



PAOLOLEO

FAMILIAR WINES

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
2025





PAOLOLEO

FAMILIAR WINES

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025

“La nostra sfida più grande in questo nuovo secolo è di adottare un'idea che sembra astratta - sviluppo sostenibile.”

(KOFI ANNAN)

E' su questa nobile affermazione che fondiamo le nostre convinzioni che poi muovono le nostre azioni! La sostenibilità è un atto di responsabilità e di impegno che ciascuno di noi può assumersi per salvare l'ambiente e prendersi cura delle persone che verranno dopo di noi; da soli non possiamo cambiare tutto il sistema, nessuno può farlo, ma questa è anche la parte migliore!

Facciamolo insieme, oggi per domani.

INDICE

1. LETTERA DELL'AMMINISTRATORE

2. PERIODO DI RIFERIMENTO DELLA RENDICONTAZIONE

3. RENDICONTAZIONE SUGLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO PREFISSATI

4. L'AZIENDA E LA SOSTENIBILITA'

5. PERCHE' EQUALITAS

6. GOVERNANCE E PROFILO ORGANIZZATIVO

La Storia

Chi siamo

Il territorio ed il mondo del vino

I vini Paololeo nel Mondo

I nostri prodotti

Le produzioni della linea "Altire"

I Premi

Le certificazioni

STRATEGIA DELLA DIREZIONE

Mission e Vision

Principi e valori di riferimento - Codice Etico

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER: PRODUTTORI, FORNITORI, CLIENTI E CONSUMATORI FINALI

Fornitori

Clienti

Conferitori di uve

7. PILASTRO AMBIENTALE. - CONSUMI

Materiali (prodotti enologici, detersivi e sanificanti, packaging)

Energia

Acqua

EMISSIONI-INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ

Carbon Footprint

Water Footprint

Acque reflue e rifiuti

INDICE

8. PILASTRO SOCIALE

Salute e sicurezza dei lavoratori

Formazione e istruzione

Analisi dipendenti e clima aziendale

RELAZIONE CON LA COMUNITA' LOCALE/TERRITORIO E COMUNICAZIONE

L'ospitalità

Comunicazione

I progetti rivolti al territorio

9. PILASTRO ECONOMICO

Obiettivi futuri



1. LETTERA DELL'AMMINISTRATORE

La nostra è la storia di una famiglia e di un'impresa. Una storia tipicamente italiana, eppure unica, perché nasce dalla visione di Paolo Leo: un precursore che già 40 anni fa sapeva pensare in termini di miglioramento continuo e di innovazione. Ci sono regole a cui dobbiamo attenerci perché sancite dalle leggi, dai regolamenti e dal diritto, norme la cui osservanza è per tutti i cittadini e le aziende un dovere. Ma ci sono anche regole non scritte, dettate dalla nostra etica, dalla nostra educazione, dalla nostra sensibilità morale e dalla nostra umanità, regole il cui rispetto e applicazione sono frutto di una scelta e non di un obbligo. Una visione che si è trasmessa attraverso generazioni, sempre al passo con i grandi cambiamenti storici ed economici del proprio tempo. Una visione che ci ha permesso di trasformare la consapevolezza etica in una strategia di sostenibilità economica, ambientale e sociale. E se è la creatività italiana che da sempre ci ispira a inventare, a innovare, oggi è il mondo il nostro orizzonte. L'internazionalizzazione è infatti la sfida che stiamo affrontando e che ci coinvolgerà sempre di più, per continuare ad assicurare quella solidità economica e quello sguardo rivolto al futuro che sono oggi più che mai il prerequisito di qualsiasi impresa. Il nostro percorso di sostenibilità è guidato da un approccio strategico, capace di creare valore e vantaggio competitivo. Una visione in cui la famiglia crede da sempre perché riflette i principi ispiratori del nostro modo di fare impresa. In Paololeo, l'impegno per la sostenibilità è un valore intrinseco che non nasce semplicemente da una spinta del mercato ma risponde all'esigenza di creazione di valore condiviso lungo tutta la filiera: uno stimolo indispensabile per il miglioramento continuo delle nostre attività. Formalizzare il nostro percorso in un Bilancio è stato un passaggio fondamentale per rendicontare in maniera trasparente le performance sociali, ambientali ed economiche dell'azienda.

All'interno, grazie alla condivisione dei valori aziendali, siamo riusciti a trasmettere questa visione ai collaboratori. E oggi l'importanza della sostenibilità è percepita trasversalmente in tutti i settori, dal produttivo all'amministrativo, dal confezionamento allo stoccaggio e fino alla commercializzazione, un risultato molto importante, perché è proprio creando un ponte ideale tra proprietà, management e dipendenti che si costruisce una vera azienda sostenibile.

All'esterno, l'approccio si esprime nel nostro atteggiamento di condivisione della nostra politica etica, nei nostri prodotti oltre il vino ottenuti dal riuso delle materie prime, in un circolo virtuoso che genera maggiore valore per tutti. È infatti anche sulla percezione dell'innata propensione dell'azienda a operare in modo equo e responsabile che si fonda il valore riconosciuto al brand. La sfida per il 2025 è agire ancora più in profondità sulla sostenibilità come motore d'innovazione. I prossimi dieci anni saranno infatti fondamentali perché la crescita non potrà che essere responsabile e sostenibile. Non solo per l'azienda, ma per tutti noi.

Paolo Leo
Amministratore Unico Cantine Paololeo

2. PERIODO DI RIFERIMENTO DELLA RENDICONTAZIONE

Il presente Bilancio di Sostenibilità fa riferimento al periodo 01 gennaio – 31 Dicembre 2025 e contiene le informazioni relative ai temi economici, ambientali e sociali, ritenuti utili per la comprensione delle attività svolte da Cantine Paolo Leo Srl nel 2025, con la redazione del Bilancio di Sostenibilità, Cantine Paolo Leo Srl continua il proprio percorso di rendicontazione. L'impegno di Cantine Paolo Leo Srl sarà costante nel corso degli anni a venire, garantirà nelle successive elaborazioni del presente bilancio, un'aderenza sempre maggiore alle linee guida di riferimento. Le informazioni contenute nel documento sono state elaborate dal management aziendale anche sulla base dei risultati del dialogo con i nostri stakeholder, con i quali è stato condiviso attraverso il nostro sito aziendale. Sono rendicontati i dati più significativi per la Società e per i suoi stakeholder, al fine di rappresentare in modo completo ed equilibrato il contesto di sostenibilità in cui la nostra realtà opera. I dati e le informazioni sono veicolati attraverso l'utilizzo di un linguaggio chiaro, offrendo un'informativa completa, tempestiva e comparabile nel tempo.

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.

Il nostro report di sostenibilità si ispira alle linee guida GRI Sustainability Reporting Standards (2021) definite dal Global Reporting Initiative (GRI).

3. RENDICONTAZIONE SUGLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO PREFISSATI

L'azienda ha ottenuto la sua prima certificazione Equalitas nel 2021, pertanto gli obiettivi prefissati nel corso degli anni sono stati realizzati.

Inoltre, la rendicontazione delle attività aziendali, lo sviluppo dello studio degli indicatori carbon e water foot print, ha posto le basi per gli obiettivi futuri.

4. L'AZIENDA E LA SOSTENIBILITÀ

“La sostenibilità va condivisa lungo tutta la catena di trasformazione, dalla materia prima al prodotto finito. Questa è una filosofia che Paololeo adotta fin dalle sue origini. È un salto culturale, è un salto verso il futuro” – Paolo Leo

La sostenibilità è ormai una strategia imprescindibile, deve far parte della nostra vita di tutti i giorni: meno sprechi, più efficienza, più rispetto per l'ambiente, più salvaguardia per la nostra civiltà.

Sostenibilità significa anche rendere ripetibile nel lungo periodo un risultato economico: le leve che garantiscono la ripetibilità nel tempo di questo risultato devono essere a loro volta sostenibili.

Gli investimenti – in particolare asset industriali, equity della marca, capitale umano, innovazione – devono generare risorse in grado di autofinanziare gli investimenti stessi. Tutto questo genera un contesto sostenibile in cui azienda e stakeholder beneficiano dei risultati ottenuti, creando la possibilità di pianificare con fiducia ulteriori investimenti.

Se si guarda alla sostenibilità come a un'opportunità per creare valore, adottarla come modello di gestione comporta un salto culturale.

È complesso, tuttavia, determinare la correlazione tra sostenibilità e valore: il rapporto tra costi e benefici di un investimento in sostenibilità può infatti apparire non vantaggioso nel breve periodo, ma rivelarsi tale adottando una visione a lungo termine.

Viviamo anni in cui i 193 Paesi Membri dell'ONU hanno sottoscritto gli obiettivi definiti dall'Agenda 2030, i quali si posizionano lungo le seguenti 5 direttrici:

- **Persone:** eliminare fame e povertà in tutte le forme e garantire dignità e uguaglianza;
- **Prosperità:** garantire vite prospere e piene in armonia con la natura;
- **Pace:** promuovere società pacifiche, giuste e inclusive;
- **Partnership:** implementare l'agenda attraverso solide partnership;
- **Pianeta:** proteggere le risorse naturali e il clima del nostro pianeta per le generazioni future;

Elementi essenziali, definiti attraverso i **17 obiettivi di sviluppo sostenibile** (OSS/SDGs, Sustainable Development).



