vedono coinvolta Banfi. Pubblicazioni come **La ricerca dell'Eccellenza** sono riassunti di quasi 40 anni di studi e ricerche, zonazione dei terreni aziendali e analisi delle vendemmie storiche.

AZIENDA	2017	2016	2015
Banfi Società Agricola S.r.l.	762.366	737.080	728.516
Banfi S.r.l.	289.370	209.070	196.327
Totale	1.051.736	946.150	924.843

Valori in Euro

La tabella seguente riporta il valore degli investimenti in attività di ricerca e sviluppo che sono certificate ai fini del riconoscimento del credito d'imposta.

LA RICERCA DELL'ECCELLENZA E IL PROGETTO DI RICERCA BANFI 3.0 (2016-2024)

La ricerca dell'eccellenza è l'appassionata cronaca del viaggio iniziato 40 anni fa alla scoperta del nostro territorio a Montalcino e delle sue incredibili potenzialità. L'attenzione alla sostenibilità ha ispirato Banfi con una attenzione rivolta agli aspetti produttivi, determinanti anche delle lavorazioni e dei trattamenti necessari.

L'utilizzo di **nuove forme e alternative forme di allevamento del vigneto**, la centralità data allo scouting per analizzare sul nascere eventuali attacchi dei vari patogeni, l'intervento fitosanitario in vigna solo a necessità, permettono all'azienda di ridurre l'impiego dei vari prodotti nei trattamenti minimizzando quindi il loro residuo nel vino.

Rimandiamo per ulteriori approfondimenti il lettore alle due edizioni della Ricerca dell'Eccellenza, disponibili sul sito web.

Nell'ambito della Politica Aziendale di Ricerca, Sperimentazione e Sviluppo si inserisce: **il Progetto dei Campi Sperimentali**, volti all'applicazione di tecniche di Gestione Agronomica con maggiore Sostenibilità Ambientale ed alla valutazione, di vitigni di nuova introduzione, caratterizzati da nuovi promettenti genotipi ottenuti da incrocio o da selezioni, che hanno manifestato elevati standard qualitativi e/o caratteri

di ridotta sensibilità alle principali fitopatie fungine. Complessivamente si è realizzato **due vigneti con 25 varietà diverse**, di cui 18 provenienti da incroci selezionati complessivamente da: 17 vitigni a bacca nera, 7 a bacca bianca ed 1 bacca grigia.



L'OSPITALITÀ E LA DIFESA DELLA QUALITÀ

La difesa della qualità del **servizio di ospitalità**, oltre che alla qualità e alla sicurezza dei prodotti alimentari, richiede una profonda attenzione ai bisogni del cliente e un'armonia con la proposta che viene offerta sul mercato, e l'integrazione nella filiera/territorio risulta essere determinante per poter qualificare l'esperienza turistica a 360°.

Le varie **certificazioni** che ha ottenuto la Banfi S.r.l. sono parti integranti di un percorso di attenzione interna ed esterna volta al miglioramento della proposta turistica. Affiancate alle varie certificazioni, le **affiliazioni** ai vari circuiti sono un elemento di "certificazione" e di standard qualitativi offerti in relazione non solo alla classificazione della struttura.

L'OSPITALITÀ: LE AFFILIAZIONI

Le nostre affiliazioni con Virtuoso Hotels & Resorts e Signature Travel Network principalmente per il mercato americano e Traveller Made con prevalenza di agenzie europee, rappresentano il meglio del meglio nel settore lusso attuale e contano circa 23000 agenti di viaggio affiliati solo a uno di questi tre network, utilizzati per prenotare gli hotel e, nel nostro caso, anche per visite in cantina e pranzi o cene abbinati ai vini Banfi.

Facendo parte di queste comunità ci impegniamo con il migliorare gli **standard** dei nostri servizi, punto necessario per poter continuare la collaborazione con il loro circuito.

In questi **networks** è anche fondamentale la presenza alle diverse fiere annuali, dove presentiamo le novità della struttura alle agenzie partner e dove sicuramente possiamo preparare al meglio le stagioni dal punto di vista commerciale e di visibilità.

L'OSPITALITÀ: I RICONOSCIMENTI NEL 2017

Si elencano i vari riconoscimenti ottenuti dal settore ospitalità durante il 2017:

- **Travel & Leisure:** number 8 hotel in Italy
- **Afar's travelers choice:** Winner "Wine Country Retreat"
- **Conde Nast Traveller's choice awards:** number 20 in the TOP HOTELS IN EUROPE
- **Andrew Harper 2017:** Top 100 Hideways in the world (number 20 wine hotel)
- **Best Pastry Chef** at the Chef Awards 2017



Capitolo 10

LA VALORIZZAZIONE E LO SVILUPPO DEL TERRITORIO



PERCHÉ MATERIALE?