L'analisi congiunta dei Sustainable Development Goals e delle nostre specificità ci ha permesso di identificare le tematiche di interesse sulle quali costruire il Piano Strategico.



Il valore di una impresa oggi si misura non solo con i classici indicatori economico finanziari, ma sempre di più con i suoi benefici sul territorio e nel contesto in cui opera per questo siamo orgogliosi di presentare il Bilancio di Sostenibilità 2025.

5. PERCHÉ EQUALITAS?

Il percorso di Paololeo come azienda di riferimento nel mondo della sostenibilità si arricchisce dello standard Equalitas.

Nato in Italia e riconosciuto a livello internazionale, Equalitas contempla in un unico strumento la dimensione ambientale, socioeconomica e alcuni fondamentali valori etici, come il rispetto delle pari opportunità e il rifiuto di ogni discriminazione.

In particolare **EQUALITAS** è un programma che vuole:

- Tutelare l'ambiente, la biodiversità, il paesaggio;
- Valorizzare gli aspetti sociali ed economici associati alla produzione del vino;
- Misurare la sostenibilità a livello di azienda, processo e prodotto attraverso l'utilizzo di 4 indicatori, scientificamente riconosciuti;
- Migliorare le prestazioni di sostenibilità della filiera vite-vino;
- Favorire lo scambio di best practices;

La scelta mirata di aderire ad Equalitas, nasce dall'esigenza di analizzare gli impatti aziendali, generati verso l'ambiente, società e territorio che ospita la nostra sede, per poter diventare ancora più responsabili nell'uso di risorse naturali e dei beni comuni.

A livello di organizzazione l'applicazione dello standard permette di monitorare internamente la realtà aziendale e definire gli ambiti di miglioramento e valutare l'efficacia delle azioni adottate e i risultati ottenuti.

L'approccio allo standard prevede l'applicazione dei seguenti aspetti:

BUONE PRATICHE DI LAVORAZIONE:

- **Buone pratiche di cantina**, imbottigliamento e condizionamento; detersione e sanitizzazione locali e attrezzature; packaging, manutenzione e indicatori di sostenibilità;

BUONE PRATICHE SOCIO - ECONOMICHE

- **Diritti dei lavoratori**; qualifiche coerenti con le mansioni svolte; l'organizzazione promuove le pari opportunità e il lavoro per i giovani; non vengono fatte discriminazioni; welfare; questionari di monitoraggio e soddisfazione;
- **Formazione piano di formazione del personale**; condivisione della formazione con i lavoratori e registrazione della stessa;
- **Relazioni con il territorio** e la comunità locale;
- **Buone pratiche economiche aziendali** controllo di gestione; dimostrazione degli investimenti economici già sostenuti e che saranno sostenuti per la sostenibilità

- **Buone pratiche economiche verso i dipendenti;** piano di crescita dei lavoratori (retribuzioni, equità delle stesse, etc.); turn-over; incentivazione economica anche in funzione del raggiungimento di obiettivi di miglioramento ambientale e sociale; incontri con la proprietà.
- **Comportamento etico nei rapporti con terzi** (pubblica amministrazione, organismi di controllo, fornitori e clienti)



6. GOVERNANCE E PROFILO ORGANIZZATIVO



1942

Le prime produzioni di vino sfuso
Le prime due generazioni di viticoltori iniziano a vinificare

1989

Fondazione del marchio Paolo Leo

Paolo Leo e Roberta D'arpa fondano il Brand Cantine Paolo Leo srl



1999

Primo Imbottigliamento
Nascono le prime bottiglie a marchio Paolo Leo



2011

La quinta generazione

Nicola Leo diventa enologo delle Cantine Paolo Leo Srl



2013

Acquisizione di Masseria Carritelli
Cantine Paolo Leo Srl acquisisce la tenuta Masseria Carritelli

2020

Acquisizione della Cantina di Monteparano

Cantine Paolo Leo Srl acquisisce la Cantina Sociale di Monteparano



2025

Acquisizione dell'azienda Vinicola F. Candido

Cantine Paolo Leo Srl acquisisce la storica cantina Francesco Candido

STORIA E IDENTITÀ AZIENDALE



CHI SIAMO

Quella dell'azienda vinicola Cantine Paololeo è una storia semplice e bella, come tutte le storie di famiglia; sono state ben cinque le generazioni di viticoltori che, uniti da una passione ereditaria per il vino e senza mai allontanarsi dalla propria terra, hanno costruito ciascuno un pezzo di storia della cantina che, oggi come allora, sorge a sud di Brindisi, nella cittadina di San Donaci, e porta ancora il loro nome.

Paolo Leo, classe 1960, nasce in una famiglia dove produrre vino era una eredità inevitabile; il capostipite cominciò agli inizi del Novecento a vinificare le sue uve nella Masseria Monticello, e poi suo figlio Paolo Leo ereditò la terra e a costruì il palmento in paese. Oggi la Paolo Leo non è solo sinonimo di **tradizione familiare** e legame con il **territorio**, ma anche di vini di altissima **qualità**, riconosciuti come vini di grande pregio ed è affiancata da collaboratori fedeli, cosa che rende possibile una condivisione totale del lavoro.

Il marchio è inconfondibile e riporta il nome del fondatore, contornato da una maiolica decorativa presa in "prestito" dalla magnifica Chiesa di Santa Croce a Lecce, in cui preziosi dettagli barocchi si mimetizzano quasi fossero antichi ricami salentini su teli di lino candidi.

Tra passato e futuro siamo in perfetto equilibrio tra tradizione nel produrre vino e la modernizzazione degli impianti, infatti la cantina occupa una superficie totale di circa 24.000 mq, situata nel cuore del **Salice Salentino DOP** (San Donaci), dotata di un modernissimo impianto di vinificazione, un'ampia bottaia e una moderna linea d'imbottigliamento all'avanguardia ed è in grado di raggiungere 7000 bottiglie l'ora.



TERRITORIO E MONDO DEL VINO

La Paololeo da sempre crede nel potenziale enologico e naturalistico del territorio Salentino e in particolare di quello di San Donaci, dove le vicende storiche, combinate tra fattori fisici, hanno definito paesaggi inconsueti ed hanno prodotto architetture di un fascino singolare, ciò che maggiormente risalta, ancora oggi, è quel senso di continuità spaziale, diciamo pure di interdipendenza, tra il mare, la campagna e la città.

Ed è proprio quella continuità che conferisce a questa estrema regione d'Italia una marcata individualità. Avvolgente nei suoi colori, affascinante per la sua storia, sorprendente per l'unicità dei suoi territori, il **Salento** regala immagini e sensazioni sempre nuove. Esso è un connubio fra la terra e i suoi frutti ma anche fra la terra e le sue fonti: il sole, sempre generoso e prolifico, e l'acqua; e poi i venti, il gradevole contendersi fra quelli provenienti dalla costa adriatica e quelli che giungono da sud, dallo Jonio, e che regalano alle colture



quel sapore e quella sapidità inconfondibile e deliziosa. E la terra e la sua gente, tradizionalmente china sulle proprie piante a controllarne scrupolosamente la crescita e la salute fino al raccolto. Ed è proprio all'impegno costante dei produttori che si deve la crescita qualitativa del comparto vinicolo; finalmente consapevoli della generosità di questo loro territorio, hanno compiuto scelte importanti per la filiera del vino ha



un alto potenziale di sviluppo ed elevati indici di valore aggiunto, pertanto costituisce un settore forte; il Salento riveste un ruolo importante su scala nazionale e siamo certi che in un futuro non troppo lontano si registrerà una notevole compartecipazione alla formazione del valore aggiunto agricolo su scala nazionale. Le imprese pugliesi si confrontano sempre più frequentemente su temi che riguardano l'innovazione e il

cambiamento, si incontrano per discutere delle opportunità di sviluppo in uno scenario di lunga e difficile crisi economica, nel quale, però, le eccellenze del territorio hanno dimostrato di sapersi rimboccare le maniche, riconvertendo e rinnovando i processi di produzione per affrontare il mercato globale;

l'innovazione deve essere il leit motiv del loro impegno: prima chi faceva il mercato erano i produttori, oggi si produce quello che chiede il mercato, che è il vero motore della domanda... questo impone la necessità di stare al passo col cambiamento per sopravvivere e quindi di riaggregarsi per far fronte alla sfida della globalizzazione e la filiera del vino ha un alto potenziale di sviluppo ed elevati indici di valore aggiunto, pertanto costituisce un settore forte.





Veniamo ora a noi, siamo nati in una famiglia dove produrre vino era una eredità inevitabile; quando siamo scesi in campo, l'ultima generazione, l'abbiamo fatto con assoluta passione e amore. Passione nel produrre vino ma anche amore nel creare le relazioni giuste e vere. Amore che per noi è sinonimo di trasparenza nel raccontare il lavoro in vigna svolto dai nostri produttori e quello svolto in cantina, convinti che questi siano gli aspetti fondamentali per essere credibili nel mondo.

L'immagine economica della Puglia è legata ad una agricoltura ricca che, fin dall'età moderna, si proietta sui mercati nazionali e internazionali.

Si è parlato spesso di una "terra laboriosa" figlia di un "popolo di formiche" che ha costruito l'identità pugliese. La sua popolazione era prevalentemente agricola, marinara e artigiana con "braccia operose e menti imprenditrici". Ma accanto ad una Puglia agricola e contadina ne emerge un'altra, quella dei "capitani coraggiosi", ingegnosi imprenditori che sono stati i protagonisti di importanti trasformazioni nell'economia pugliese, padri della modernizzazione, di nuove sperimentazioni tecnologiche e di grandi investimenti industriali. E così, negli anni, abbiamo dimostrato che in Puglia c'era la possibilità di produrre vini di qualità, riconosciuti a livello internazionale, che potessero mostrare eleganza e finezza mantenendo sempre il carattere originario.

I VINI PAOLOLEO NEL MONDO

Le performance economiche degli ultimi anni attestano una forte crescita dell'azienda il cui fatturato sfiora i 30 milioni di euro, generati dalla vendita nazionale e dalla vendita oltre confine.

Cantine Paololeo ha iniziato la sua attività circa 30 anni fa scrivendo la sua storia nel mondo **Ho.Re.Ca.** con un intenso lavoro incentrato sulla qualità.

Oggi, tra i principali mercati di riferimento per fatturato troviamo Danimarca, Svezia, Norvegia, Inghilterra, Germania, Svizzera, USA, Brasile, Israele e altri.

Questo orientamento le ha consentito di conseguire innumerevoli premi e riconoscimenti e di conquistare la fiducia dei consumatori.



ALBANIA

LUSSEMBURGO

AUSTRALIA

NORVEGIA

FINLANDIA

AUSTRIA

NUOVA ZELANDA

BELGIO

OLANDA

BRASILE

POLONIA

CANADA

ISRAELE

REP. CECA

BIELORUSSIA

CINA

ROMANIA

DANIMARCA

RUSSIA

ESTONIA

FRANCIA

SINGAPORE

GERMANIA

SLOVACCHIA

GIAPPONE

SPAGNA

GRAN BRETAGNA

SVEZIA

IRLANDA

SVIZZERA

ISLANDA

UNGHERIA

USA

LITUANIA

VIETNAM

THAILANDIA

INDONESIA

MEXICO

UCRAINA

KAZAKISTAN

I NOSTRI PRODOTTI

LINEA SALENTOP



LINEA TOP



LINEA CLASSICI



LINEA BOLLICINE



LINEA VARIETALI



LE PRODUZIONI DELLA LINEA ALTURE

Verdeca, Minutolo, Bianco d'alessano e Susumaniello sono vitigni autoctoni passati in secondo piano nelle produzioni pugliesi e sulla strada dell'estinzione.

Cantine Paololeo ha deciso di farsi carico di una missione molto importante, quella di non abbandonare la nostra terra e di continuare a raccogliere i suoi frutti.

Su queste basi nascono le produzioni della linea "Altire", un grande atto d'amore verso il territorio della **Valle d'Itria**.



I PREMI

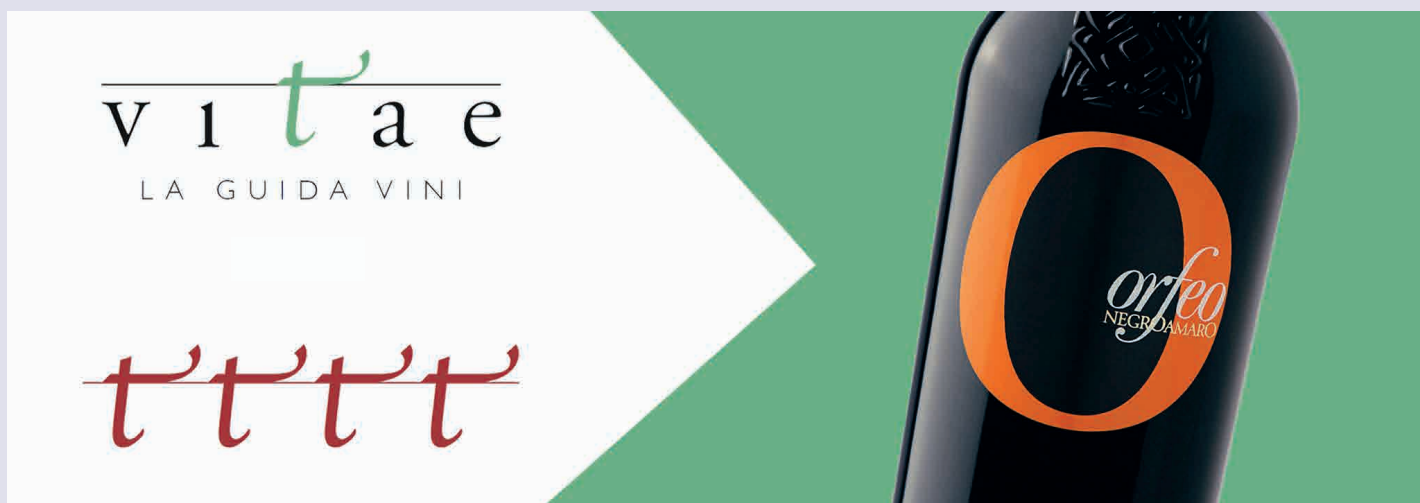
Crescono di anno in anno il numero dei prestigiosi riconoscimenti che premiano la qualità dei nostri vini, dietro ogni medaglia c'è il lavoro e la passione di una squadra il cui obiettivo è conseguire i più alti livelli di qualità.

Ecco i riconoscimenti ottenuti nell'anno 2025:

Tre Bicchieri Gambero Rosso: Orfeo Negroamaro Puglia IGP 2023



4 Viti Guida Vitae: Orfeo Negroamaro Puglia IGP 2023



4 Stelle Vini Buoni d'Italia: Orfeo Negroamaro Puglia IGP 2023





LE CERTIFICAZIONI

La qualità del prodotto rappresenta l'elemento più importante e distintivo che Paololeo si impegna a perseguire quotidianamente nella convinzione che una produzione di elevata qualità, sia nei prodotti e sia nei servizi, costituisce il miglior modo per affermarsi e crescere. Tale principio è sinonimo anche di certificazione aziendale, titolo di riconoscimento che attesta l'applicazione ed il mantenimento di un Sistema Gestionale ed Organizzativo conforme a specifiche Norme volontarie di riferimento, valide a livello internazionale:

- Sistema di gestione della qualità in ottemperanza agli standard internazionali **BRC** (Global Standard For Food Safety) e **IFS** (International Food standard);



- Certificazione EQUALITAS (dal 2021) che affronta la sostenibilità secondo i tre pilastri: sociale, ambientale ed economico.



- **Prodotto di Qualità Puglia** è un marchio di qualità collettivo comunitario con indicazione di origine che garantisce la qualità e l'origine del prodotto. La qualità dei prodotti e servizi agricoli e alimentari contrassegnati dal marchio è garantita attraverso un programma di controllo della qualità;



- **Certificazione Biologica del Prodotto** che è un sistema globale di gestione basato sull'interazione tra le migliori pratiche ambientali, un alto livello di biodiversità, la salvaguardia delle risorse naturali, l'applicazione di criteri rigorosi in materia di benessere degli animali e una produzione confacente alle preferenze di taluni consumatori per prodotti ottenuti con sostanze e procedimenti naturali.



- **Certificazione parità di genere** è un sistema per garantire la parità di genere nel contesto lavorativo relativamente alle seguenti attività: lavorazione e imbottigliamento in bottiglie di vetro, affinamento di vini in barrique, lavorazione di vino sfuso.





STRATEGIA DELLA DIREZIONE

VISION

Vogliamo che il marchio Cantine Paololeo diventi in tutto il mondo **sinonimo di qualità e sicurezza alimentare, sostenibilità, tipicità territoriale** attraverso produzioni di elevato pregio.



MISSION

Vogliamo che le nostre produzioni, nella loro **integrità**, siano dei **prodotti sostenibili**, rimanendo pur fedeli ai **valori aziendali ed etici** delle Cantine Paololeo.



PRINCIPI E VALORI DI RIFERIMENTO – CODICE ETICO

I principi di seguito elencati rappresentano i valori fondamentali cui i Destinatari devono attenersi nel perseguimento della mission aziendale e, in generale, nella conduzione delle attività della Paololeo.

- **Passione per l'eccellenza**

Aspiriamo ad essere considerati persone che offrono sempre il loro meglio e raggiungono una qualità eccellente in tutto quello che fanno.

- **Spirito di squadra**

Per quanto ciascuno di noi possa essere capace e determinato, si ottiene di più lavorando insieme. È con questa convinzione che garantiremo sempre ai nostri interlocutori piena disponibilità a collaborare.

- **Senso di riconoscenza**

Intendiamo dimostrare fattivamente riconoscenza a chi partecipa al raggiungimento dei nostri obiettivi, valorizzando sempre il loro contributo e improntando il rapporto alla crescita reciproca.

- **Trasparenza**

Crediamo nel valore di una comunicazione schietta perché è solo da una reale volontà di confronto aperto che possono nascere le soluzioni migliori. Ci impegniamo a essere interlocutori onesti, aperti e disponibili per sviluppare e mantenere un clima di mutua fiducia.

- **Integrità**

Perseguiamo i nostri obiettivi con rettitudine e responsabilità. In nessuna circostanza la pretesa di agire nell'interesse del gruppo potrà mai giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con leggi, regolamenti, discipline e, in generale con una condotta onesta e seria.

- **Lungimiranza**

Le scelte di oggi incideranno sul nostro futuro e su quello delle prossime generazioni. Con questa consapevolezza sappiamo di dover trovare un bilanciamento fra soddisfare i bisogni di oggi e quelli a lungo termine. Non dovrà perciò mai mancare l'impegno nel guardare in prospettiva e a prepararsi per tempo al mondo di domani, sviluppando il nostro business in un quadro complessivo di sostenibilità ambientale e rispetto delle persone. Per lasciare un'eredità duratura.



COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER: PRODUTTORI, FORNITORI, COLLABORATORI, CLIENTI E CONSUMATORI FINALI

Il raggiungimento degli obiettivi aziendali di sviluppo della qualità, sicurezza alimentare e di sostenibilità viene ottenuto attraverso il coinvolgendo non solo della struttura interna dell'azienda ma anche in generale di tutti gli stakeholder interni ed esterni.

L'azienda da sempre si è mostrata attenta alla salvaguardia del territorio, prediligendo le varietà autoctone, favorendo i produttori che applicano le buone pratiche di coltivazione secondo i principi di lotta integrata e di produzione biologica. Particolare attenzione dedichiamo allo sviluppo di iniziative volte a favorire la conoscenza del luogo in cui abbiamo sede. Inoltre, vogliamo coinvolgere tutti i portatori di interesse aziendale, sia in ambito della qualità dei nostri prodotti e sia in tema di sostenibilità:

- Migliorare continuamente l'efficacia del **Sistema di gestione della qualità e della sicurezza alimentare**, perseguendo gli obiettivi specifici;
- Inquadrare e focalizzare la propria **attenzione sul cliente**, sulle sue esigenze e la sua soddisfazione, coinvolgendo attivamente tutti gli attori della filiera – dipendenti, fornitori e produttori;
- Rispettare la normativa sulla **sicurezza e salubrità del prodotto** e l'implementazione del Piano di autocontrollo igienico Haccp aziendale;
- Garantire e rispettare la **normativa sulla sicurezza** sui luoghi di lavoro vigenti;
- Garantire la realizzazione di **prodotti sicuri e conformi** alle normative vigenti;
- Rispettare la normativa vigente in tema di **tutela ambientale**, prevenendo ogni tipo di impatto sull'ambiente e razionalizzare i consumi di risorse naturali attuando misure di tutela ambientale, socialmente eque ed economicamente sostenibili;
- Garantire il **rispetto dei diritti dei propri dipendenti** e delle buone pratiche etiche, attraverso l'applicazione delle principali norme ILO;
- Garantire l'applicazione della normativa vigente di sicurezza sui luoghi di lavoro e gestione della privacy;

L'obiettivo è perseguito mediante l'implementazione di un sistema di gestione qualità ed integrato della sostenibilità secondo tre pilastri, economico, sociale ed ambientale.

FORNITORI

Sono stati considerati i fornitori i cui prodotti incidono maggiormente nel processo produttivo aziendale (produttori, fornitori di packaging, fornitori di prodotti enologici) ed i fornitori di detergenti.

Per quanto riguarda i produttori, a partire dalla vendemmia 2021 è stato richiesto di prendere visione della politica qualità integrata con requisiti di sostenibilità ed etica e di sotto iscrivere un codice condotta fornitore in merito al rispetto delle buone pratiche sociali ed etiche nei confronti dei propri lavoratori e della Paolo Leo srl., sono stati sensibilizzati in merito a:

- il rispetto delle condizioni di assunzione/pagamenti/orari di lavoro
- l'applicazione di misure di garanzia in tema di salute e sicurezza sul lavoro, come da legislazione vigente

Per quanto riguarda gli altri fornitori, ovviamente la scelta è determinata da diversi fattori, che vengono considerati e valutati in primis dalla rispondenza alle caratteristiche tecniche desiderate dall'enologo; tuttavia, a parità di condizioni tecniche ed economiche/commerciali viene privilegiato il fornitore localizzato geograficamente più vicino (la Paolo Leo da sempre contribuisce al sostegno delle imprese locali) ed in possesso di una o più fra le certificazioni richieste e che assume gli impegni di seguito evidenziati per categoria.



PACKAGING

L'analisi è stata condotta secondo le diverse categorie di prodotto, incrociando i dati ottenuti dal report consumi e le informazioni raccolte in fase di qualifica fornitori.

In funzione dei quantitativi di prodotto imbottigliato, di seguito è stata effettuata un'analisi dei fornitori e la suddivisione % delle diverse categorie di packaging e la definizione di obiettivi specifici.

Si sottolinea che l'obiettivo stabilito nel 2022 e cioè incrementare la quota di cartoni fornita dal IMBALLAGGI LUBELLI, dal 47% a circa il 70%, sostituendo totalmente il fornitore SCATOLIFICIO DI BATTISTA, è stato raggiunto, quota maggiore dell'80%.

La scelta è stata determinata dal fatto che a parità di condizioni qualitative del prodotto fornito, la fornitura derivante da Lubelli, consente di ridurre l'impatto ambientale derivante dalle attività di trasporto, in quanto è il più vicino geograficamente (dista 30 km dalla Paolo Leo).

Ad oggi la quota cartoni acquistata dal fornitore Lubelli, con certificazione FSC è pari a circa il 90%.

CLIENTI

L'azienda attribuisce ai propri clienti e alla loro soddisfazione un ruolo fondamentale, ponendo molta attenzione a generare prodotti di qualità, garantendone la sicurezza. Questi aspetti sono continuamente monitorati all'interno della Paololeo, la quale gestisce gli eventuali reclami ricevuti dal mercato.

CONFERITORI UVE

Riguardo la produzione l'azienda si avvale di circa un **centinaio di conferitori locali**, con la maggior parte dei quali si è instaurata una collaborazione ventennale di reciproco rispetto e cura del prodotto finale, le uve.

Durante la stesura del contratto i conferitori si impegnano a rispettare la conformità, qualità e sostenibilità del prodotto richiesta dalle Cantine Paololeo.

Il protocollo di conferimento prevede la consegna delle uve in cantina entro le ore 12.00, al fine di garantire che la raccolta avvenga nelle prime ore del mattino, in modo da preservare quanto più possibile l'integrità e la freschezza del prodotto.



6. PILASTRO AMBIENTALE. - CONSUMI



MATERIALI (PRODOTTI ENOLOGICI, DETERGENTI E SANITIZZANTI, PACKAGING)

Scegliamo i nostri fornitori considerando la capacità di preservare nel tempo le caratteristiche qualitative del prodotto, in funzione della sua destinazione d'uso, della richiesta del cliente e compatibilmente alle esigenze dei mercati di destinazione.

Dal punto di vista della sostenibilità, inoltre, richiediamo informazioni dettagliate in merito al conseguimento o meno da parte degli stessi delle certificazioni sopra menzionate e di conoscere eventuali iniziative avviate e/o intraprese nell'ambito di queste aree d'interesse.

La nostra scelta può, inoltre, ricadere su fornitori che sono vicini territorialmente, favorendo di conseguenza lo sviluppo economico locale e influenzando in modo indiretto sull'impatto ambientale riducendo le emissioni derivanti dai mezzi di trasporto.



Negli ultimi anni abbiamo focalizzato l'attenzione sulla scelta di materiali sostenibili, a tal proposito, abbiamo focalizzato l'attenzione alla ridurre il peso delle bottiglie, con una significativa riduzione di quelle delle bottiglie più pesanti, infatti, In merito al peso delle bottiglie, formato da 0.75l si evidenzia la seguente situazione:

ANNO 2024

7,3% è rappresentato da bottiglie con peso da < 500 gr;

56% è rappresentato da bottiglie con peso da 500 gr;

6,3% è rappresentato da bottiglie con peso > 500 gr

ANNO 2025

17% è rappresentato da bottiglie con peso da < 500 gr;

57% è rappresentato da bottiglie con peso da 500 gr;

22% è rappresentato da bottiglie con peso > 500 gr

Inoltre, ad oggi possiamo affermare che:

42% circa di bottiglie proviene da aziende che hanno una vicinanza territoriale, in possesso di certificazioni ambientali e di sicurezza sul lavoro o comunque impegnate attivamente in progetti di riciclo;

100% dei cartoni è acquistato da aziende certificate FSC;

5% dei tappi in sughero, il 100% di tappi sintetici è acquistato da aziende molto attente alle problematiche etiche e di sostenibilità

100% delle capsule è acquistato da una azienda situata nel territorio

Per quanto riguarda il protocollo dei prodotti enologici è stato studiato in modo da coniugare i risultati desiderati con i migliori prodotti in essere sul mercato e che abbiano rilevanza dal punto di vista della sostenibilità.

Si sottolinea che l'azienda impiega più del 80% di prodotti, provenienti da fornitori in possesso di certificazioni di nostro interesse.

La scelta di determinati prodotti in alcune fasi di processo è indirizzata al rispetto di elevati standard di sostenibilità e qualità, attraverso l'applicazione di biotecnologie come lieviti selezionati e nutrienti, in modo da esaltare le caratteristiche varietali tipiche del vitigno.

In merito ai prodotti sanificanti, si sottolinea che sono usati prodotti altamente biodegradabili e con una buona capacità di risciacquo al fine di ridurre i consumi di acqua. Inoltre, a seguito di una scelta mirata alla riduzione degli sprechi, i cicli di lavaggio chimico della linea imbottigliamento, sono ridotti al minimo, programmando le attività di confezionamento in funzione della tipologia di prodotto.

L'AZIENDA

ENERGIA

Il consumo di energia elettrica deriva da: l'illuminazione degli uffici e dello stabilimento, la climatizzazione e gruppi frigo, il funzionamento di macchinari, dai processi produttivi di pigiatura, vinificazione e dall'imbottigliamento.