Banfi è consapevole dell'importanza del territorio e delle comunità locali come elementi da sostenere e valorizzare. Il legame che si crea con il territorio rappresenta un patrimonio da tutelare ed accrescere attraverso una visione che abbracci una realtà più ampia di quella aziendale in cui trasferire la cultura della sostenibilità.



MODALITÀ DI GESTIONE

Banfi è presente attivamente, sia a livello di organizzazione sia a livello di persone, negli **Enti locali** di tutela, promozione e sviluppo del prodotto e del territorio, come ad esempio i diversi consorzi di tutela nei quali la Società contribuisce con la propria esperienza all'accrescimento e valorizzazione della produzione.

Banfi promuove inoltre, sia direttamente sia indirettamente **eventi culturali e sportivi**, contribuendo a supportare le attività del terzo settore. Riconoscendo infine un valore aggiunto all'appartenenza territoriale, Banfi privilegia la ricerca del personale e lo sviluppo di relazioni commerciali nell'ambito locale.



VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

La costante presenza sul territorio attraverso lo sviluppo di iniziative ed attività che si ripetono e si rinnovano ogni anno e l'**elevata fidelizzazione di dipendenti e fornitori** forniscono un costante riscontro attraverso cui valutare e monitorare l'impegno di Banfi nella valorizzazione e sviluppo del territorio e delle comunità locali.

EC-7

DMA

INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

Banfi ha iniziato il suo viaggio a Montalcino ormai quasi 40 anni fa, un viaggio ricco di esperienze, di sfide, di conquiste e di straordinari quanto durevoli successi. Anni che sono stati una continua scoperta delle incredibili potenzialità di questo territorio, un elemento da sostenere e valorizzare con impegno costante. Con questa consapevolezza, l'azienda ha adottato un sistema produttivo sostenibile e attento alla salvaguardia dell'ambiente circostante, preservando il patrimonio del territorio nella sua interezza: la sua cultura, la sua storia, le sue evoluzioni.

Il sostegno al territorio e alla sua collettività sono stati presupposto e impulso per la nascita e lo sviluppo dello straordinario successo, in tutto il mondo, del Brunello e di Montalcino, affermando la leadership dell'azienda.

Negli anni della sua storia, Banfi ha sostenuto numerose iniziative: nello sport, nella musica, nella cultura in tutte le sue varie declinazioni.

Negli ultimi anni, grazie alla passione di alcuni ilcinesi, sono nate nuove attività ben più strutturate e in cui l'azienda ha creduto da subito, come la **Brunello Crossing**, la cui prima edizione è stata nel 2017. La gara è un trail che unisce sapientemente sport, territorio, cibo e

vino e che, già dalla prima edizione, ha registrato un enorme successo di partecipazione.

Altrettanto entusiasmo è riposto nella promozione de **L'Eroica Montalcino**, anch'essa nata nel 2017, una ciclo-turistica d'epoca su un percorso di strade bianche che attraversano i magnifici paesaggi della Val d'Orcia e delle Crete Senesi, una manifestazione che ha riportato alla luce i valori del ciclismo del passato, *il riscoprire la bellezza della fatica e il gusto dell'impresa*.

Tra le attività sportive segnaliamo, inoltre, il **rally Tuscan Rewind**, giunto all'ottava edizione e che Banfi supporta sin dall'inizio e **L'Endurance**, evento ippico approdato nel territorio proprio nel 2017.

L'impegno di Banfi è incisivo anche nelle arti visive e musicali: nel 2017 ricorrono i vent'anni dalla prima edizione di **Jazz&Wine**, uno dei festival più longevi e di successo del nostro paese. Grazie a Banfi, il festival nato nella capitale, che per primo in Italia ha unito alla musica jazz il vino di qualità, è stato portato nella splendida cornice della fortezza ilcinese. Di edizione in edizione, celebri artisti nazionali e internazionali si sono susseguiti sul palco del Jazz&Wine a Montalcino, alimentando un vivace turismo.

All'insegna dell'assiduo sostegno alla cultura locale, Banfi ha stretto un'importante sinergia con **O.CR.A, Officina Creativa dell'Abitare**, supportandone le attività per l'organizzazione di corsi, eventi e seminari.