In base all'andamento annuale, il rapporto fra energia attiva e vino imbottigliato del 2025, rispetto all'anno 2024, evidenzia una diminuzione di energia consumata, nonostante siano aumentati i quantitativi di prodotto finito.

Si riscontra un valore totale di rapporto tra consumo di energia attiva e vino imbottigliato pari 6,9%, in diminuzione rispetto all'anno 2024, che era pari al 16,8%, tale diminuzione risulta evidente anche in termini di costi.

In merito a tale aspetto si sottolinea che, nonostante i volumi produttivi siano effettivamente aumentati, l'azienda ha messo in atto azioni che hanno consentito concretamente di abbassare tali valori, come ad esempio l'installazione e la messa in funzione del terzo impianto fotovoltaico.

Si sottolinea che sono presenti due contatori di energia, uno situato in Via Tutturano e l'altro presente in via Ponchielli, San Donaci (BR).

Dai grafici elaborati, nel dettaglio valutiamo l'andamento nel corso dei mesi e dai quali risulta che per il contatore presente in via Tutturano, l'andamento dei consumi risulta pressoché costante, tranne che si rileva un lieve picco di down nei mesi di maggio e giugno dovuti ad un lieve rallentamento della produzione.

Per quanto riguarda il consumo del contato in via Ponchielli, verificiamo che l'andamento è molto simile a quello rilevato nell'anno 2024, ma con un valore di energia attiva più alto pari a 74.264,00, rispetto a 34.204,00 riscontrato nell'anno precedente.

ANNO 2021

$$K2021=(\text{consumo energia attiva})/(\text{vino imbottigliato})=271.690,00/3.920.871,17=6,9\%$$

ANNO 2022

$$K2022=(\text{consumo energia attiva})/(\text{vino imbottigliato})=263.285,00/3.683.499,00=7,1\%$$

ANNO 2023

$$K2023=(\text{consumo energia attiva})/(\text{vino imbottigliato})=256.572,00/4.066.235,00=6,3\%$$

ANNO 2024

$$K2024 \quad \text{VIA} \quad \text{TUTURANO}=(\text{consumo energia attiva})/(\text{vino imbottigliato})=169.126,00/1.206.857,32=14\%$$

$$K2024 \quad \text{VIA} \quad \text{PONCHIELLI}=(\text{consumo energia attiva})/(\text{vino imbottigliato})=34.204,00/1.206.857,32=2,8\%$$

K2024 TOTALE = (consumo energia attiva) / (vino imbottigliato) = 203.330,00/1.206.857,32 = 16,8%

ANNO 2025

K2025 VIA TUTURANO = (consumo energia attiva)/(vino imbottigliato)=210.654,00/4.112.053,13=5%

K2025 VIA PONCHIELLI=(consumo energia attiva)/(vino imbottigliato)=74.264,00/4.112.053,13=1,8%

K2025 TOTALE = (consumo energia attiva)/(vino imbottigliato) = 284.918,00/4.112.053,13 = 6,9%

CONSUMI IMPIANTO FOTOVOLTAICO

In merito all'energia derivante dai due impianti fotovoltaici funzionanti da anni, emerge che nell'anno in corso:

- **IMPIANTO IN VIA TUTURANO**

% energia media immessa in rete pari a circa il 69% (20% nel 2025)

% energia media di autoconsumo pari a circa il 30% (82% nel 2025)

- **IMPIANTO IN VIA PONCHIELLI**

% energia media immessa in rete pari a circa il 22% (40% nel 2025)

% energia media di autoconsumo pari a circa il 77% (62% nel 2025)

Entrambi gli impianti provvedono a circa il 25 - 30 % del fabbisogno energetico dei macchinari, con un notevole risparmio di energia elettrica, ma per sopperire ai volumi produttivi effettivi aziendali, l'azienda ha installato un terzo impianto che attualmente non risulta ancora attivo al 31.12.2025.

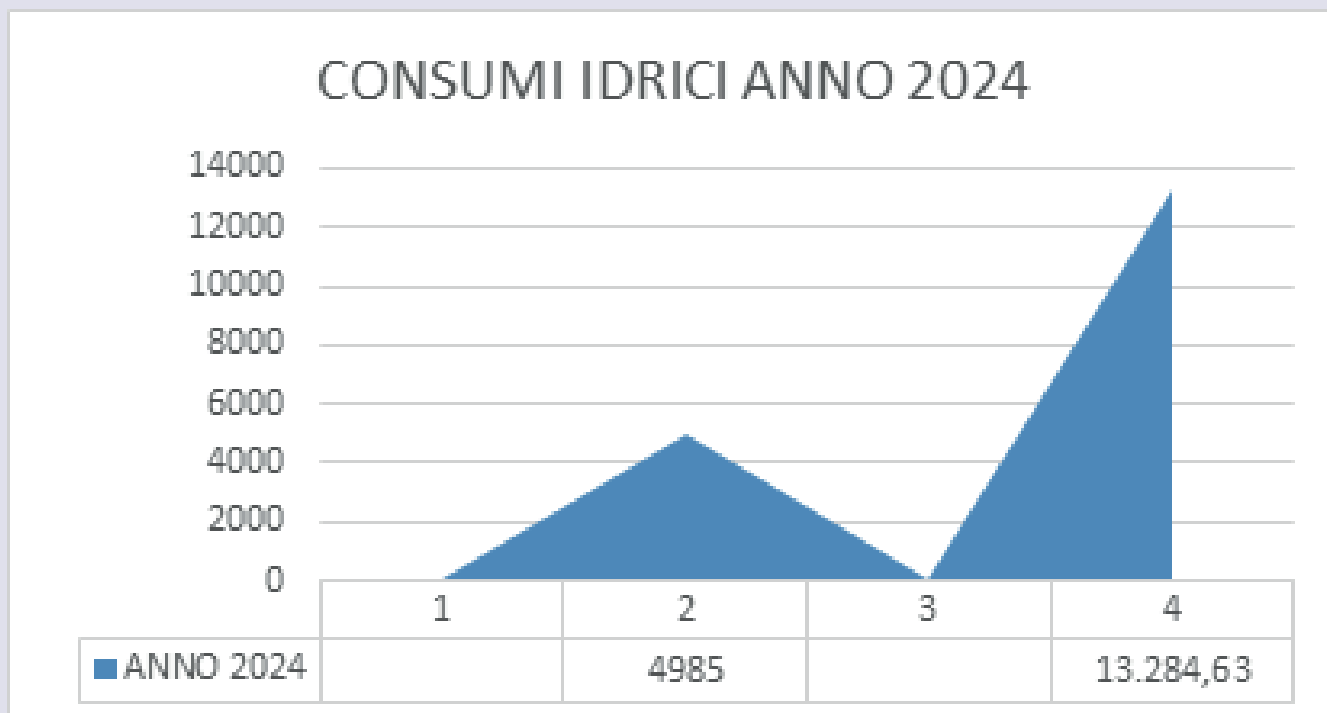
A seguito dell'ampliamento aziendale è stato installato un terzo impianto, pertanto tutti gli impianti ora provvedono ad un fabbisogno energetico pari al 350 kwat.

CONSUMI IDRICI

Il consumo di acqua deriva da:

- processi di lavaggio attrezzature di cantina (serbatoi, filtri, tubazioni)
- processo di lavaggio bottiglie (imbottigliamento)
- lavaggio prodotto- uva
- servizi igienici

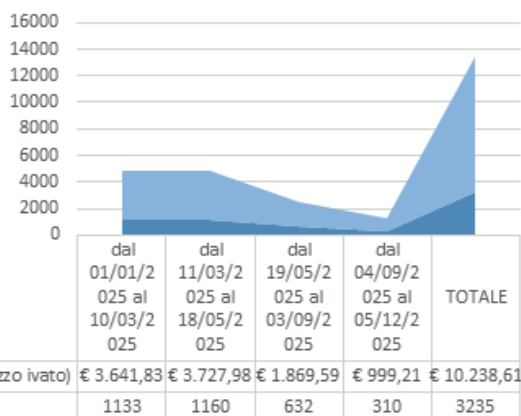
Di seguito il grafico elaborato sulla base delle fatture idriche emesse ed il confronto negli anni di rendicontazione.



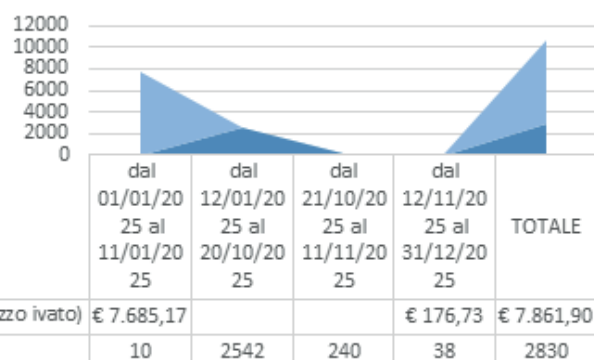
Relativamente all'anno 2024, analizzando l'andamento dei consumi idrici, verificiamo che rispetto all'anno 2023, si rileva una lieve diminuzione dei metri cubi fatturati passando da 5.093 mc nel 2023 a 4.985 mc nel 2024, dato che chiaramente si riflette anche sui costi.

La diminuzione riscontrata è strettamente legata al principio perseguito già nel 2023 e cioè la riduzione dei cicli di lavaggi chimici e programmazione delle attività ai fini di ridurre i quantitativi di acqua usata.

CONSUMI IDRICI 2025 SERVIZIO PRODUZIONE



CONSUMI IDRICI 2025 SERVIZIO UFFICI

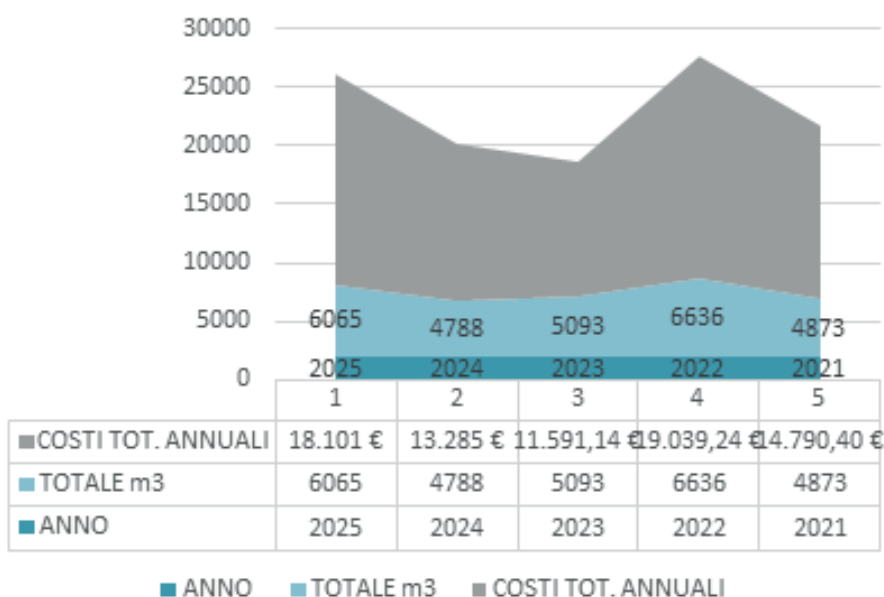


Relativamente all'anno 2025, analizzando l'andamento dei consumi idrici, verificiamo che rispetto all'anno precedente, si rileva un aumento in termini di metri cubi fatturati, con un totale anno pari a 6065 che nel 2024 erano pari a 4.985 mc. Tale dato chiaramente si riflette anche sui costi.

L'aumento è strettamente legato ai volumi produttivi, ma, nonostante ciò, l'azienda persegue le azioni di miglioramento intraprese negli anni, come ad esempio la riduzione dei cicli di lavaggi chimici e la programmazione delle attività ai fini di ridurre i quantitativi di acqua usata.

Inoltre, il grafico seguente, mette a confronto i consumi negli anni, rilevando una sostanziale linearità degli andamenti nel tempo, chiaramente condizionati dalla tipologia di attività e volumi produttivi.

CONFRONTO CONSUMI IDRICI ANNI 2021-2025



CARBON FOOTPRINT

Dalla Relazione Impronta Carbonica di Organizzazione del 4 giugno 2024, si riportano di seguito, le stime quantitative delle emissioni aziendali in tonnellate totali emesse per la fase di produzione e per l'utilizzo del packaging:

Cantina	t CO2e	%
Energia Elettrica	88.643	1.52%
Carburanti (Caldaie, riscaldamento)	8.117	0.14%
Carburanti Veicoli	14.262	0.24%
Viaggi casa-lavoro dipendenti	19.303	0.33%
Viaggi di rappresentanza	25.206	0.43%
Uve, mosti, vini sfusi	4137.806	70.98%
Prodotti Enologici	61.695	1.06%
Trasporto e trattamento rifiuti	13.254	0.23%
Smaltimento rifiuti interni	0.000	0.00%
Gas e fluidi refrigeranti	0.000	0.00%
Trasporti in ingresso (Cantina)	497.336	8.53%
Totale Cantina	4865.622	83.47%
Packaging	t CO2e	%
Packaging (Chiusure, Imballaggi...)	744.739	12.78%
Trasporto e trattamento rifiuti	0.000	0.00%
Trasporti in ingresso (Commerciale)	219.007	3.76%
Totale Packaging	963.746	16.53%
Totale Organizzazione	5829.369	

Si riporta di seguito la ripartizione percentuale delle emissioni di produzione:



CONCLUSIONI

A seguito delle ipotesi effettuate, si può affermare che, salvo errori od omissioni di dimensioni ampie ed improbabili, variazioni dei dati primari (Aziendali), dei fattori di emissione o di variazioni che possano intercorrere nella filiera, la sensibilità e la coerenza dei dati ottenuti mostra di essere assai affidabile.

Altri esempi possono essere condotti su altre fonti di variazione, ma non si ritiene ragionevolmente necessario redigere ipotesi di errore la cui probabilità di verificarsi sia troppo bassa (ad esempio, sono improbabili errori del 25% del peso dei materiali di confezionamento poiché questi sono stati pesati in azienda, oppure una variazione del numero di ettolitri lavorati o di bottiglie vendute, poiché questi dati derivano da documenti ufficiali e controllati da Enti appositi).

WATER FOOTPRINT

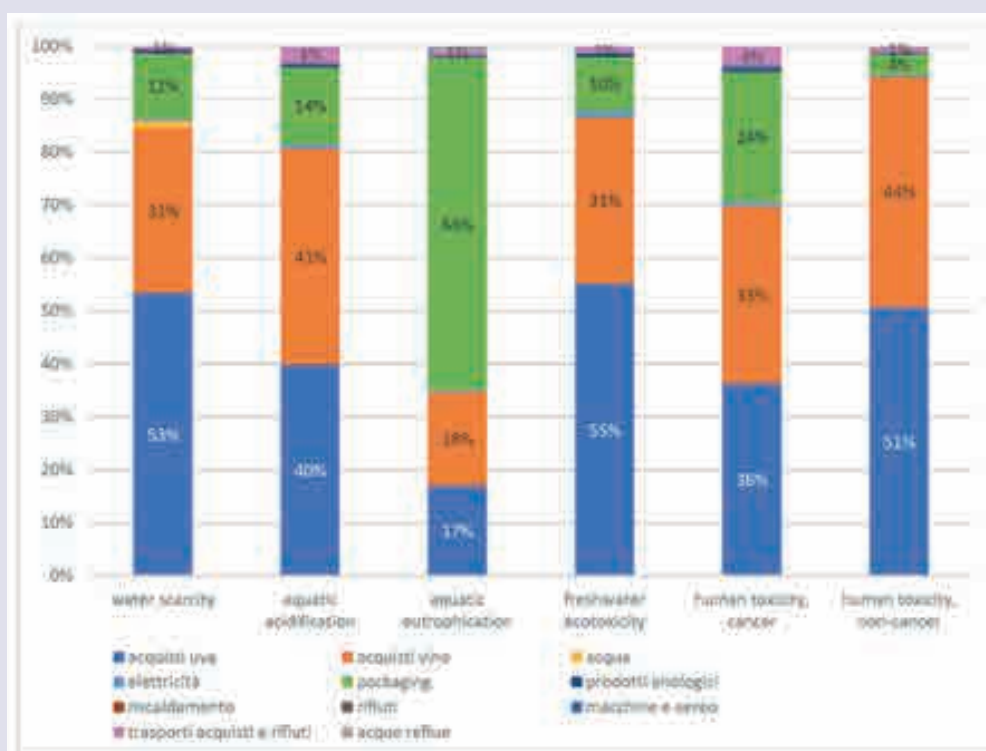
Dalla Relazione Impronta Idrica di Organizzazione del 4 giugno 2024, si riporta di seguito una tabella che evidenzia i consumi diretti di acqua effettuati dall'azienda nell'anno in oggetto, suddivisi per sede e tipologia di fonte di approvvigionamento:

Acquedotto - m3
5093

I risultati riportati nella tabella rappresentano il totale aziendale.

Impact category	Unit	Total
Aquatic acidification	kg SO2 eq	6.27E+04
Aquatic eutrophication	kg PO4 P-ilm	4.78E+03
Water scarcity	m3	1.41E+05
Freshwater Ecotoxicity	PAF.m3.day	2.58E+11
Human toxicity, cancer	cases	1.30E+00
Human toxicity, non cancer	cases	6.53E+00

Di seguito si riporta un grafico con il peso percentuale che le varie categorie hanno sul totale.



Impact category	Unit	Total
Aquatic acidification	kg SO2 eq	3.44E-02
Aquatic eutrophication	kg PO4 P-lim	2.62E-03
Water scarcity	m3	7.74E-02
Freshwater Ecotoxicity	PAF.m3. day	1.42E+05
Human toxicity, cancer	cases	7.11E-07
Human toxicity, non cancer	cases	3.58E-06

CONCLUSIONI

Dalla valutazione sopra riportata emerge come, per quanto riguarda gli impatti a livello di valori assoluti, la maggior parte del valore è da attribuire al processo produttivo dell'uva e del vino acquistati. Si consiglia quindi, ove possibile, un monitoraggio del processo produttivo anche da parte delle aziende conferitori di questo bene.

Si denota inoltre come, gli input che contribuiscono maggiormente agli impatti di produzione, e dunque quelli su cui è opportuno un maggiore monitoraggio, sono in sostanza: materiali di imballaggio (di cui è bene specificare che ben oltre il 50% della responsabilità dell'impatto di questa voce è da attribuire solo al vetro) e trasporti per gli acquisti e lo smaltimento rifiuti.