Sotto l'egida della cultura rientra senz'altro il **Museo della Bottiglia e del Vetro**, intitolato a Giovanni Mariani e ospitato in un'ala del Castello di Poggio alle Mura, oggi Castello Banfi, nella vecchia scuderia e nel frantoio, di cui si conserva ancora il macchinario originale del 1857. All'interno del museo si ripercorrono le alterne vicende della produzione del vetro nella storia, dal V sec. a.C. ai giorni nostri. L'esposizione più interessante riguarda, probabilmente, gli oggetti di vetro dell'antica Roma che, secondo i critici, costituirebbero una delle più vaste collezioni private del mondo.

Tra le altre attività culturali supportate da Banfi segnaliamo la **Filarmonica Puccini Montalcino** con la banda, la corale e la scuola di musica, oltre al progetto musicale **Musicisti Nati** che nel 2017, per la quinta edizione, con enorme successo ha riunito a Montalcino artisti "made in Tuscany".

Banfi sostiene, inoltre, il **Laboratorio Winenews per l'educazione al gusto**, un progetto che affonda le radici nel passato, nella fisionomia del nostro territorio,

dove ancora si intravedono i vecchi orti nel cuore di Montalcino e dove si è creato un angolo di verde che rievocasse le forme, le usanze e la cultura di un tempo. **L'orto** come memoria del passato, ma soprattutto come strumento didattico per i bambini, per un futuro in cui vivere sani, nel rispetto degli altri e dell'ambiente. Un progetto polivalente che si sviluppa su tre aree fondamentali: agroalimentare, nutrizionale, psico-socio-antropologica.

Tra le attività culturali rientra senz'altro il sostegno alla **Fondazione Banfi**. Costituita nel 1986 con l'obiettivo di promuovere e diffondere la filosofia e la cultura legate al mondo del vino, non ha finalità di lucro e si prefigge lo scopo di promuovere diffondere e valorizzare, a livello nazionale ed internazionale, lo studio, la ricerca e la divulgazione della cultura e delle pratiche viticole ed enologiche dall'antichità ai nostri giorni. Oggi trova in **Sanguis Jovis - Alta Scuola del Sangiovese** la massima espressione dei suoi principi statuari.

Sanguis Jovis - Alta Scuola del Sangiovese, nato nel 2017, è il primo **centro studi permanente sul Sangiovese**, il vitigno più coltivato in Italia. Il progetto nasce dal desiderio di accrescere e diffondere la cultura del Sangiovese in Italia e nel mondo, attraverso la ricerca scientifica, la comunicazione della conoscenza e l'al-

ta formazione. La cultura scientifica avanzata e quella dell'innovazione tecnico-produttiva, incontrano la cultura d'impresa. A guidare Sanguis Jovis il Prof. Attilio Scienza, esimio docente di viticoltura presso l'Università degli Studi di Milano nella carica di Presidente e il Prof. Alberto Mattiacci, ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso La Sapienza Università di Roma in qualità di Direttore.

Il progetto si è concretizzato con la prima edizione della **Summer School** il cui tema è stato "I profili del Sangiovese in Toscana". Il cuore pulsante di Sanguis Jovis è rappresentato dalla Ricerca Scientifica; progetti originali, concepiti con il supporto di studiosi italiani e stranieri.

I primi grant di ricerca lanciati nel 2017 sono stati:

- Research project on the cerebral correlates of the Sangiovese wine tasting
- Sangiovese tra dati e narrazione
- Il miglioramento della produttività e della qualità dell'uva e del vino attraverso la valorizzazione delle risorse naturali: modificazione (tramite genome editing) di Sangiovese per ottenere cloni resistenti a peronospora e oidio e di due portainnesti M4.

Nel 2017 l'azienda ha contribuito ai costi per il rinnovo

dei costumi della storica sfilata della **Sagra del Tordo**, evento che si rinnova ogni anno da 60 edizioni e che vede coinvolti i quattro **Quartieri di Montalcino**, cuore pulsante delle attività economiche, ludiche e culturali della comunità locale, anch'essi sostenuti dall'azienda con varie modalità.

Banfi patrocina la **Misericordia di Montalcino**, importantissima associazione cittadina che offre pronto intervento e servizi sanitari e sociali nel territorio grazie al sostegno, volontario e gratuito, dei suoi membri. Nel 2017 Banfi ha dato un ulteriore contributo attraverso l'acquisto delle cassette di Brunello contenenti bottiglie con etichetta speciale prodotte in occasione del **50° anniversario** del Consorzio del Brunello di Montalcino, i cui proventi derivanti dalla vendita sono stati utilizzati per l'acquisto di defibrillatori per il progetto Montalcino cardio-protetta.