In merito invece all'acqua, seppur in assenza di depuratore aziendale, i parametri presenti nel report delle analisi da laboratorio si presentano generalmente contenuti. L'indicatore di impatto sul quale si denota il peso maggiore di questa voce è la 'freshwater eutrophication' sulla quale le acque reflue pesano per lo 0.6% sul totale.

ACQUE REFLUE E RIFIUTI

Le acque derivanti dalle fasi di lavorazione derivano:

- acque di lavaggio attrezzature e macchinari, comprese le vasche;
- acque di lavaggio del reparto imbottigliamento
- acque di raffreddamento

L'azienda a fine 2023-2024, si è dotata di un impianto di depurazione che composto unità per il trattamento delle acque di lavorazione.

In merito alla gestione dei rifiuti annessi alle fasi di lavorazione, la stessa avviene mediante il conferimento a ditte di smaltimento e sono monitorati attraverso le registrazioni di carico e scarico. Chiaramente, essendo rifiuti legati al processo produttivo non si prevede il riutilizzo.

Il riutilizzo si prevede solo per bottiglie di vetro difettate che sono destinate alla produzione della Linea Home di Paolo Leo.



CALALUNA

PAOLOLEO

GRECIA

PAOLOLEO

BATTIGIA

PAOLOLEO

7. PILASTRO SOCIALE



LA VALORIZZAZIONE E LO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

Il termine Risorse Umane indica sì l'insieme delle persone che a vario titolo prestano la propria attività presso un'azienda, ma è anche da intendersi come l'insieme di competenze e professionalità apportate dai membri dello staff al processo produttivo.

Questo è uno dei principali fattori che determinano il capitale aziendale da curare, monitorare e sul quale investire per migliorare l'intero ecosistema dell'impresa.

La parificazione della forza lavoro ad altre risorse aziendali non umane, come i macchinari, i brevetti e gli immobili aziendali ha generato nel tempo alcuni dubbi di natura etica su questo tipo di approccio, ma è indubbio che ad oggi si tratti del modello organizzativo più funzionale alla gestione aziendale e al benessere dei collaboratori.

L'analisi interna svolta in questo anno mette in evidenza la compagine aziendale e pone le basi per la comparazione dei dati nei prossimi anni.



SALUTE SICUREZZA

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. 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 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. cura del verde) evidenzia un rilevante livello di rischio.



Paololeo, 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. Uno degli obiettivi più importanti che Paololeo si è prefissata di raggiungere in tema di salute e sicurezza è ridurre a zero il numero di infortuni.

FORMAZIONE

La formazione per l'azienda Paololeo, svolge un ruolo principale nel processo di valorizzazione delle risorse e serve a sviluppare e consolidare le competenze, confermando il trend di crescita riscontrato nel 2025.

In particolare, oltre alla formazione obbligatoria, l'azienda pianifica l'attività di formazione interna prevista attraverso il piano annuale, in cui sono riportati i momenti formativi definiti anche in seguito ad esigenze.

Nel 2025 la formazione ha riguardato oltre che ai temi di qualità e sicurezza alimentare, anche tematiche legate alla sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa, così come previsto dai requisiti definiti dallo standard Equalitas.

I **risultati raggiunti**, tenendo conto anche delle verifiche interne e la pianificazione delle nuove attività sarà rivista anche per l'anno 2026, confermando quindi la volontà di proseguire gli stessi risultati.

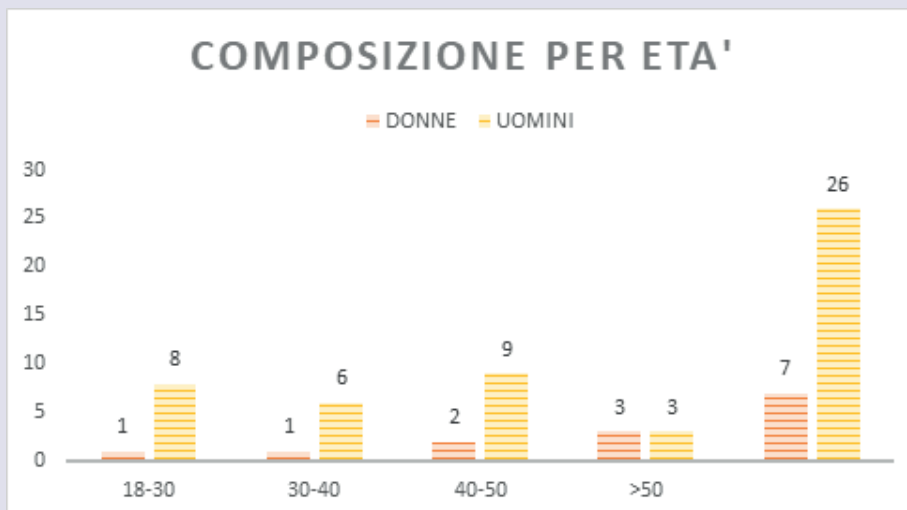
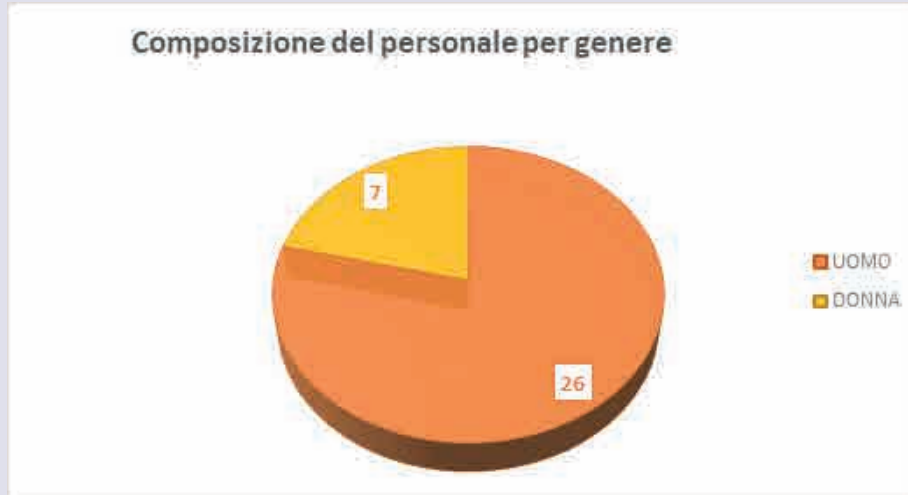


ANALISI DIPENDENTI E CLIMA AZIENDALE

L'analisi dipendenti è stata condotta attraverso le informazioni contenute all'interno del registro dipendenti, aggiornato al 31.12.2025.

L'organico della Paolo Leo, si compone di 33 dipendenti in linea con l'anno precedente.

La forza lavoro è costituita da 26 uomini 7 donne, di età compresa tra i 20 e i 60 anni circa.

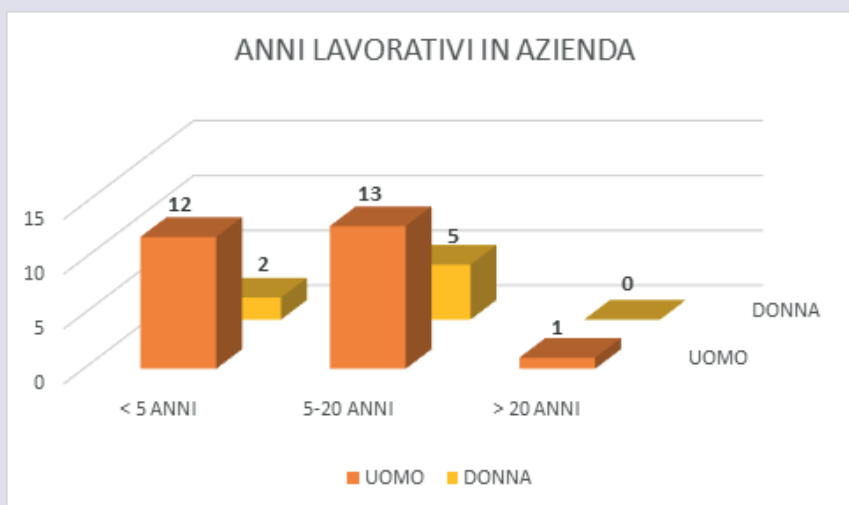


Il grafico riporta la seguente suddivisione:

- Circa il 27.27 % è rappresentato da operatori che hanno un'età compresa tra i 18 ed i 30 anni, precisamente 9 dipendenti;
- il 21.21 % è rappresentato da operatori che hanno un'età compresa tra i 30 ed i 40 anni, precisamente 7 dipendenti;
- il 33.33 % è rappresentato da operatori che hanno un'età compresa tra i 40 ed i 50 anni, precisamente 11 dipendenti;

- l'18.18 % è rappresentato da operatori che hanno un'età superiori ai 50 anni, precisamente 6 dipendenti

Il grafico che segue evidenzia la distribuzione dei dipendenti, suddivisi per anni lavorativi:



Il dipendenti attualmente presenti lavorano da:

- meno di 5 anni: 2 donne e 12 uomini;
- da più di 5 anni e meno di 20 anni: 5 donne e 13 uomini;
- da più di 20 anni: 1 uomo

I dati analizzati mettono in evidenza una situazione di continuità lavorativa, in quanto la maggior parte dei lavoratori è assunta in azienda per un periodo compreso tra i 5 e i 20 anni. Inoltre, è evidente la presenza di lavoratori che sono impiegati da meno di 5 anni, segno che l'azienda si predispone in maniera propositiva verso l'impiego di giovani lavoratori.

Si sottolinea che attualmente in azienda è impiegato 1 dipendente assunto con contratto a tempo determinato e con una durata superiore a 100 giorni lavorativi.

Il CCNL impiegato in azienda è quello relativo alla piccola e media industria alimentare; la suddivisione per tipologia di contratto e mansione è di seguito illustrata.



I grafici mettono in evidenza che la maggior parte dei lavoratori sono assunti con contratto OTI, circa l'96%; in dettaglio circa il 48% è assunto con il ruolo di impiegato e circa il 51% è assunto con il ruolo di operatore. Inoltre, il registro dipendenti riporta anche la suddivisione delle qualifiche e dei livelli. A tale proposito si sottolinea che in azienda è presente una donna con livello quadro.

La maggior parte dei dipendenti sono rappresentate da figure maschili, nel dettaglio:

- 6 donne e 10 uomini sono dipendenti presenti negli uffici;
- 16 uomini ed 1 donna sono collocati all'interno dell'area produttiva;

In azienda il principio cardine è quello di assicurare gli stessi diritti e opportunità ad entrambi i sessi, senza alcuna discriminazione, garantendo le pari opportunità e l'equa distribuzione delle risorse, chiaramente in funzione delle ore lavorative e della tipologia di contratto.

L'analisi svolta, ha messo in evidenza che in merito alla tipologia di contratto non si riscontrano differenze tra uomini e donne a parità di mansione e qualifica. Tale eguaglianza è dimostrata anche dal fatto che attraverso la consultazione delle tipologie di contratto e buste paga, non sono state rilevate differenze salariali a parità di contratto tra uomini e donne. Tutti i lavoratori, sono retribuiti senza distinzione di genere, ma in funzione della tipologia di CCNL applicato e chiaramente in funzione delle ore lavorate.

CONCLUSIONI

La compilazione del questionario di valutazione del clima aziendale, svolta nell'anno 2025, ha permesso all'azienda Paolo Leo di analizzare la qualità del clima lavorativo che era risultata in generale alquanto soddisfacente. I dipendenti godono di ottimi rapporti interpersonali tra loro e con la dirigenza; la maggior parte sembra essere soddisfatto della propria figura professionale e della propria dignità. Riconosce una equa applicazione delle regole e delle procedure per tutti e in tutte le situazioni.

Tale valutazione sarà ripetuta ogni 3 anni, a seguito della somministrazione di un nuovo questionario anonimo, che consentirà di analizzare la situazione interna.

L'analisi interna svolta relativamente all'anno 2025, ha consentito all'azienda di fotografare la situazione attuale e di porre le basi di valutazione negli anni.

L'obiettivo finale rimane quello di aumentare il livello di soddisfazione dei propri dipendenti e di valutare gli aspetti evidenziati come carenti, al fine di un miglioramento continuo.

MORMORA
AFFIDATO AL MARE

Spumante Metodo Classico
Pas Dosè Verdeca Bianco 12%

RELAZIONE CON LA COMUNITA' LOCALE/TERRITORIO E COMUNICAZIONE

Cantine Paololeo ha improntato la propria attività su canoni gestionali universalmente riconosciuti come distintivi e qualificanti, tutto ciò si accompagna anche a una grande attenzione per lo sviluppo sostenibile e a una maggiore sensibilizzazione nei confronti della tutela dell'ambiente e della difesa degli ecosistemi territoriali.

I valori produttivi principali dell'azienda sono sempre stati il fulcro di tutti i progetti e le attività di comunicazione ed hanno permesso nel tempo di costruire un'immagine ben precisa del marchio.

L'OSPITALITA'

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.

Da qui l'apertura dell'azienda ad **tour e experience guidate**, dove la passione per la viticoltura incontrano le tradizioni territoriali.

Un racconto tra il nostro territorio e i vini che produciamo, delle vere e proprie immersioni formative nella filosofia produttiva, dalla cura della vigna alla vinificazione, fino all'affinamento che esalta le caratteristiche uniche delle nostre uve.



COMUNICAZIONE

CANALE TRADIZIONALE

Durante il 2025 alcuni prodotti sono stati protagonisti di uscite pubblicitarie su quotidiani e e riviste, campagne radio e affissioni.

Le campagne hanno contribuito a migliorare il percepito e la familiarità del brand su un target affine e non al mondo del vino e al marchio.



Elle Gourmet
pagina Christmas



Campagna affissioni
Natalizia (LECCE)
50 pensiline autobus
per 20 gg



Campagna annuale Aeroporto Bari
Affissione store legardere



Corner espositivo Aeroporto Verona
corner espositivo/degustazione



Campagna annuale Aeroporto Brindisi

Affissione store Bottega dei sapori

CANALE DIGITAL

Un altro canale di comunicazione presieduto dalle Cantine Paolo Leo SRL è quello digital. Includono immagini, audio e video utilizzati per commercializzare i prodotti e consolidare la presenza del brand. Appaiono all'interno di siti web, e-mail, social e altre piattaforme digitali attraverso la creazione di campagne ad hoc sulla base dello studio del target.

Nel 2025 è stata siglata la partnership con l'agenzia di comunicazione DMIND, tra le prime aziende italiane a offrire servizi avanzati di social media marketing, evoluti, finalizzate alla costruzione di brand ad alta notorietà.

L'obiettivo del 2026 è quello di far crescere l'awareness e non solo del brand Cantine Paolo Leo SRL attraverso una strategia studiata e poi applicata in sinergia.

Pagina Instagram



Facebook - Campagna summer



Facebook - Campagna Christmas

PROGETTI RIVOLTI AL TERRITORIO

Cantine Paololeo è presente attivamente, in ambito organizzativo, in ambito sociale e negli Enti locali di tutela, per promuovere e sviluppare sia il prodotto che il territorio, come ad esempio i diversi consorzi di tutela nei quali la Società contribuisce con la propria esperienza all'accrescimento e valorizzazione della produzione.

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

L'impegno di Paololeo è incisivo anche nelle arti visive e musicali: dal 2016 è main sponsor dell'evento musicale **Battiti Live**, iniziativa che rappresenta un importante momento di sviluppo del turismo costiero, l'evento itinerante più importante e atteso nel sud Italia;

L'interesse per le arti visive e musicali continua anche nel 2023, in questo caso con la partecipazione, come sponsor, alla nuova edizione del **Sottosopra fest**, tra i più importanti festival in Puglia dedicati alla musica rap e trap, i generi musicali più seguiti da i giovani.

Nel 2024 le Cantine Paolo Leo Srl si legano a una nuova importante vetrina, la 69esima edizione degli ambiti **David di Donatello**, uno dei premi più prestigiosi del cinema italiano.



SottoSopra Fest

Gallipoli (LE)

LE PRODUZIONI PAOLOLEO HOME OLTRE IL VINO

Questa nasce da un'idea che tiene conto dell'ambiente e della sostenibilità economica, due elementi che si concretizzano nel riutilizzo dei materiali, come per esempio il sughero ed il vetro, dando vita ad elementi ornamentali e decorativi per la casa. Il vetro è un materiale naturale e può essere riciclato al 100% senza che la sua qualità ne risenta. Riciclare il vetro è perciò la decisione più giusta, da un punto di vista sia ecologico e sia economico. Per dare nuova vita alle nostre bottiglie, collaboriamo con il miglior designer Salentino, trasformandole in taglieri per aperitivi, portacandele, svuota tasche, poggia mestolo, una decorazione originale per la casa. Le nostre bottiglie di vetro certificato, oltre ad essere fuse, vengono trasformate sapientemente e senza alcun spreco, in bicchiere (parte inferiore) e portacandela (parte superiore) attraverso un taglio di altissima qualità ed una elegante molatura.

9. PILASTRO ECONOMICO: OBIETTIVI FUTURI

Concludiamo il nostro bilancio di sostenibilità con il futuro, con gli obiettivi che ci prefiggiamo di conseguire, mettendo a disposizione le risorse necessarie, l'impegno e l'entusiasmo che ci contraddistinguono.

Di seguito i nostri obiettivi per gli anni 2026:

- Realizzazione di un impianto fotovoltaico a seguito dell'ampliamento e di potenza effettiva dell'impianto pari a 100,28 kWp
- Implementazione della piattaforma CLOUD QUADR@ per il miglioramento dell'efficientamento ciclo produttivo
- Sistema di monitoraggio dei consumi energetici
- Ottenimento della certificazione EQUALITAS MODULO PRODOTTO SOSTENIBILE introducendo nella filiera l'azienda agricola Paolo Leo

La Regione Puglia, nell'ultimo decennio, è diventata la mèta preferita di molti turisti e il settore turistico è uno degli assi portanti della sua economia, tutto questo grazie a un mix di investimenti mirati, che hanno puntato proprio alle eccellenze del territorio.

L'investimento che le Cantine Paololeo sta realizzando per il 2026 è finalizzato alla creazione di una struttura ricettiva turistico - alberghiera, attraverso un accurato lavoro di restauro e recupero di un antico immobile esistente, partendo proprio dalla consapevolezza che il settore turismo può essere traino di sviluppo anche per i comparti della ricezione e della ristorazione e un sostegno importante per l'agroalimentare, il manifatturiero, e le attività culturali e ricreative territoriali.