Tra gli ultimi progetti che hanno visto Banfi impegnata nelle attività del territorio ricordiamo, inoltre, l'adesione alla **Fondazione territoriale Brunello di Montalcino** la cui missione è quella di reinvestire a Montalcino parte dei profitti ottenuti dalla produzione e dalla vendita del Brunello. Sul modello di quelle bancarie, la Fondazione, la cui creazione è stata approvata nel 2016 dall'Assemblea del Consorzio del Brunello, è nata per

sostenere finanziariamente progetti di sviluppo del territorio su diversi fronti: dal turismo al recupero e restauro di beni artistici e culturali ma anche nel campo del sociale e dell'integrazione.

Nel 2007 nei vigneti aziendali è stato rinvenuto il fossile di una balena, ribattezzata in seguito con il nome di **Brunella**, uno degli esemplari più antichi, completi e meglio conservati del Mediterraneo. In collaborazione con il Comune di Montalcino e con I.S.A.- Istituto di Studi Archeo-antropologici, si sono realizzate una serie di attività: campi scuola e corsi di alta formazione incentrati sullo scavo e sul restauro del reperto, convegni e workshop scientifici, visite guidate per adulti e bambini del laboratorio di restauro.



INVESTIMENTI ECONOMICI VERSO LA COMUNITÀ

**2017****13**

Attività supportate

**175.000€****2016****11**

Attività supportate

**160.000€****2015****10**

Attività supportate

**150.000€**

Capitolo 11

NOTA METODOLOGICA

G4-32



Nel 2015 con la redazione del primo Bilancio di Sostenibilità (di seguito anche il "Bilancio"), il "numero zero", le due aziende Banfi Società Agricola S.r.l. e Banfi S.r.l. iniziano il proprio percorso di rendicontazione, all'interno di un unico documento, delle tematiche di corporate social responsibility, arrivando nel 2016 alla pubblicazione del "numero uno", ispirato alle linee guida GRI (Global Reporting Initiative) e diffuso a tutti i suoi stakeholder.

G4-17 G4-18

L'impegno di Banfi si rinnova anche quest'anno, con la predisposizione della seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità, redatto in aderenza alle linee guida GRI G4 con livello di rendicontazione "Core".

G4-32

I contenuti del documento sono stati identificati dal management aziendale e sono riportati in aderenza ai principi di rendicontazione richiamati dalle linee guida GRI. Come nella precedente edizione, nel rispetto del principio di materialità, sono rendicontati i temi più importanti per la Società e per i suoi stakeholder, al fine di rappresentare in modo completo ed equilibrato il contesto di sostenibilità in cui Banfi opera. I dati e le informazioni sono veicolati il più possibile attraverso l'utilizzo di un linguaggio chiaro, offrendo un'informativa completa, tempestiva e comparabile nel tempo, grazie all'indicazione dei valori anche degli anni precedenti (2016 e 2015). Il processo di raccolta dati mira infine a garantire l'accuratezza e affidabilità degli stessi.

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. A presidio dell'intero proces-

so la Società ha costituito uno specifico comitato attivo nel consolidamento e nella verifica finale dei dati, con specifiche funzioni di indirizzo e supervisione del progetto.

I dati sono stati raccolti utilizzando i sistemi informativi aziendali attualmente in uso, oltre alla specifica documentazione interna disponibile ed alle altre fonti ufficiali.

Il ciclo di rendicontazione è annuale ed il perimetro di rendicontazione si estende alle società Banfi Agricola S.r.l. e Banfi S.r.l. Si precisa che per tali società non viene predisposto il bilancio consolidato e i relativi dati economico-finanziari sono acquisiti dai singoli bilanci d'esercizio.

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

Non si rilevano cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione.

G4-13

Con il raggiungimento della rendicontazione "CORE" sono stati migliorati gli indicatori e le loro formule di calcolo che hanno portato alla revisione dei dati storici inseriti nelle tabelle. Tali variazioni non sono mai determinanti nell'analisi dei trend e nella comparazione con le precedenti edizioni. Non si rilevano cambiamenti di perimetro di analisi e obiettivi rispetto alle precedenti edizioni.

G4-22 G4-23



Capitolo 12

CONTENT INDEX

G4 CONTENT INDEX**GENERAL STANDARD DISCLOSURES**

Strategy and analysis	Cross reference
G4-1	pag. 9
Organizational profile	Cross reference
G4-3	pag. 42
G4-4	da pag. 19 a pag. 27
G4-5	pag. 146
G4-6	pag. 18
G4-7	pag. 42
G4-8	pagg. 50, 58
G4-9	pagg. 45, 46, 63
G4-10	da pag. 63 a pag. 66
G4-11	pag. 68
G4-12	da pag. 51 a pag. 54
G4-13	pag. 142
G4-14	pag. 94
G4-15	pag. 12
G4-16	pagg. 34, 35
Identified material aspects and boundaries	Cross reference
G4-17	pag. 142
G4-18	pag. 142
G4-19	pag. 37
G4-20	pag. 37
G4-21	pag. 37
G4-22	pag. 142
G4-23	pag. 142
Stakeholder engagement	Cross reference
G4-24	pag. 33
G4-25	pag. 33
G4-26	pag. 33
G4-27	pag. 33
Report profile	Cross reference
G4-28	pag. 146
G4-29	pag. 146
G4-30	pag. 146
G4-31	pag. 146
G4-32	pagg. 140, 142
G4-33	pag. 146
Governance	Cross reference
G4-34	pag. 42
Ethics and integrity	Cross reference
G4-56	pag. 12

G4 CONTENT INDEX**SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES**

Employment	Cross reference
DMA	pag. 61
G4-LA1	da pag. 63 a pag. 67, da pag. 71 a pag. 80 e da pag. 89 a pag. 91
G4-LA2	pagg. 68, 69
G4-LA3	da pag. 71 a pag. 80 e da pag. 89 a pag. 91
Occupational Health and Safety	Cross reference
DMA	pag. 81
G4-LA6	da pag. 81 a pag. 88
G4-LA7	da pag. 81 a pag. 88
G4-LA8	pag. 70
Training and Education	Cross reference
DMA	pag. 86
G4-LA9	da pag. 81 a pag. 88
G4-LA10	da pag. 81 a pag. 88
Economic Performance	Cross reference
DMA	pag. 46
G4-EC1	pag. 46
G4-EC2	pag. 95
G4-EC4	pag. 47
Market Presence	Cross reference
DMA	pag. 63
G4-EC5	pag. 69
G4-EC6	pag. 44
Indirect economic impact	Cross reference
DMA	pag. 136
G4-EC7	pagg. 136, 137
Procurement practices	Cross reference
DMA	pag. 51
G4-EC9	pagg. 51, 54
Material	Cross reference
DMA	pag. 93
G4-EN1	da pag. 114 a pag. 117
Energy	Cross reference
DMA	pagg. 93, 107
G4-EN3	da pag. 107 a pag. 110
G4-EN6	pag. 96
G4-EN7	pag. 97
Water	Cross reference
DMA	pagg. 93, 107
G4-EN8	pagg. 107, 108, 111, 112
G4-EN10	pag. 113
Effluents and waste	Cross reference
DMA	pag. 93, 105
G4-EN23	pagg. 105, 106

G4-5 G4-28 G4-29 G4-30 G4-31 G4-33

PERIODO DI RIFERIMENTO

Gennaio 2017– Dicembre 2017

FREQUENZA PUBBLICAZIONE

Annuale

DATA DI PUBBLICAZIONE

Settembre 2018

FORMATO DEL DOCUMENTO

Cartaceo, Pdf

PERIMETRO DEL DOCUMENTO

Il bilancio è riferito alle due società consorelle Banfi Società Agricola S.r.l. e Banfi S.r.l.

CONTENUTI DEL DOCUMENTO

I contenuti di questo Bilancio si basano sui risultati del dialogo con i nostri stakeholder, sui requisiti del Global Reporting Initiative G4 e su quelli dei rating di sostenibilità.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Il Bilancio è stato realizzato in accordo alle linee guida GRI-G4 – opzione Core.

SUPPORTO NELLA REDAZIONE DEL DOCUMENTO

Il presente documento è stato predisposto con il supporto tecnico-metodologico di PwC.
Non prevista Assurance esterna.

CONTATTI BANFI**Sede Legale**

Castello di Poggio alle Mura

53024 Montalcino (SI)

Tel. +39 0577 840111

Fax +39 0577 840444

banfi@banfi.it

castellobanfi.com

SOCIAL MEDIA

Se hai domande o vuoi approfondire alcuni temi, puoi scrivere al team che ha redatto il bilancio di sostenibilità ai seguenti indirizzi mail:
sustainability@banfi.it
hr_sustainability@banfi.it
stakeholder_sustainability@banfi.it

La tua opinione conta!

© 2018 Banfi S.r.l.

Questo libro è stato stampato su carta certificata FSC da Artegraf, Città di Castello, Perugia.



